

BAB I

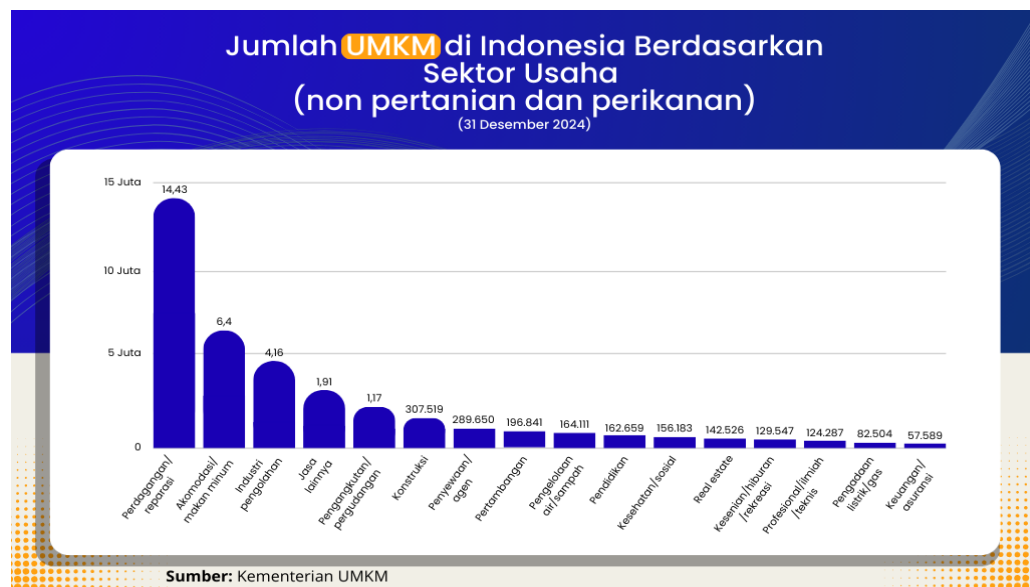
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 Perekonomian Indonesia mengalami resesi, yaitu berada pada angka 2,07 (Fitri, 2021). Hal ini disebabkan oleh Pandemi Covid-19, yang merupakan penyakit menular dari virus SARS-CoV-2. Kondisi ini memberikan dampak yang cukup serius pada tatanan kesehatan, perekonomian dan sosial di Indonesia. Namun pada tahun 2021, Indonesia dapat kembali bangkit dan meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 3,69 persen. Kenaikan PDB tersebut diketahui merupakan kontribusi besar dari Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mempertahankan ekonomi Indonesia yaitu sebanyak 61%.

Perencanaan pembangunan ekonomi bangsa harus memperhatikan Usaha Kecil Menengah (UMKM), pengembangan sumber daya manusia (SDM) suatu bangsa merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk keberhasilan ekonomi. UMKM adalah organisasi yang dimiliki oleh orang atau badan komersial dan beroperasi dengan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan itu berada, dan menghasilkan pendapatan tidak lebih dari 2,5 miliar, definisi ini diberikan oleh UU No. 20 Tahun 2008.

Bentuk usaha dari UMKM ini sendiri adalah padat karya, yaitu memiliki jumlah faktor produksi tenaga kerja yang lebih daripada faktor produksi modalnya. Selain itu, dalam memulai dan menjalankan bisnisnya, UMKM tidak memiliki ketentuan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian pekerja, dan kebutuhan modal usaha, serta teknologi relatif lebih rendah dan sederhana. (Hanum dan Andwiani, 2018). UMKM dikatakan lebih mampu berkembang dan juga konsisten terhadap perekonomian negara. Menurut Berry, Rodriguez, dan Sandee jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar, UMKM dinilai lebih berpotensi dalam mengatasi krisis ekonomi.



Gambar 1.1
Grafik Perkembangan UMKM Di Indonesia Tahun 2024
Sumber: Kementerian UMKM, 31 Desember 2024

UMKM di masa sulit berimplikasi pada penguatan bisnis di masyarakat melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah. Ini merupakan sumber bantuan yang nyata bagi pemerintah daerah karena mereka menerapkan otonomi pemerintahan dan dapat mempercepat laju pemulihan ekonomi negara.

masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan, dalam meningkatkan UMKM berarti memperkuat bisnis pada masyarakat (Kaczmarek, 2022).

Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia pun memandang penting terhadap keberadaan UMKM. Namun besarnya potensi UMKM dalam bersaing tidak membuat UMKM terlepas dari permasalahan usaha yang mereka hadapi (Lantu dkk, 2016). Indonesia saat ini berada di era industri 4.0 yang telah mendigitalkan banyak aspek, mengotomatiskan produksi, dan menghubungkan beberapa sektor produksi sekaligus dengan aktivitas dunia maya yang dibuat terhubung secara *online* (Internet) (Raharjo, 2018). Namun, dampak atau efek logis dari perubahan tersebut tidak diketahui oleh semua aspek masyarakat. Nyatanya, masih banyak ketidaksepakatan mengenai detail perubahan tersebut. Misalnya, gagasan bahwa hilangnya daya beli masyarakat sebagai penyebab tren penutupan toko konvensional seringkali dipolitisasi karena lingkungan metropolitan tertentu menyukai sistem pembelian *online*, toko konvensional. Padahal, toko-toko konvensional memang mulai menghadapi masalah serius atau minim pengunjung karena sebagian masyarakat perkotaan lebih memilih sistem belanja *online* (Srivastava dkk, 2017).

UMKM di Indonesia memiliki permasalahan pemasaran yang banyak, dan dirasakan langsung oleh para pelaku UKM di Indonesia yang mencapai 30,6%. Permasalahan pemasaran tersebut umumnya seperti menerapkan bisnis secara konvensional (*Offline*), periklanan yang kurang menarik, cara promosi produk

kurang tepat, Swastha¹² berpendapat bahwa selain masalah pemasaran, kualitas SDM juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan misalnya dari keterampilan penguasaan teknologi (Depaoli dkk, 2020).

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, para pelaku korporasi harus sekali lagi memastikan bahwa mereka mampu menggunakan teknologi dan digitalisasi. Hal yang sama berlaku untuk pelaku UMKM, yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di banyak tempat.

Semakin ketatnya persaingan usaha saat ini, mengharuskan setiap pemilik usaha memiliki strategi untuk dapat bertahan dan mengembangkan usahanya. Strategi yang dipilih harus membuat usaha memiliki keunggulan dibanding usaha lain. Suatu usaha yang memiliki keunggulan akan membuatnya dapat bertahan di pasar, dapat menarik konsumen, serta mampu meningkatkan penjualan. Keunggulan dalam bersaing akan membangun kemampuan untuk meningkatkan performa yang lebih efektif dari pesaing. Keunggulan bersaing dapat dicapai dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Setiap usaha yang memiliki keunggulan bersaing akan memiliki kekuatan untuk bertahan di pasar dan dapat bersaing dengan usaha lain. Keunggulan bersaing juga menunjukkan sejauh mana usaha tersebut akan berhasil. Untuk mampu bersaing di pasar sasaran, suatu bisnis harus mampu menghadapi berbagai tantangan. Oleh karena itu perusahaan harus bisa mengantisipasi perubahan dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam penciptaan nilai tersebut, perusahaan tidak hanya mencari posisi nilai yang memuaskan target pelanggan, tetapi harus lebih baik dari pada pesaing. Persaingan dunia bisnis terutama dibidang kuliner saat ini mengalami kondisi dimana tingkat persaingan meningkat pesat yaitu suatu kondisi mencakup pertarungan posisi antara harga dan kualitas, penciptaan ilmu baru serta pengembangan manfaat sebagai *first-mover advantage*. Lebih tepat digambarkan sebagai perubahan lingkungan yang dinamis karena produk baru, teknologi baru dan pesaing baru yang mengancam kualitas pasar.

Dalam kondisi yang demikian, pelanggan akan memiliki preferensi yang lebih tinggi karena adanya kebebasan memilih produk dan jasa apa yang mereka inginkan, maka penting bagi perusahaan untuk mengerti dan memahami hal tersebut. Keunggulan bersaing didapatkan jika sebuah usaha memiliki kemampuan untuk memberikan sesuatu yang lebih kepada pelanggan melebihi pesaingnya. Banyak strategi yang dapat dipilih, seperti memiliki kompetensi digital dan kemitraan yang baik.

Teknologi digital yang mendukung harus diiringi dengan keterampilan dan kemampuan dalam penggunaannya, atau dikenal dengan istilah kompetensi. Ini menjadi salah satu prasyarat bagi setiap individu agar dapat menjalankan tugas-tugas nya dengan baik. Salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh para pelaku UKM Kuliner di era digitalisasi saat ini adalah kompetensi digital. Istilah "kompetensi digital" mengacu pada keterampilan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang diperlukan, khususnya di bidang studi media dan literasi, pendidikan, ilmu komputer, informasi, dan bidang terkait lainnya, untuk

sepenuhnya memanfaatkan kegiatan ekonomi yang berlangsung. dalam lingkungan digital di mana mereka berada (Ala-Mutka, 2019).

Pada dasarnya kompetensi digital merupakan kompetensi yang mengacu pada kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi dan digital untuk mendukung pekerjaan, aktivitas sehari-hari dan komunikasi, didukung oleh keterampilan teknis, informasi dan komunikasi dasar. Landasan kompetensi digital dengan menggunakan Informasi, Komunikasi, Pembuatan Konten, Keamanan, Pemecahan Masalah. Tantangan yang dihadapi pelaku UKM di era digital saat ini: harus mempersiapkan sumber daya manusia untuk meningkatkan kompetensi digitalnya dan meningkatkan literasi manfaat untuk ekosistem digital. Untuk menghadapi tantangan tersebut perlu diberikan pelatihan digital entrepreneurship seperti pengelolaan digital marketing dan keuangan marketing bagi para pelaku UKM Kuliner. Hal ini dilakukan dalam rangka mempersiapkan para pelaku usaha agar lebih tangguh dan dapat meningkatkan daya saingnya melalui kompetensi digital.

Faktor selanjutnya yang mendukung daya saing usaha adalah kemitraan. Kemitraan dalam kaitannya dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Dengan menjalin kolaborasi antara UMKM dan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan perusahaan besar, UMKM dapat mengakses sumber daya, pengetahuan, dan teknologi yang sebelumnya sulit dijangkau. Melalui kemitraan ini, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, tetapi juga memperluas jaringan pasar dan mendorong inovasi. Dukungan dalam pelatihan dan pengembangan kapasitas membantu UMKM beradaptasi dengan

perubahan pasar, sehingga mampu bersaing secara efektif dalam ekonomi global yang semakin kompetitif.

Salah satu contoh program kemitraan dari pemerintah yang telah berjalan adalah Program Kemitraan Usaha Mikro (PKUM) yang diluncurkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Program ini bertujuan untuk memperkuat UMKM melalui pendampingan, akses modal, dan pelatihan keterampilan. Selain itu, pemerintah juga menjalankan program "Koperasi dan UMKM Berbasis Digital" yang mendukung UMKM untuk bertransformasi ke platform digital, sehingga mereka dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas. Program-program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja baru.

Salah satu persaingan ketat di dunia bisnis adalah pada bidang kuliner. Setiap daerah memiliki ciri khas kulinernya masing-masing, salah satunya di Kecamatan Kepenuhan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha kuliner dan jenisnya yang beragam. Mulai dari rumah makan, restoran, warung, kedai, cafe, bahkan bistro. Bisnis kuliner yang paling diminati para pebisnis adalah dengan membuka cafe dan rumah makan. Bisnis cafe dan rumah makan di Kecamatan Kepenuhan tumbuh pesat dan sangat menjanjikan. Menjamurnya bisnis cafe dan rumah makan dikarenakan gaya hidup masyarakat yang sudah berubah. Saat ini masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat Kecamatan Kepenuhan, memiliki kebiasaan "*nongkrong*" atau *hangout* bersama teman atau kerabat. Hal ini merupakan adaptasi budaya Indonesia yang suka berkumpul. Berikut data perkembangan usaha Cafe dan Rumah Makan di Kecamatan Kepenuhan.

Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Kuliner Di Kecamatan Kepenuhan

No	Tahun	Jumlah Cafe	Jumlah Rumah Makan/Angkringan
1.	2020	2	10
2.	2021	5	14
3.	2022	5	19
4.	2023	7	24
5.	2024	8	26

Sumber: Disperindag Kabupaten Rokan Hulu, 2025

Dari Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa terjadi pertumbuhan jumlah usaha kuliner di Kecamatan Kepenuhan dari tahun 2020 sampai 2024. Peningkatan jumlah UMKM kuliner dari tahun ke tahun tentunya menjadi perhatian bagi para pebisnis kuliner di Kecamatan Kepenuhan. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa persaingan dibidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat dari terus bertambahnya jumlah UMKM kuliner yang tersebar di Kecamatan Kepenuhan dan hal tersebut mungkin saja akan terus bertambah dari tahun ke tahun, maka diperlukan strategi yang tepat agar perusahaan bisa bersaing dan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing lainnya.

Usaha UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan banyak menawarkan beragam jenis makanan dari mulai kaki lima, usaha rumah makan dan kafe saat ini banyak diminati karena biasanya bisnis yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman untuk menyediakan tempat khusus dan memadai serta mudah dijangkau. Selain itu juga diikuti dengan pemberian jasa yang memuaskan pada konsumen dan memberikan bentuk hiburan yang berbeda dengan rumah makan dan kafe lainnya. Konsumen dapat lebih menikmati makanan dan minuman yang beraneka ragam dengan ditunjang oleh berbagai atribut jasa yang menyertainya.

Berdasarkan hasil pra-survei penelitian, ditemukan permasalahan yang berkaitan dengan kompetensi digital. Meskipun upaya-upaya untuk meningkatkan kompetensi digital para pelaku UMKM kuliner sudah dilakukan, namun berdasarkan hasil survei pendahuluan menunjukkan bahwa kompetensi digital pelaku UKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan tergolong rendah. Berdasarkan observasi awal dari 10 orang yang disurvei, sekitar 75,25% pelaku usaha masih belum memiliki kemampuan digital yang memadai, yang dapat menghambat perkembangan dan daya saing mereka di era digital saat ini. Artinya hanya sekitar 24,75% pelaku UKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan, menunjukkan kompetensi digital yang lebih baik yaitu memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi, seperti media sosial untuk pemasaran, aplikasi untuk manajemen bisnis, atau sistem pembayaran digital (BPS Rokan Hulu, 2024).

Diduga permasalahan yang di hadapai UKM Kuliner Kecamatan Kepenuhan yaitu disebabkan karena kurangnya pelatihan yang diberikan terkait pemasaran melalui media digital, sehingga konten yang disajikan tidak menarik, UKM saat ini masih terbatas dalam hal kapasitas dan kualitas, terutama dalam hal kompetensi dan ketersediaan sumber daya produktif yang terbatas termasuk informasi, pengetahuan, keterampilan, dan teknologi. Kompetensi Digital dinilai mampu mendongkrak daya saing jika sumber daya manusia yang dimilikinya dilengkapi dengan kompetensi digital yang kuat.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai permasalahan kemitraan, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan (*pra-survei*) dengan cara membagikan kuesioner kepada 5 UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.

Tabel 1.2
Pra Survei Kemitraan

Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah
Keberadaan berbagai pihak, seperti pemerintah dan lembaga keuangan, sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha saya	4	1	5
Saya merasa mendapatkan akses yang memadai terhadap modal dan pembinaan dari mitra atau lembaga lainnya untuk pengembangan usaha saya	1	4	5
Kemitraan yang saya jalani saat ini memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dalam pertumbuhan bisnis	4	1	5

Sumber: Hasil pra survei Kuisisioner Sementara (2025)

Berdasarkan hasil pra survei kemitraan yang dilakukan pada tahun 2025 terhadap 5 pelaku usaha, terlihat bahwa salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM kuliner terkait kemitraan adalah kurangnya akses yang memadai terhadap modal dan pembinaan dari mitra atau lembaga lainnya. Banyak pelaku usaha kuliner yang memiliki potensi besar, tetapi terhambat oleh keterbatasan dana untuk memperluas usaha atau meningkatkan kualitas produk. Selain itu, seringkali mereka tidak mendapatkan pembinaan yang sesuai, seperti pelatihan manajemen, pemasaran, dan inovasi produk, yang dapat membantu mereka bersaing di pasar.

Kesulitan dalam mendapatkan kemitraan juga sering disebabkan oleh syarat-syarat yang sulit dipenuhi, terutama bagi UMKM kecil yang mungkin tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap atau jaminan aset yang dibutuhkan. Ketidapahaman tentang pentingnya kemitraan dan cara menjalin hubungan yang efektif dengan lembaga keuangan atau pemerintah pun menjadi kendala. Hal ini mengakibatkan banyak UMKM yang kehilangan kesempatan untuk mendapatkan dukungan yang diperlukan, sehingga stagnasi dalam pertumbuhan usaha dan

keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas menjadi masalah yang semakin kompleks.

Dari berbagai permasalahan yang ada, tentunya berdampak pada daya saing usaha. UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan mengalami kesulitan dalam mempertahankan posisi kompetitif. Permasalahan utama terlihat dari ketidakmampuan membedakan diri dari pesaing, harga yang kurang kompetitif, serta kualitas layanan yang tidak konsisten. Banyak usaha yang kesulitan mempertahankan pelanggan loyal, tidak memiliki keunikan yang membuat mereka berbeda dari kompetitor lain, dan mengalami kesulitan dalam menarik konsumen baru.

Maka dengan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner Di Kecamatan Kepenuhan**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mempunyai rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kompetensi digital terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan?
2. Bagaimana pengaruh kemitraan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan?
3. Bagaimana pengaruh kompetensi digital dan kemitraan secara simultan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi digital terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemitraan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi digital dan kemitraan secara simultan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah menambah khazanah keilmuan bidang ilmu manajemen pemasaran tentang pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang di peroleh dari perkuliahan.

b. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaing melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya berkaitan dengan pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian serta menggambarkan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Berisi konsep teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi ruang lingkup penelitiannya, lokasi penelitiannya, objek penelitiannya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi informasi hasil penelitian dikaitkan dengan kerangka teoritik dalam bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang telah dikemukakan dahulu.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kompetensi Digital

2.1.1.1 Pengertian Kompetensi Digital

Kompetensi mengacu pada kemampuan yang diterapkan secara efektif untuk mencapai hasil yang baik dengan menggabungkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas kerja, serta memiliki kemampuan untuk peran tertentu (Sedarmayanti dkk., 2020). Kompetensi tidak hanya mencakup pengetahuan pasif saja, namun juga kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut secara efektif dalam konteks tertentu. Seorang pegawai mungkin saja cerdas, namun jika mereka tidak dapat menerjemahkan kecerdasannya ke dalam perilaku yang efektif di tempat kerja, maka kecerdasan tersebut akan sia-sia. Jadi, kompetensi bukan sekadar mengetahui apa yang harus dilakukan, melainkan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dengan cara yang bermakna (Bukit dkk., 2017).

Kompetensi digital merupakan salah satu jenis kompetensi yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang untuk mengakses, menggunakan, membuat, dan berbagi sumber daya digital secara 'efisien', serta berkomunikasi dan berkolaborasi dengan orang lain menggunakan teknologi digital untuk mencapai tujuan tertentu (Perifanou & Economides, 2019). Kompetensi digital mengacu pada kemampuan individu dalam menguasai dan menggunakan teknologi secara efektif. Di era digital ini, teknologi merupakan instrumen yang penting dalam menjalankan tugas sehari-hari. SDM harus mampu memanfaatkan

teknologi dan menguasai aplikasi serta perangkat lunak (software) yang digunakan dalam pekerjaannya (Fajriyani dkk., 2023). Kompetensi digital berperan dalam meningkatkan kemampuan adaptasi SDM terhadap perubahan teknologi yang cepat, sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan.

Menurut Keri dkk (2024), kompetensi digital adalah kompetensi yang mempengaruhi tingkat percaya diri dan kekritisian seseorang dalam berpartisipasi dalam masyarakat, bekerja, belajar, dan mengembangkan diri. Mayes (2018) menyatakan bahwa kompetensi digital sendiri menekankan pada kemampuan, metode, perilaku, dan konsep.

Kompetensi digital merupakan kapasitas atau kemampuan individu untuk memahami dan memanfaatkan media digital, termasuk beragam konten digital yang saat ini sudah tersedia. Kompetensi ini mencakup kemampuan untuk mencari dan mengevaluasi informasi, serta membedakan kebenaran dan relevansi konten online, serta mencakup kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif melalui alat dan aplikasi digital, seperti perangkat seluler dan Internet (Muizu & Budiarti, 2017).

Berdasarkan definisi para ahli di atas, maka peneliti memahami bahwa Kompetensi Digital adalah kemampuan individu yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk mengakses, menggunakan, menciptakan, dan berbagi sumber daya digital secara efektif. Kompetensi ini juga dibutuhkan untuk berkomunikasi dan berkolaborasi melalui teknologi digital, serta memanfaatkan media digital yang tersedia dengan efisien dalam konteks pekerjaan sehari-hari.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kompetensi Digital

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Barboutidis & Stiakakis, 2023), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kompetensi digital. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Usia

Individu yang lebih muda cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam hal berkomunikasi dan berkolaborasi secara digital dibandingkan dengan individu yang lebih tua. Hal ini disebabkan oleh generasi muda lebih terbiasa dengan teknologi digital sejak usia dini.

2. Tingkat Pendidikan

Lulusan perguruan tinggi lebih familiar dengan pembuatan konten digital dibandingkan dengan lulusan pelatihan keterampilan. Hal ini disebabkan oleh perhatian yang lebih besar terhadap teknologi digital dan keterampilan teknis selama pendidikan tinggi.

3. Pekerjaan atau Spesialisasi

Individu dengan spesialisasi atau keahlian tertentu memungkinkan dapat lebih terampil dalam menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dan berkolaborasi.

4. Kepemilikan dan Penggunaan Laptop (PC)

Individu yang memiliki laptop pribadi dan menggunakannya secara rutin cenderung memiliki literasi informasi dan data yang lebih baik serta kemampuan pemecahan masalah yang lebih tinggi.

5. Kepemilikan dan Penggunaan *Smartphone*

Para individu pengguna *smartphone* cenderung lebih mahir dalam berkomunikasi dan berkolaborasi secara digital karena sering menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari.

6. Penggunaan Teknologi atau Internet

Pengguna internet yang aktif cenderung memiliki literasi informasi dan data yang lebih baik.

2.1.1.3 Indikator Kompetensi Digital

Berdasarkan artikel '*The DigComp Conceptual Reference Model*' yang dikutip oleh (Barboutidis & Stiakakis, 2023), menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi kompetensi digital, yaitu:

1. Literasi Informasi dan Data (*Information and Data Literacy*)

- a) Mencari informasi dan data yang relevan
- b) Mengevaluasi kredibilitas informasi dan data yang ditemukan.

2. Komunikasi dan Kolaborasi (*Communication and Collaboration*)

- a) Berinteraksi melalui teknologi digital.
- b) Berbagi informasi melalui teknologi digital.

3. Pembuatan Konten Digital (*Digital Content Creation*)

- a) Membuat dan mengembangkan konten digital.
- b) Mengintegrasikan dan memodifikasi konten digital.

4. Keamanan Digital (*Safety*)

- a) Melindungi perangkat digital.
- b) Melindungi data pribadi dan privasi.

5. Penyelesaian Masalah (Problem Solving)

- a) Mengatasi masalah teknis dalam penggunaan teknologi digital.
- b) Menggunakan teknologi digital secara kreatif

(Keri dkk., 2024), mendeskripsikan indikator kompetensi digital berupa:

1. Etika Digital

Pemahaman dan penerapan norma-norma serta perilaku yang baik saat berinteraksi secara online, termasuk menghormati hak cipta, privasi orang lain, dan menghindari perilaku negatif seperti cyberbullying.

2. Budaya Digital

Kemampuan untuk memahami dan menghargai nilai-nilai serta norma yang berkembang dalam masyarakat digital, termasuk sikap terbuka terhadap keberagaman, komunikasi yang sopan, dan partisipasi aktif dalam komunitas online.

3. Keterampilan Digital

Kemampuan teknis yang diperlukan untuk menggunakan perangkat dan aplikasi digital dengan efektif, seperti penguasaan software, penggunaan media sosial, dan kemampuan dalam menciptakan konten digital.

4. Keamanan Digital

Berfokus pada pemahaman tentang risiko yang ada di dunia digital dan kemampuan untuk melindungi informasi pribadi, termasuk penggunaan kata sandi yang kuat, pengenalan terhadap *phishing*, dan pengetahuan tentang perangkat lunak keamanan.

2.1.2 Kemitraan

2.1.2.1 Pengertian Kemitraan

Kemitraan pada dasarnya merupakan aliansi strategis atau sering disebut juga kolaborasi antara dua atau lebih pihak dalam bidang-bidang spesifik yang dinilai strategis (Tatang, 2020). Pengertian aliansi strategis pada dasarnya merupakan bentuk kemitraan antara lisensi dan joint venture.

Menurut Sudadi & Widada, (2022), Kata kemitraan berasal dari kata mitra yang berarti teman, kawankawan kerja, pasangan kerja, rekan kerja. Sedangkan kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra. Kemitraan merupakan suatu jawaban untuk meningkatkan kesempatan berkiprahnya usaha kecil dan menengah dalam percaturan perekonomian nasional. sekaligus meningkatkan kesejahteraan rakyat serta mengurangi kesenjangan sosial yang marak dibicarakan dewasa ini. Dengan demikian kemitraan adalah jalinan kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Senada dengan yang dijelaskan Soemarjan menyatakan bahwa “Kemitraan usaha adalah kerja sama antara dua pihak dengan hak dan kewajiban yang setara dan saling mendukung”.

(Muhammad, 2020) mengungkapkan bahwa “kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan”. Hal ini berarti bahwa Hubungan kemitraan usaha umumnya dilakukan antara dua pihak yang memiliki posisi sepadan dalam hal tawar-menawar. Namun kemitraan sering juga dilakukan antara kelompok yang

dinilai lebih kuat dan kelompok yang dinilai lebih lemah, terutama di bidang ekonomi. Senada dengan yang diungkapkan oleh (Indrajit & Djokopranoto, 2020) bahwa “kemitraan adalah sejumlah perusahaan bergabung untuk saling berbagi pengetahuan tentang sesuatu kegiatan yang tujuannya adalah agar masing-masing perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya”.

Kemitraan yang dilakukan terdapat pembinaan dan pengembangan terhadap rekan mitranya. Seperti yang dijelaskan (Tohar, 2020) bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil termasuk koperasi dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Menurut undang-undang No. 9 tahun 1995 dalam pasal 26 juga berisi mengenai “kemitraan dilaksanakan dengan disertai pembinaan dan pengembangan dalam satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kemitraan adalah hubungan kerjasama yang berusaha untuk saling menguntungkan dengan tidak merugikan pihak manapun dan tetap dalam hubungan yang terjaga dan sinergis.

Menurut (Porter, 2019) “Kemitraan adalah alat untuk memperkuat daya saing ”. Hal ini senada dengan yang dijelaskan Mulyadi bahwa: kemitraan usaha diarahkan untuk mewujudkan tujuan yang bersifat strategis, yaitu untuk menghadapi persaingan global seperti pembangunan jejaring organisasi, sebagai basis untuk menciptakan daya saing yang tinggi di pasar global dan optimalisasi smart technology dalam membangun *quality relationship*.

Dengan demikian kemitraan usaha menjadi alat untuk memperkuat strategi dalam membentuk daya saing usaha yang tinggi sehingga bisa menghadapi persaingan global. Dari konsep-konsep diatas terlihat bahwa maksud dan tujuan kemitraan adalah untuk meningkatkan pemberdayaan usaha kecil di bidang manajemen, produk, pemasaran, dan teknis, Agar bisa mandiri demi kelangsungan usahanya sehingga bisa melepaskan diri dari sifat ketergantungan dan memiliki daya saing yang tinggi.

2.1.2.2 Prinsip Kemitraan

Menurut (Tohar, 2020) Prinsip yang sangat penting dalam menjalankan kerjasama kemitraan adalah:

1. *Fairness and Faith* (Saling percaya dan setia)

Prinsip saling percaya diharapkan dapat menciptakan keterbukaan dalam proses berbagi pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan nilai atau norma antara usaha dan mitranya.

2. *Trust, honesty, trust* (Jujur, adil dan berintegritas)

Prinsip jujur, adil dan berintegritas akan terwujud apabila semua pihak yang bermitra merasakan saling membutuhkan satu sama lain, dan memiliki kesamaan kepentingan terkait dengan pemasaran.

3. *Equality, human dignity* (Kesamaan hak, kesejajaran dan saling menghargai)

Kesamaan hak, kesejajaran, dan saling menghargai antar usaha yang bermitra merupakan prinsip yang dapat mendorong terwujudnya kerjasama yang dinamis dan harmonis.

4. *Service, axcellence growt* (Pelayanan unggul dan perkembangan yang berkesinambungan)

Pelaksanaan program kemitraan tidak lain bertujuan untuk memberikan pelayanan pemasaran yang unggul.

2.1.2.3 Nilai-nilai Kemitraan

Nilai (*value*) yang diperlukan dalam kemitraan adalah karakteristik atau kualitas sumber daya manusia untuk mencapai visi misi lembaga (Tohar, 2020):

1. *Leadership* (Kepemimpinan)

Kualitas kepemimpinan UMKM sangat mempengaruhi keberhasilan program kemitraan dalam usaha.

2. *Customer satisfaction* (Kepuasan pelanggan)

Kepuasan kedua belah pihak antara lembaga yang bermitra merupakan hal harus selalu diupayakan dalam kemitraan.

3. *Stakeholder wealth* (Kecakapan stakeholder)

Kecakapan stakeholder memiliki dampak positif pada keberhasilan program kemitraan. Stakeholder di sini adalah semua elemen dalam lembaga. Yakni, karyawan, pimpinan dan pemanku kebijakan atau dinas terkait.

4. *Innovation, technology* (Inovasi dan teknologi)

Meningkatkan keefektifan dan efisiensi program kemitraan juga sangat dipengaruhi oleh ada atau tidaknya inovasi dan teknologi.

2.1.2.4 Tahapan Kemitraan

Menurut (Epstein, 2019) terdapat 5 tahapan dalam upaya membangun dan mengembangkan kemitraan. 5 tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membentuk tim kerja kemitraan

Langkah yang pertama dalam membangun kemitraan adalah dengan membentuk tim kerja.

2. Mencari dana dan dukungan lain

Usaha membutuhkan pembiayaan untuk mensupport rencana program kemitraan.

3. Mengidentifikasi titik pangkal

Program kemitraan perlu diorganisir dengan sebaik mungkin, sehingga dapat melibatkan karyawan dan pimpinan dan akhirnya dapat mensupport keberhasilan program kemitraan pada UMKM.

4. Mengembangkan *action plan*

Action plan biasanya berisi tentang program kemitraan yang akan dilaksanakan, tujuan dan hasil yang ingin dicapai, indikator keberhasilan program, upaya perbaikan, jenis keterlibatan, kegiatan yang perlu dipersiapkan, penanggung jawab terhadap pelaksanaan program kemitraan, dana dan sumber daya yang diperlukan dan hal penting lainnya secara rinci.

5. Evaluasi, tindak lanjut dan perbaikan program

Perkembangan pelaksanaan *action plan* harus selalu ditinjau dan dievaluasi bersama oleh pihak-pihak yang terlibat dalam program kemitraan. Hasil

evaluasi tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai materi perbaikan program.

2.1.2.5 Indikator Kemitraan

(Tohar, 2020) secara spesifik menyebutkan bahwa terdapat indikator keberhasilan strategis yang merupakan kata kunci dalam pencapaian keberhasilan kemitraan, yakni:

1. *Cooperative development* (Pengembangan kooperatif)

Proses di mana pihak-pihak yang terlibat bekerja sama untuk meningkatkan kapasitas, sumber daya, dan keterampilan mereka melalui kolaborasi yang saling menguntungkan.

2. *Succesful* (Sukses)

Mengacu pada pencapaian tujuan dan hasil yang diinginkan dari kemitraan, termasuk peningkatan kinerja, pertumbuhan, atau dampak positif yang terukur bagi semua pihak yang terlibat.

3. *Long-term* (Jangka panjang)

Menunjukkan komitmen untuk membangun hubungan kemitraan yang berkelanjutan, dengan fokus pada pencapaian tujuan bersama dalam waktu yang lebih lama, bukan hanya untuk keuntungan jangka pendek.

4. *Strategic* (Strategis)

Perencanaan dan pelaksanaan kemitraan yang didasarkan pada tujuan dan sasaran yang jelas, serta pemilihan mitra yang align dengan visi dan misi organisasi.

5. *Mutual Trust* (Saling percaya)

Dasar dari hubungan kemitraan yang sehat, di mana semua pihak saling percaya dan menghormati, sehingga dapat berbagi informasi, sumber daya, dan risiko dengan lebih terbuka.

Menurut (Epstein, 2019) terdapat indikator dari kemitraan yaitu:

1. *World class/best practice* (Program terbaik berkelas dunia)

Mengacu pada standar tinggi yang diadopsi dalam kemitraan, di mana metode dan strategi yang digunakan merupakan praktik terbaik yang diakui secara global, memastikan efisiensi dan efektivitas dalam pencapaian tujuan.

2. *Sustainable Competitive advantage* (Kompetitif yang berkelanjutan)

Kemampuan kemitraan untuk menciptakan keunggulan yang tahan lama di pasar, melalui inovasi, kualitas, atau diferensiasi yang tidak mudah ditiru oleh pesaing.

3. *Mutual benefit for all the partners* (Saling menguntungkan bagi semua mitra)

Pentingnya hasil yang menguntungkan bagi setiap pihak yang terlibat dalam kemitraan, sehingga semua mitra merasa diuntungkan dan termotivasi untuk berkontribusi.

4. *Separate and positive impact* (Terpisah dan berdampak positif)

Kemampuan kemitraan untuk menghasilkan dampak yang signifikan dan positif yang dapat diukur, meskipun hasil dari masing-masing mitra mungkin berbeda, tanpa mengganggu tujuan keseluruhan.

2.1.3 Daya Saing

2.1.3.1 Pengertian Daya Saing

Pernah ada masa dimana orang menyebutnya era keunggulan komparatif, yaitu era suatu negara unggul terhadap negara lain karena memiliki kekayaan terutama alam yang tidak dimiliki negara lain. Indonesia semestinya termasuk kedalam negara yang memiliki kekayaan yang berlimpah untuk dapat mengungguli negara-negara yang miskin kekayaan alam. Yang terjadi saat ini justru sebaliknya, bahwa negara maju adalah mereka yang tidak lebih kaya kekayaan alam tetapimampu mewujudkan mimpinya lewat negara lain. Ini lah yang dinamakan dengan era keunggulan bersaing. Memiliki keunggulan bersaing artinya negara sudah memiliki keunggulan baik satu negara atau beberapa bidang sehingga negara mampu memenangkan persaingan.

Daya saing menurut (Porter, 2019) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki daya saing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Pilihan tiap-tiap perusahaan terhadap strategi generik di atas akan bergantung kepada analisis lingkungan usaha untuk menentukan peluang dan ancaman.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Porter, 2019), beberapa cara untuk memperoleh daya saing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya (*differntiation*), atau memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*).

(Kotler, 2019) menyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan. Dengan menggunakan kinerja atau melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing..

Daya saing menurut (Sarwomo, 2018) adalah sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi. Definisi menurut (Mudrajat, 2019) daya saing adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dan perusahaan berusaha sampai kesana

Daya saing memiliki dua arti yang berbeda tetapi saling berhubungan. Ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi bersaing yang tepat sehingga dapat melaksanakan serta mewujudkan tujuan-tujuan sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut (Agustinus, 2019) mendefinisikan daya saing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam industri. Semakin kuat keunggulan yang dimiliki akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan dan begitu pula sebaliknya. Menurut (Crown, 2018) bahwa, daya saing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa daya saing, termasuk bagaimana kemampuan mempertahankannya, merupakan konsep kunci dalam manajemen stratejik. Keunggulan kompetitif akan timbul dengan cara memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Keunggulan kompetitif adalah strategi bersaing sesuatu yang dirancang untuk dieksploitasi oleh suatu organisasi.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Menurut (Durianto et al., 2019) terdapat 5 faktor-faktor daya saing yaitu :

1. Sumber Daya Manusia

Kualitas dan keterampilan tenaga kerja yang ada dalam suatu usaha, termasuk pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang mempengaruhi produktivitas dan inovasi.

2. Inovasi dan Teknologi

Kemampuan usaha untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi terbaru dalam proses produksi, pemasaran, dan layanan, yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya tarik produk.

3. Kualitas Produk dan Layanan

Tingkat mutu produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk keandalan, desain, dan fitur tambahan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

4. Strategi Pemasaran

Pendekatan yang digunakan dalam memasarkan produk, termasuk pemahaman tentang pasar, segmentasi, dan diferensiasi yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha.

5. Kondisi Pasar dan Persaingan

Dinamika dalam pasar, termasuk tingkat persaingan, permintaan konsumen, dan tren industri yang dapat mempengaruhi posisi usaha di pasar.

2.1.3.3 Indikator Daya Saing

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing menurut (Sarwomo, 2018) adalah keunikan produk, kualitas produk dan harga bersaing.

1. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.
2. Kualitas produk adalah kualitas desain dari produk perusahaan.
3. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

Indikator keunggulan bersaing menurut (Sweeney & Soutar, 2020), terdiri dari 4 yaitu :

1. Diferensiasi Produk

penawaran produk perusahaan yang memiliki sesuatu yang lebih baik, lebih cepat dan lebih murah yang akan menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan dibandingkan produk pesaing.

2. Harga produk

Berupa keseuaian harga yang diberikan dengan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

3. Akses lokasi

Kemudahan akses bagi konsumen untuk mencapai tujuan atau lokasi baik berupa letak maupun kemudahan transportasi.

4. Fasilitas

Berupa sarana dan prasarana penunjang yang disediakan bagi konsumen, sehingga konsumen merasa betah dan nyaman, misalnya toilet, lahan parkir, jaringan internet.

2.1.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Relevan

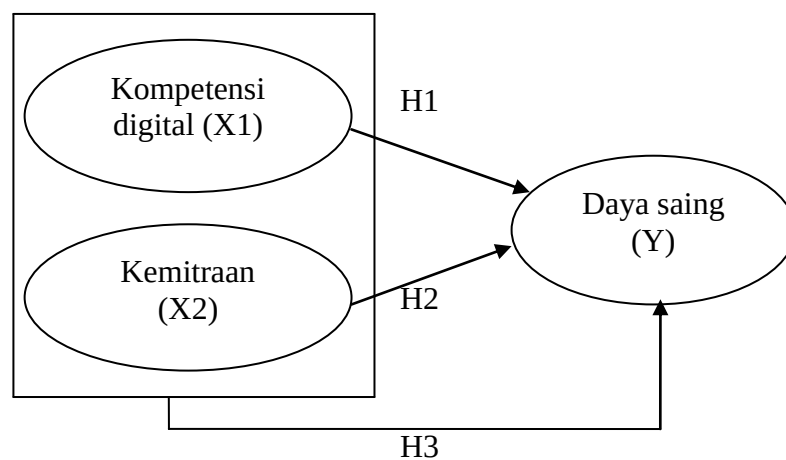
No	Penelitian Tahun	Judul	Hasil
1	Shasqia et al., (2023)	Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung	Secara parsial dan simultan kompetensi digital dan kemitraan berpengaruh positif terhadap daya saing,.
2	Zahrotul & Munawaroh (2025)	Dampak kompetisi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Serang	kompetisi digital berpengaruh positif terhadap peningkatan daya saing
3	Nalilu et al., (2023)	Pengaruh kemitraan dan kebijakan pemerintah terhadap daya saing serta dampaknya kepada penjualan usaha garam di Nusa Tenggara Timur	Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kemitraan berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
4	Fajarianto et al., (2025)	Peningkatan soft skills dan kompetensi digital bagi pekerja di desa Wonokerso untuk meningkatkan daya saing tenaga kerja	Kompetensi digital berpengaruh terhadap daya saing
5	Maulina et al., (2024)	Dampak Strategi Pemasaran, Kemitraan Bisnis, dan kualitas Produk terhadap Daya Saing UMKM di Jawa	Secara parsial kemitraan bisnis mempunyai hubungan signifikan dan positif terhadap daya saing.

No	Penelitian Tahun	Judul	Hasil
		Barat	
6	Muliasari et al., (2018)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, Dan Strategi Kemitraan Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Kerajinan Logam Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)	Strategi Kemitraan memiliki peranan signifikan Untuk Meningkatkan Daya Saing.
7	Latifatun (2025)	Pengaruh Manajemen Perubahan, Pengembangan Kompetensi Digitalisasi Bisnis terhadap Daya Saing Perusahaan	Kompetensi digitalisasi berpengaruh terhadap Daya Saing Perusahaan

Sumber: Google Scholar, 2018-2025

2.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disusun suatu kerangka pemikiran untuk menganalisis pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing. Secara sederhana kerangka pemikirann dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2019) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, adapun hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1** : Diduga kompetensi digital berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.
- H2** : Diduga kemitraan berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.
- H3** : Diduga kompetensi digital dan kemitraan berpengaruh secara simultan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan, dengan objek yang diteliti yaitu pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 sampai dengan Maret 2026.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah kelompok elemen lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian. Populasi penelitian ini adalah UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan yang terdata di Disperindag Kabupaten Rokan Hulu sebanyak 34 UMKM kuliner.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel dapat diartikan sebagai suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi (Sugiyono, 2019) atau sampel adalah semacam miniatur dalam populasinya. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling* jenuh yang termasuk dalam non probability sampling. Menurut Sugiyono, (2019) *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Pengambilan

sampel di sini terbatas pada tipe orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena hanya mereka yang memiliki informasi tersebut, atau karena mereka memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Purposive Sampling ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil. Maka dari itu, Penulis memilih sampel menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga semua populasi menjadi sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 34 sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Untuk membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini, maka penulis menggunakan jenis data yang terdiri dari :

3.3.1.1 Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari dalam bentuk informasi baik lisan maupun tulisan.

3.3.1.2 Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari dalam bentuk angka-angka dan masih perlu dianalisa kembali.

3.3.2 Sumber Data

3.3.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh dari objek penelitian baik dari perusahaan secara objektif melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuisioner terhadap UMKM kuliner.

3.3.2.2 Data sekunder

Data skunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang di teliti. Data ini bisa di peroleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau tulisan ilmiah lainnya.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Untuk menghimpun data yang diperlukan, maka dipergunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung lapangan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian ini dilakukan dengan:

1) Observasi

(Notoatmodjo, 2019), Metode Observasi (pengamat) adalah suatu hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya rangsangan. Maksudnya antara lain meliputi melihat, mendengar, dan mencatat sejumlah aktifitas tertentu taraf aktivitas tertentu atau situasi tertentu yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

2) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah

dengan memberikan daftar pernyataan yang disusun oleh peneliti dan diberikan pada responden untuk mendapat jawaban secara tertulis.

3) Wawancara

Wawancara adalah metode data dengan menggunakan tanya jawab kepada responden. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang terkumpul.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan mempelajari berbagai literatur, buku-buku penunjang referensi, peraturan-peraturan dan sumber lain yang berhubungan dengan objek penelitian yang akan dibahas guna mendapatkan landasan teori dan sebagai dasar melakukan penelitian.

3.5 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasionalnya

Secara lebih rinci, operasional variabel penelitian adalah sebagi berikut :

Tabel 3.1
Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Jenis Pengukuran
Kompetensi digital (X1)	(Barboutidis & Stiakakis, 2023) Kompetensi digital merupakan salah satu jenis kompetensi yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang untuk mengakses, menggunakan, membuat, dan berbagi sumber daya digital secara 'efisien',	(Barboutidis & Stiakakis, 2023) 1. Literasi Informasi dan Data (<i>Information and Data Literacy</i>) 2. Komunikasi dan Kolaborasi (<i>Communication and Collaboration</i>) 3. Pembuatan Konten Digital (<i>Digital Content Creation</i>)	Ordinal

Variabel	Defenisi	Indikator	Jenis Pengukuran
	serta berkomunikasi dan berkolaborasi dengan orang lain menggunakan teknologi digital untuk mencapai tujuan tertentu	4. Keamanan digital (<i>Safety</i>) 5. Penyelesaian masalah (<i>Problem Solving</i>)	
Kemitraan (X2)	(Tohar, 2020) bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil termasuk koperasi dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.	(Tohar, 2020) 1. <i>Cooperative development</i> (Pengembangan kooperatif) 2. <i>Succesful</i> (Sukses) 3. <i>Long-term</i> (Jangka panjang) 4. <i>Strategic</i> (Strategis) 5. <i>Mutual Trust</i> (Saling percaya)	Ordinal
Daya saing (Y)	(Sarwomo, 2018) adalah sebagai kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi.	Sarwomo (2018) 1. Keunikan produk 2. Kualitas produk 3. Harga	Ordinal

Sumber: Barboutidis & Stiakakis (2023), Tohar (2020), Sarwomo (2018)

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Data yang terkumpul diolah dengan memakai teknik skala likert (Sugiyono, 2019). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skor setiap pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Model Likert

No	Notasi	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	RG	Ragu-Ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.6.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) Uji Validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik atau proses yang di gunakan untuk mengukur konsep benar-benar mengukur konsep yang di maksudkan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pernyataan, valid tidaknya item pernyataan bisa di lihat dari membandingkan nilai r-tabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2019) Uji Reliabilitas di lakukan untuk melihat sejauh mana hasil pengukur dapat di percaya. Hasil suatu pengukur dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukur terhadap suatu objek yang sama di peroleh hasil yang relative sama artinya mempunyai konsistensi pengukur yang baik. Nilai reabilitas bisa dilihat dari nilai Cronbach Alpha. Reliabilitas yang tinggi di tunjukkan dengan nilai cronbach alpa 1.00 dan nilai reliabilitas dianggap sudah cukup memuaskan atau tinggi jika nilai cronbach alpa > 0.60 (Sugiyono, 2019).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menggunakan masing-masing variabel dalam bentuk penyatuan data kedalam bentuk hasil distribusi frekuensi kemudian dilakukan analisis TCR. Untuk mengetahui tingkat pencapaian responden (TCR) dan kriteria hubungan, digunakan formulasi rumus yang di kembangkan (Sugiyono, 2019) sebagai berikut :

$$TCR = \frac{\text{Skor Rata-Rata}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Tabel 3.3
Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR)

Nilai TCR	Kriteria
86% - 100%	Sangat baik
71% - 85%	Baik
56% - 70s%	Cukup
26% - 55%	Kurang
0% - 25%	Tidak baik

Sumber: Sugiyono (2019)

3.7.2 Persyaratan Analisis

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data yang akan digunakan dalam model regresi biasanya normal (Ghozali, 2017:11). Kriteria yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* dengan nilai alpha 5% sehingga apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa populasi tersebut terdistribusi normal (Ghozali, 2019).

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji adanya ketidaksamaan variance dalam model regresi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dapat dikatakan baik bila homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Dalam pengambilan keputusan dalam uji glejser menggunakan dengan melihat nilai signifikan di atas $\alpha = 5\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas

3.8.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika variabel bebasnya lebih dari satu. Menurut (Sugiyono, 2019) Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel. Uji multikolinieritas perlu dilakukan jika variabel bebasnya lebih dari satu. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai VIF <10 , tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS.

Rumus :

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

Keterangan :

Y = Daya saing

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Kompetensi digital

X2 = Kemitraan

e = Error

Analisis regresi berganda digunakan karena mampu menginterpretasikan dan menjelaskan variabel-variabel bebas yang signifikan terhadap variabel terikat dan menjelaskan hubungan linear yang terdapat antara kompetensi digital (X1), kemitraan (X2) dan daya saing (Y).

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah suatu nilai yang statistic yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur persentase kemampuan variabel bebas yaitu kompetensi digital (X1), kemitraan (X2) dalam menjelaskan perubahan variabel terkait yaitu daya saing (Y). Adapun rumus koefisien determinasi :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Diman :

KD = Koefisien determinasi

R² = Koefisien korelasi

3.7.4 Uji t

Digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah kompetensi digital (X1), kemitraan (X2) benar-benar berpengaruh secara *parsial* (terpisah) terhadap daya saing (Y). Dapat digunakan uji t seperti dibawah ini :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi yang ditemukan

r² = Ring tabel

n = Taraf kesalahan 0,5

Ketentuan :

1. Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Bilang t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka Ho diterima dan Ha ditolak.
3. Bila t_{hitung} sama persis dengan t_{tabel} maka Ho diterima dan Ha ditolak.

3.7.5 Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kompetensi digital (X1), komitraan (X2) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terkait daya saing (Y). Digunakan uji F seperti ini :

$$F = \frac{JK_{reg} / k}{JK_{reg} / (n - k - 1)}$$

Dimana :

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi
 JK_{res} = Jumlah kuadrat residu
 K = Banyaknya variabel bebas
 N = Banyaknya subyek

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan kriteria pengujian signifikan yaitu :

H_0 diterima jika : $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan 0,05

H_a diterima jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan 0,05

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

H_a Diterima : Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel kompetensi digital dan kemitraan berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.

H_0 Diterima : Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel kompetensi digital dan kemitraan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM kuliner di Kecamatan Kepenuhan.