

**DAMPAK IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM UPAYA
KONSOLIDASI DAYA SAING USAHA INDUSTRI KECIL DI
KABUPATEN OGAN ILIR**



Skripsi Oleh

Andre Jovi Saputra

01021281823044

Ekonomi Pembangunan

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

LEMBARAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**DAMPAK IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM UPAYA
KONSOLIDASI DAYA SAING USAHA INDUSTRI KECIL DI
KABUPATEN OGAN ILIR**

Disusun Oleh

Nama : Andre Jovi Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 01021281823044
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

TANGGAL PERSETUJUAN

Tanggal :

Tanggal : 25 Mei 2022

DOSEN PEMBIMBING



Ketua : Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP : 197304062010121001



Anggota : Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN : 0009049108

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**DAMPAK IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM UPAYA
KONSOLIDASI DAYA SAING USAHA INDUSTRI KECIL DI
KABUPATEN OGAN ILIR**

Disusun Oleh:

Nama : Andre Jovi Saputra

NIM : 01021281823044

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Bidang Kajian : Ekonomi Industri

Fakultas : Ekonomi

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 30 Juni 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

Anggota

Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN. 0009049108

Anggota

Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP. 196108081989031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andre Jovi Saputra
NIM : 01021281823044
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian : Ekonomi Industri
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

Dampak Implementasi *E-Commerce* Dalam Upaya Konsolidasi Daya Saing Industri Kecil Di Kabupaten Ogan Ilir

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tulisan ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak saya sebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, maka saya bersedia diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Inderalaya, 30 Juni 2022
Pembuat Pernyataan



Andre Jovi Saputra
NIM: 01021281823044

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Implementasi *E-commerce* Dalam Upaya Konsolidasi Daya Saing Industri Kecil Di Kabupaten Ogan Ilir” sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Dampak Implementasi *E-commerce* pada UMKM Makanan Lainnya Di Kabupaten Ogan Ilir. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat dukungan, bimbingan, bantuan dan saran yang tidak ternilai harganya dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Dengan demikian penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang, penulis juga mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Inderalaya, 25 Mei 2022



Andre Jovi Saputra
01021281823044

ABSTRAK

DAMPAK IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM UPAYA KONSOLIDASI DAYA SAING INDUSTRI KECIL DI KABUPATEN OGAN ILIR

Oleh:

Andre Jovi Saputra; Mukhlis; Deassy Apriani

Teknologi memberikan perubahan disemua aspek kehidupan termasuk dalam bisnis dan juga perdagangan. Teknologi yang hadir dalam bisnis dan perdagangan salah satunya adalah *e-commerce*. *E-commerce* akan memberikan kebermanfaatn bagi para penggunanya apabila dimanfaatkan secara optimal, khususnya bagi para pelaku usaha kecil. Penelitian ini menganalisa dampak implementasi *e-commerce* dalam upaya penguatan daya saing industri kecil yang ada di Kabupaten Ogan Ilir. Data yang diambil langsung dianalisis menggunakan analisis statistik dengan studi komparatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan *e-commerce* dalam usahanya memiliki indeks daya saing yang lebih tinggi, jumlah pendapatan dan *profit* yang lebih besar, serta jumlah produksi lebih banyak atau produktivitas yang lebih tinggi. dibandingkan UMKM yang belum menerapkan layanan *e-commerce*.

Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil Menengah, *E-Commerce*, Daya Saing, Produktivitas dan *Profit*

Ketua



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

Anggota



Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN. 0009049108

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

ABSTRACT

THE IMPACT OF IMPLAMENTATION *E-COMMERCE* IN EFFORT TO CONSOLIDATED COMPETITIVENESSOF SMALL INDUSTRIES IN OGAN ILIR DISTRICT

By:

Andre Jovi Saputra; Mukhlis; Deassy Apriani

The technology brings changes in all aspects of life, including in business and trade. One of the technolog that are present in business and trade is e-commerce. E-commerce will provide benefits for uts users if it is used optimally, especially for small business. This study analyzes the impact of e-commerce implementation in efforts to consolidated competitiveness of small industries in ogan ilir regency. The data use is primer data used statistical analysis with comparative studies. The results of this research is MSMEs that e-commerce implementation in their business have a index higher competitiveness, greater amount of revenue and profit, as well as the total of more production or higher peoductivity from MSMEs that have not implamentation e-commerce in their business.

Keywords: *Micro, Small Medium Enterprises, E-Commerce, Competitiveness, productivity and Profit*

Ketua



Dr. Mukhlis,S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

Anggota



Deassy Apriani,S.E.,M.Si
NIDN. 0009049108

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis,S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

RIWAYAT HIDUP



Nama : Andre Jovi Saputra
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Sukaraja, 26 April 1999
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Tinggal : Jl. Sukarela Perum Sukarela Indah Permai Blok A5
Alamat Email : andrejovi0@gmail.com
No Hp : 082177458437
Pendidikan Formal
Sekolah Dasar : SDN Gunung Raja
SLTP : SMP Negeri 2 Penukal
SLTA : SMA Negeri 1 Palembang

Pengalaman Organisasi :

1. Kepala Departemen Pengajaran Qur'an dan Seni Islam LDF Ukhuwah (2019)
2. Staf Ahli Dapertemen Keilmuan dan Pengembangan KEIMI FE UNSRI (2020)
3. Staf Ahli Riset dan Keilmuan IMEPA FE UNSRI (2020)
4. Pengajar Al-Qur'an dan Ilmu Tajwid LDF Ukhuwah (2019-2020)
5. Pengajar Seni Baca Al-Qur'an dan Ilmu Tajwid Lembaga Dakwah Fakultas Kedokteran UNSRI (2020)
6. Narasumber DECONITY Ekonomi Pembangunan FE UNSRI (2021)
7. Panitia Acara Go Emoji LDF Ukhuwah FE Unsri (2019,2020)
8. Volunteer Bina Desa BEM KM FE UNSRI 2020

Penghargaan/Prestasi :

1. Juara Harapan 1 Lomba Tilawah Al-Qur'an FE UNSRI 2021
2. Narasumber DECONITY Ekonomi Pembangunan FE UNSRI (2021)
3. Peraih Mendali Emas Indonesia Inventoris Day 2020
4. Peraih The Best Paper Analytical Notes 2020 Bank Indonesia Perwakilan Sumatra Bagian Selatan

Penelitian/Pengabdian :

1. Volunter Bina Desa BEM KM FE UNSRI 2019
2. Penelitian Pengabdian Desa Kota Daro II Kab. Ogan Ilir 2021
3. Penelitian Pengabdian Desa Sakatiga Kab. Ogan Ilir 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Paradigma SCP Ekonomi Industri	7
2.1.2. Konsep <i>E-Commerce</i>	10
2.1.3. Konsep Daya Saing.....	14
2.1.4. Teori Produksi.....	19
2.1.5. Konsep UMKM atau Konsep Industri Kecil	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Berpikir	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	31
3.2. Sumber Data	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.5. Batasan Variabel.....	33
3.6. Metode Penelitian.....	35

3.7. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum	38
4.1.1. Gambaran Umum Industri Makanan Lainnya	38
4.1.2. Gambaran Penggunaan Modal Usaha Industri Makanan Ogan Ilir	42
4.2. Hasil Pembahasan.....	45
4.2.1. Analisis Produksi UMKM makanan Lainnya.....	45
4.2.2. Analisis Implementasi <i>E-Commerce</i> Pada UMKM.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
1. Lampiran Kuisioner	69
2. Lampiran Data	72
3. Lampiran Data Indeks Daya Saing.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Jumlah Unit Usaha Kabupaten Ogan Ilir	4
Tabel 4.1 Hasil Produksi UMKM Makanan Lainnya Kabupaten Ogan Ilir	46
Tabel 4.2 Komparasi UMKM Makanan Lainnya	54
Tabel 4.3 Komparasi Penjualan, Pendapatan dan Profit UMKM Makanan	56
Tabel 5 1 Data Primer	72
Tabel 5.2 Data Indeks Daya Saing	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia 2020	2
Gambar 2.1 Konsep SCP	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Jumlah Industri Makanan Kabupaten Ogan Ilir	39
Gambar 4.2 Perolehan Modal UMKM Makanan Kabupaten Ogan Ilir	43
Gambar 4.3 Penggunaan <i>E-commerce</i> pada UMKM Makanan	49
Gambar 4.4 <i>E-commerce</i> Yang Digunakan UMKM Makanan	50
Gambar 4.5 Indeks Daya Saing UMKM Makanan Lainnya	52

BAB I

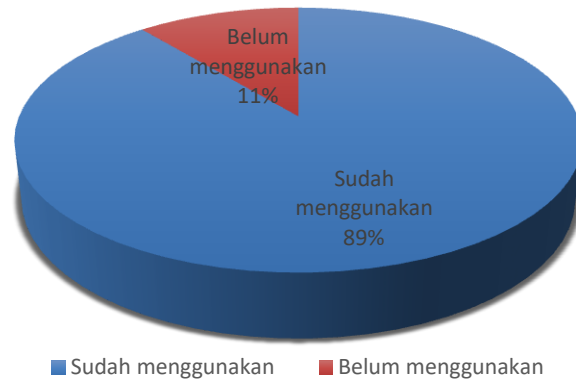
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang cepat di era sekarang telah merubah semua aspek kehidupan yang ada, tidak terkecuali bidang aspek bisnis dan perdagangan. Hadirnya teknologi membuat aspek bidang penjualan dan perdagangan semakin mudah dan cepat. Transaksi antar penjual dan pembeli pun menjadi lebih gampang dan efisien. Hal ini dikarenakan dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Teknologi yang hadir memberikan tatanan baru dalam dunia bisnis usaha dan perdagangan (Silvia, 2021), hal tersebut menjadi peluang dan tantangan yang baru bagi para pebisnis dan wirausahawan.

Teknologi yang hadir dibidang perdagangan dan pembelian secara *online* biasanya disebut elektronik niaga atau sering dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* atau e-niaga adalah bagian usaha dagang yang berbasis pada jaringan internet. Teknologi ini yang sering dikenal dengan sebutan *electronic-business*. *Electronic business* sendiri merupakan teknologi dasar evidensi pada jaringan dan surat elektronik, teknologi ini merupakan layanan perdagangan atau lapak perdagangan yang disediakan melalui aplikasi *online shop* maupun *platform*

seperti *startup* dan *website* (Sisilia, 2017). Berikut ini merupakan grafik penggunaan *e-commerce* di Indonesia tahun 2020.



Gambar 1.1 Pengguna *E-Commerce* di Indonesia 2020

Sumber: Publikasi Statistik E-Commerce 2020 BPS.co.id, Data diolah

Dari gambar 1.1 di atas pengguna *e-commerce* di Indonesia relatif tinggi, pengguna *e-commerce* yang tinggi tentu akan membawa efek yang baik bagi pemerintah dan pelaku usaha, apabila penerapan *e-commerce* tersebut diimbangi dengan penggunaan jejaring sosial atau internet yang tinggi pula. Hal tersebut dikarenakan sistem dalam perdagangan era sekarang, terutama yang berbasis aplikasi maupun sosial media sangat membutuhkan *user* atau pengguna internet sebagai pembelinya, yang lebih dikenal dengan sebutan sebagai *buyer*.

Era digitalisasi sekarang, *user* atau pemakai internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini tercatat bahwa *user* atau pemakai internet berdasarkan data dari penelitian Kusnandar (2021) yang ada di Indonesia, pada 2019 sebanyak 150 juta jiwa, dan meningkat pada maret 2021 sebesar 41,57 persen atau menjadi sebesar 76,8 persen, dari jumlah populasi masyarakat yang ada, sehingga pada maret 2021 pengguna internet di Indonesia

ada sebanyak 212,35 juta jiwa, yang sudah terjun dalam penggunaan teknologi internet tersebut. Melihat hal ini, tentu akan menjadi peluang dan kesempatan bagi pelaku industri atau usaha dalam memasarkan serta mendistribusikan produk yang mereka hasilkan. Melihat adanya kesempatan tersebut, tentunya pemerintah tidak akan menyia-nyiakan peluang yang ada. Pemerintah terus berupaya untuk mendorong para pelaku ekonomi, khususnya yang ada di daerah untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam perdagangannya, agar dapat bersaing secara kompetitif baik nasional maupun antar daerah. Salah satunya adalah pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan.

Pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan telah mencatat penggunaan *e-commerce* berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik nasional sebesar 82,85 persen. Persentase tersebut terbagi lagi berdasarkan jumlah unit usaha yang ada di daerah atau kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Selatan. Bersumber pada data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan terdapat 80.549 usaha baik UMKM maupun Industri Besar Sedang, artinya jumlah usaha yang sudah beralih menggunakan *e-commerce* di Provinsi Sumatera Selatan sebanyak 66.734 usaha. Jumlah penggunaan *e-commerce* di Provinsi ini terus dioptimalkan guna mendorong ekonomi digital yang memiliki target untuk membuat masyarakat yang lebih sejahtera. Dukungan dan dorongan yang dilakukan Provinsi ini terus digencarkan kepada seluruh usaha yang ada di daerah khususnya yang belum menggunakan digitalisasi dalam usahanya.

Kabupaten Ogan Ilir menjadi salah satunya, kabupaten ini terus berupaya dalam memajukan perdagangan, baik secara konvensional maupun *e-business*

dengan memanfaatkan *e-commerce*. Salah satu sasaran utama dalam upaya memajukan ekonomi digital adalah UMKM atau *home industry*. Berdasarkan data dari BPS Provinsi Sumatera Selatan, total UMKM yang ada di Kabupaten Ogan Ilir ditunjukkan dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha Kabupaten Ogan Ilir

Tahun	IKM/UMKM	Industri Besar Sedang
2020	20421	22
2019	10434	20
2018	9441	21
2017	6362	25
2016	6091	27

Sumber: Publikasi Ogan Ilir Dalam Angka (2020)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa *home industry* atau sering dikenal dengan UMKM, merupakan salah satu penyumbang dalam perekonomian di Kabupaten Ogan Ilir. Hal ini dikarenakan jumlah IKM yang ada di Kabupaten ini, lebih dari 99 persen dari total jumlah populasi usaha yang ada. Dari persentase tersebut usaha yang bergerak dibidang makan dan kuliner menjadi salah satu IKM yang mendominasi. Dalam kata lain, sumbangan IKM atau UMKM terhadap perekonomian di Kabupaten Ogan Ilir sangatlah besar. Apabila diasumsikan jika semua *home industry* atau UMKM beralih ke industri digital tentu akan memperluas pemasaran bagi industri atau usaha yang bersangkutan, dan hal ini tentu bisa memberikan efek yang baik bagi pendapatan industri serta dapat menambah profit yang dihasilkan. Oleh sebab itu, UMKM akan meningkatkan taraf kesejahteraan bagi pelakunya dan juga bagi daerah yang bersangkutan.

Pemanfaatan *e-business* dalam hal ini *e-commerce*, tentu akan meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan terhadap produk-produk dari

luar daerah, pelaku usaha yang menerapkan *e-commerce* akan terus melakukan inovasi produk, agar dapat bertahan dari guncangan produk pesaingnya. Sehingga daya saing terhadap produk yang dihasilkan akan terus ditingkatkan guna memperluas pangsa pasar. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM, tentunya akan semakin besar pemasaran yang dilakukan. Oleh karena itu, dari pernyataan di atas membuat peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana dampak bagi *home industry* atau UMKM, apabila beralih ke industri digital atau menggunakan digitalisasi baik dalam pemasarannya, transaksi pembayaran, maupun pendistribusian, serta promosi produk-produk yang dihasilkannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan permasalahan pada adalah:

1. Bagaimana dampak yang diakibatkan dari implementasi *e-commerce* terhadap produktivitas *home industry* atau UMKM makanan lainnya yang ada di Kabupaten Ogan Ilir?
2. Apakah penerapan atau penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan daya saing bagi *home industry* yang ada di Kabupaten Ogan Ilir?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yang berdasarkan dari permasalahan di atas, maka target dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana efek daripada implementasi *e-commerce* pada *home industry* atau UMKM yang ada di Kabupaten Ogan Ilir.
2. Menganalisis apakah dengan menerapkan *e-commerce* dapat memajukan kapabilitas saing UMKM di Kabupaten Ogan Ilir.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari observasi ini nantinya dapat memberikan utilitas yang berkesan :

1. Manfaat Praktis

- a Sebagai referensi agar mendapatkan strategi yang tepat dalam pemasaran komoditas yang dihasilkan.
- b Diharapkan dapat menarik minat industri kecil dari konvensional beralih menjadi *e-business*

2. Manfaat Akademik

- a Diharapkan bagi peneliti, hal ini dapat menambah wawasan, serta mampu memberikan kontribusi bagi pelaku industri.
- b Sebagai bahan referensi dikemudian hari jika meneliti hal yang hampir menyerupai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I., & Sinha, J. (2016). E-Commerce: Adoption Barriers in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in India. *SMS Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 2(2). <https://doi.org/10.21844/smsjei.v2i2.11145>
- Andriyanto, I. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 87–100.
- Badan Pusat statistik. (2020). *Publikasi Statistik E-Commerce 2020*. Bps.Co.Id. <https://bps.co.id>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah UMKM Makanan Di Ogan Ilir*. Badan Pusat Statistik Ogan Ilir. bps.co.id
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Unit Usaha IKM dan IBS Ogan Ilir*. Bps.Co.Id. <https://sumsel.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Penduduk Kabupaten Ogan Ilir 2016-2020*. Bps.Co.Id. [BPS.co.id](https://bps.co.id)
- BAPPENAS. (2012). *Laporan Analisis Daya Saing UMKM Di Indonesia*.
- Baum, D. (1999). “Business Links”, *Oracle Maganize*.
- Bintari, S. R., & Setiartiti, L. (2013). Pengukuran daya saing usaha mikro kecil dan menengah menyongsong masyarakat ekonomi asean. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Ekonomi*, 14(2), 153–162.
- Chiliya, N., K. Chikandiwa, C., & Afolabi, B. (2011). Factors Affecting Small Micro Medium Enterprises’ (SMMEs) Adoption of E-Commerce in the Eastern Cape Province of South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6(10), 28–36. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n10p28>
- Delmayuni, A., Hubeis, M., Studi, P., Manajemen, I., & Pascasarjana, S. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan Di Palembang Strategies to Increase the Competitiveness of Food’s Small Medium Enterprises (SMEs) in Palembang. *Jurnal Buletin Litbang Perdagangan*, 11(1), 97–122.
- Firmansyah, I., Dwi, W., & Helmi, A. (2021). Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Pendekatan Analytic Network Process (ANP). *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(2), 173–187.
- Gunawan, F. D. F. dan B. W. dan YoHanes. (2018). Analisis Structure Conduct Performance (SCP) Pada Industri Peternakan Telur Bebek Di Desa Kencong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri : Persaingan, Monopoli dan Regulasi* (B.

Soetedjo (ed.); Cet 1). PT Pustaka LP3ES Indonesia.

- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Cahyandi, K. (2018). E-Commerce in Small and Medium Enterprises (SMEs) in order to Improve Performance. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 208. <https://doi.org/10.26737/jtmb.v4i2.1025>
- Husen, S. (2016). Dua Strategi Tingkatkan Industri Nasional. In *kementrian Perindustrian Republik Indonesia*. [Kemenprin.go.id](https://www.kemenprin.go.id). <https://www.kemenprin.go.id/artikel/15462/Dua-Strategi-Tingkatkan-Daya-Saing-Industri-Nasional>
- Ikhsan, M., Hasan, M., & Makassar, K. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*, 1(1), 39–40. <https://doi.org/https://ejs.unm.ac.id/JE3S>
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 103–116.
- Kiranaangraeni, S. (2017). *Usaha Kecil Menengah Berbasis Olahan Ikan Di Indonesia : Suatu Tinjauan*. 3(1).
- Kosasih, W. (2018). Peningkatan daya saing industri kecil menengah dengan pendekatan lean manufacturing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 200–210.
- Kuncoro, M. (2008). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.
- Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis* (4th ed.). Erlangga.
- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-Commerce. *Jurnal Sains Sosio Humanior*, 4(2), 569–575.
- Kusnandar, V. B. (2021). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2019-2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id>
- L. R. Gay & P. L. Diehl. (1992). *Research Methods for Business and Management* (S. dan S. (Asia) (ed.)). Macmillan Publishing Company.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia : Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
- Laudon, K. C. & C. G. T. (2017). *E-commerce : Business Technology Society*

(12th ed.). Pearson.

- Maryama, S. (2013). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 73–79.
- Meiryani. (2021). *Memahami Perbedaan Analisis Kualitatif dan Analisis Kuantitatif Dalam Penelitian Ilmiah*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-perbedaan-analisis-kualitatif-dan-analisis-kuantitatif-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Monica, D. A. (2016). *Analisis Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Pada UKM Kota Medan)*. Universitas Negri Sumatra Utara.
- Naylah, M. (2010). *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Dan Prilaku Industri Perbankan Indonesia*.
- Nelly, S. (2021). Digitalization as a Strategy for the Revitalization of Micro , Small and Medium Enterprises (Msmes) During the Covid-19 Pandemic. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology Journal*, 25(6), 384–392. <https://www.annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/5301/4174>
- Padyanawati, Ayu Diah, Hardjomidjojo, H. (2019). Strategi peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah di desa tegalwaru, kabupaten bogor. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agrobisnis*, 7(1), 153–168.
- Pindyck, R. S. dan D. L. R. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (1990). *The Comprtitive Advantage Of Nations* (1928-2007 (former owner) Alfred D. Chandler (Alfred Dupont) (ed.)). Free Press,c1990. <http://id.lib.harvard.edu/alma/990017934940203941/calog>
- Pradana, L. E. dan F. A. J. W. serta D. W. (2018). Merperkuat Daya Saing UMKM Di Wilayah Surabaya Dan Sekitarnya Melalui Pembuatan Perencanaan Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 37–52.
- Pratama, Y. D., & Ony, J. G. (2020). *Analisis Daya Saing UMKM Barbershop di Kota Palembang*. 4(2), 52–61.
- Rahmidani, R. (2015). *Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan, dalam Book of Proceedingspublished by c. SNMEA Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang*.
- Rends, F. T. (2015). E-Commerce Adoption By Micro Small and Medium Sized Enterprises Of Bangladesh. *International Journal of Management*, 6(03), 106–116. www.jifactor.com
- Rie. (2014). E-Commerce. *Kominfo.Go.Id*. bpptik.kominfo.go.id
- Rustian, Lita Apriani, Widiastuti, T. (2020). Daya Saing Usaha Mikro Kecil :

- Modifikasi Porter Diamond Model. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 147–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.37470/1.22.2.169>
- Saputra, A. J., Dawam, M., Feriyansyah, O., Sandrat, T., Ekonomi, F., Sriwijaya, U., Ilir, O. K., & Ilir, O. (2020). Dampak Digitalisasi Pemasaran dan Pembayaran Terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan Berbahan Dasar Ikan Di Provinsi Sumatra Selatan : Sebuah Komparasi Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Buletin Ekonomi*.
- Saputro, R. U. dan A. (2018). *Pelatihan Penerapan E-Commerce Menggunakan Tokopedia Untuk Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Kota Tangerang*. 811–818.
- Setiadi, A. (2017). *Pengertian Sosial Media, Aplikasi Online Shop dan Website*. Kominfo.Go.Id. www.kominfo.go.id
- Silvia. (2021). *Dampak Perkembangan Teknologi Ditinjau Dari Aspek Pendidikan, Marketing, dan Organisasi* [Universitas Sumatra Utara]. repositori.usu.ac.id
- Sisilia. (2017). *E-commerce dan E-business*. Sistem Informasi. si.ittelkom-pwt.ac.id
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–310. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawala.v3i2.28181>
- Sukanta, A. Y. R. dan T. A. (2020). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Cobleng Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-19. *Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 37–53.
- Sukirno, S. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro* (3rd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Supriyadi, E., Merawaty, E. E., & Salim, F. (2017). *Analisis faktor-faktor dalam meningkatkan daya saing industri kecil menengah di tangerang selatan (studi kasus: ikm sepatu)*. 7(2), 115–206. <https://doi.org/10.22146/kawistara.12495>
- Susilo, Y. S. (2010). Strategi meningkatkan daya saing umkm dalam menghadapi implementasi cafta dan mea. *Jurnal Buletin Ekonomi*, 8(2), 70–78.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Andi (ed.); 1st ed.). Andi.
- Teguh, M. (2015). Mengukur Daya Saing Output Di Pasaran International : Komoditi Tunggal Atau Output Industri Sejenis. *Jurnal Manajemen Dan*

Bisnis Sriwijaya, 13(4), 500–506.

Utia Elja Rizki. (2021). *Penerapan E-Commerce Dalam Penguatan Daya Saing Usaha Melalui Startup (Studi Kasus Perusahaan GPS Medan)*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.

Wiyadi. (2009). Pengukuran indeks daya saing industri kecil menengah (ikm) di jawa tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 13(1), 77–92.

Zhang, Xiaheng, Y. H. (2020). Impact of COVID-19 on Small and Medium Sized Cross-border E-commerce Enterprises and Suggestions. *International Journal of Frontiers in Engineering Technology*, 2(2), 71–80. <https://doi.org/10.25236/IJFET.2020.020207>