

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE TERHADAP DAYA SAING USAHA PADA UKM FASHION DI UPTD PASAR CIPANAS KABUPATEN CIANJUR

Ayu Arianti Putri¹, Trustorini Handayani²

Ayuaryantip@gmail.com¹, Trustorini.handayani@email.unikom.ac.id²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

ABSTRACT

This reasearch aims to knowing the effect of Entrepreneurship and E-Commerce Competence on the competitiveness of Fashion SMEs in UPTD Cipanas Market, Cianjur Regency. The sampling method used was saturated or census sampling consisting of 67 respondents The method of analysis in this study used descriptive and verification analysis consisting of multiple linear regression analysis, classic assumption test, Correlation Analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing.

The results of the study are based on descriptive analysis, showing that entrepreneurship competency variables are categorized sufficiently and e-commerce variables are categorized sufficiently and competitiveness variables are categorized sufficiently. whereas the verification analysis shows that Entrepreneurship Competition partially has a positive effect on Competitiveness. Particularly the adoption of e-commerce has a positive effect on competitiveness. And Entrepreneurship and E-commerce Competency simultaneously have a positiv influence on Competitiveness.

Keywords: **Entrepreneurship Competence, E-Commerce, Competitiveness**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap daya saing pada UKM *Fashion* di UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur. Metode penarikan sample yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus terdiri dari 67 responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, Analisis Korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif, menunjukkan pada variabel kompetensi kewirausahaan dikategorikan cukup dan pada variabel *e-commerce* dikategorikan cukup serta pada variabel daya saing dikategorikan cukup. sedangkan analisis secara verifikatif menunjukkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap Daya Saing. Penerpan *E-Commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap Daya Saing. Dan Kompetensi Kewirausahaan dan *E-commerce* secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap Daya Saing.

Kata Kunci : Kompetensi Kewirausahaan, E-Commerce, Daya Saing

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat pada tahun 2016 ada sekitar 4,5 jt unit usaha. Banyaknya UKM yang ada di Jawa Barat merupakan kekuatan tersendiri bagi pergerakan perekonomian wilayah. Sedangkan di Jawa Barat yang salah satunya Kab. Cianjur memiliki jumlah UKM sebanyak 249.061 unit usaha. Dari sekian banyak pelaku UKM yang ada di Kab. Cianjur, salah satunya pelaku UKM yang ada di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pasar Cipanas. Disana banyak terdapat UKM dari mulai bidang fashion, Makanan, serta elektronik. Semakin banyak UKM yang berdiri semakin tinggi pula persaingan UKM di wilayah tersebut.

Daya saing yang dirasakan oleh pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas kabupaten Cianjur relatif tinggi hal ini dikarenakan kemampuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha, kurang diimplementasikan pada usaha yang dijalani seperti menjual produk yang lebih inovatif yang bisa membuat pelaku usaha tersebut unggul dari pesaing serta sulit bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya meskipun memiliki kemampuan akan usaha yang dijalani selain itu memasarkan produk melalui jejaring sosial di anggap tidak meningkatkan penjualan hal ini bisa diakibatkan pelaku usaha kurang memiliki pengetahuan mengenai pemasaran produk secara luas serta kurangnya mengadakan promosi dan discout yang dapat memikat pembeli.

Selanjutnya, permasalahan yang di alami oleh pelaku usaha di UPTD pasar Cipanas Kab. Cianjur yaitu kurangnya modal dalam mengembangkan usaha yang menjadi faktor pelaku usaha menggunakan e-commerce karena dapat menekan biaya promosi dan biaya-biaya lainnya. Selain itu kurangnya pelayanan pada pembeli yang melakukan pembelian secara online dikarenakan kesibukan yang dialami pelaku usaha di toko, padahal pelayanan adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing supaya lebih unggul dari pesaing.

Daya saing yang tinggi yang dirasakan, pelaku usaha mengeluhkan harga produk yang tidak dapat bersaing dengan penjual lain dikarenakan harga produk yang dijual online merupakan barang grosir yang harganya jauh lebih murah, selain itu selalu menjual produk yang sedang tren dan mengikuti penjual lainnya karena sudah jelas produk yang sedang digemari oleh masyarakat.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kompetensi Kewirausahaan pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
2. Bagaimana E-Commerce pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
3. Bagaimana Daya Saing di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
4. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur secara parsial dan simultan

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kompetensi Kewirausahaan yang dilakukan pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
2. Untuk mengetahui E-Commerce pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
3. Untuk mengetahui Daya Saing pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing pada pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur secara parsial dan simultan.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Menurut **Reniaty** (2013:60) “kompetensi kewirausahaan adalah suatu kesatuan dari pengetahuan (knowledge), kecakapan (ability), dan keterampilan (skill), yang bersifat dinamis yang diperagakan oleh seorang wirausaha/organisasi sehingga terpancarkan dari perilakunya untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya secara berkesinambungan”.

Menurut **Ishak** (2011) indikator kompetensi kewirausahaan yaitu:

1. Self Knowledge (memiliki pengetahuan), yaitu memiliki kemampuan tentang yang akan dilakukan atau yang sedang ditekuninya.
2. Practical knowledge (pengetahuan praktik), yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknis, pembukuan, desain, pemrosesan, administrasi dan pemasaran.
3. Communication Skill (keahlian berkomunikasi), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Pengertian E-Commerce

Menurut **Maulana Shabur, Riyadi dan Heru** (2015:3) “pengertian dari e-commerce adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk”.

Menurut **Dewa dan Ida** (2017: 273) menyebutkan ada beberapa indikator e-commerce yang diyakini dapat meningkatkan daya saing yaitu:

1. Mudah diakses
Karena penjualan dengan berbasis internet maka kecepatan dalam mengakses pun oleh konsumen telah memberikan nilai yang lebih dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha. Hal ini disebabkan dengan akses yang cepat, konsumen akan tertarik dengan pelayanan yang diberikan dan mencoba membeli produk yang kita hasilkan.
2. Transaksi mudah dilakukan
Kemudahan yang dirasakan oleh konsumen pada saat melakukan order dan pembayaran, akan membuat konsumen nyaman dengan transaksi yang dilakukan.
3. Permodalan
Dalam memanfaatkan e-commerce pelaku usaha tidak mesti memiliki modal yang banyak. Karena dapat digunakan dengan barang yang di pakai sehari-hari seperti smartphone dan dipastikan memiliki akses untuk internet. Serta pemanfaatan e-commerce dapat membantu pelaku usaha yang mengalami kendala kurangnya modal, karena dengan e-commerce dapat mengurangi biaya promosi serta melakukan perluasan pangsa pasar selain itu berpeluang untuk mencapai pasar global.
4. Transaksi aman
Dapat dipastikan bahwa konsumen merasa percaya dengan transaksi pembayaran yang dilakukan. Selain itu di pastikan juga no rekening bank yang digunakan menggunakan nama pelaku usaha. Jika sudah mendapat kepercayaan dari pelanggan.
5. Proses pelayanan cepat
Pada saat menerima order terhadap produk yang dijual, harus sesegera mungkin di respon, jangan biarkan konsumen untuk menunggu apalagi hingga berhari-hari. Terutama

pada saat pembayaran sudah dilakukan sebaiknya langsung kemas produk yang dipesan dan langsung mengirimkannya ke alamat konsumen.

Pengertian Daya Saing

Menurut **Rukmanasari (2016: 38)**: “Daya Saing adalah usaha serta kemampuan dari sebuah perusahaan untuk memberikan nilai lebih kepada produk yang dihasilkan dan mendapatkan nilai lebih dari konsumen karena harga jual yang tinggi dan manfaat dari produk tersebut”.

Menurut **Eddy Soeryanto Soegoto dan Raeni Dwi Santy (2013)** “The more dynamic and diapsar competition requires companies to be able to develop its strategic capabilities through the creation and delivery of superior customer value for its customers so ultimately become a competitive advantage.”

Yang diartikan “persaingan lapangan yang lebih dinamis dan sangat memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kemampuan strategis dengan menciptakan dan memberikan pelanggan nilai pelanggan yang sangat baik, sehingga pada akhirnya hal tersebut menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan”.

Menurut **Dahlia, dkk (2015:82)** Daya Saing adalah kebutuhan yang dimiliki oleh perusahaan dan tidak dimiliki pesaingnya yang menjadikan perusahaan tersebut lebih unggul dibanding dengan pesaingnya. Perusahaan dapat meraih competitive advantage melalui dua cara yaitu:

1. By Lower Cost yaitu kemampuan perusahaan untuk mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan dengan pesaingnya.
2. By differentiation yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai lebih (superior value) kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan produk yang unik atau spesial serta pelayanan jasa yang lebih baik dibanding dengan pesaingnya.

KERANGKA PEMIKIRAN

Secara umum di Indonesia terjadi kesenjangan antara jumlah lowongan pekerjaan dengan jumlah pencari kerja. Dengan kurangnya lowongan pekerjaan yang tersedia serta keterbatasan kemampuan pemerintah untuk menyediakan pekerjaan, hal tersebut yang mendorong masyarakat untuk menciptakan usahanya sendiri. Banyaknya usaha yang diciptakan masyarakat memiliki manfaat yang begitu besar. Selain dapat menyerap tenaga kerja, usaha tersebut juga sebagai generator pembangunan lingkungan, baik dibidang produksi, distribusi, kesejahteraan dan sebagainya.

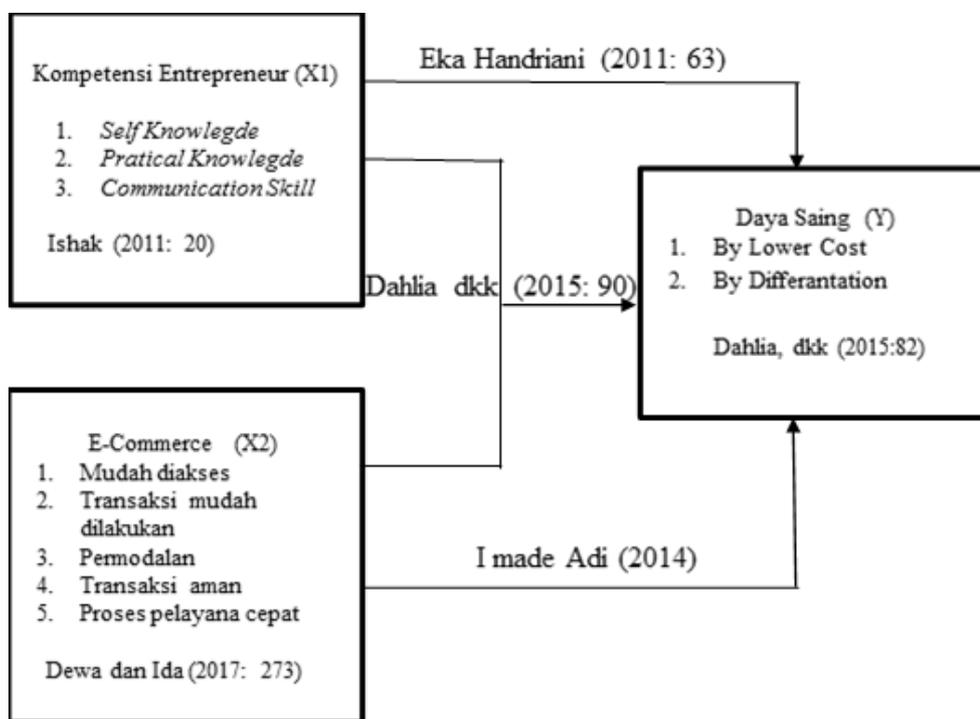
Menciptakan usaha tidak semudah yang dibayangkan. Kegiatan usaha yang dijalani harus dibekali dengan kemampuan dan pengetahuan yang mumpuni. kemampuan akan usaha yang dijalani akan membentuk sebuah usaha yang ideal untuk dikembangkan. Semakin berkompetensi pelaku usaha mengenai usaha yang ia jalani, semakin mudah untuk pelaku usaha tersebut mengelola usahanya. Dengan demikian kompetensi kewirausahaan dalam menjalankan usaha sangatlah penting.

Dengan kemampuan yang dimiliki seorang pelaku usaha diharapkan mampu mengembangkan usaha yang dimiliki dengan inovatif agar unggul dari pesaing. Tak terkecuali persaingan dalam dunia digital. Kini teknologi telah mengalami perkembangan terutama dalam dunia usaha. Agar menjadi usaha yang lebih unggul dari pesaing, seorang pelaku usaha harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang ada diimbangi dengan pengetahuan yang dimiliki.

Dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk pengembangan usaha, membuat pelaku usaha berinovasi dengan melakukan penjualan dan pembelian melalui jejaring internet atau biasa disebut dengan istilah e-commerce. Peluang ini harus di manfaatkan oleh pelaku

usaha agar tetap bertahan dalam persaingan. Pada penggunaannya e-commerce dinilai dapat mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha seperti biaya pemasaran, promosi dan lain-lain. Selain itu penggunaan e-commerce pada pelaku usaha dapat memberikan manfaat yang sangat besar yaitu perluasan usaha, penambahan pelanggan dan kemudahan transaksi yang dirasakan oleh konsumen yang akan membuat meningkatnya daya saing usaha.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat mengembangkan usahanya, terutama dengan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media untuk jalannya usaha. Terutama pada pelaku UKM untuk tetap bertahan pada persaingan, karena dengan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki serta penggunaan transaksi online e-commerce dapat meningkatkan daya saing usaha yang dijalani yang diharapkan dapat membuat lebih unggul dari pelaku usaha lainnya.



Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah. Jawaban tersebut masih diuji kebenarannya. Seorang peneliti pasti akan mengamati sesuatu gejala, peristiwa, atau masalah yang menjadi fokus perhatiannya. Sebelum mendapatkan fakta yang benar, mereka akan membuat dugaan tentang gejala, peristiwa, atau masalah yang menjadi titik perhatiannya tersebut. Hipotesis efektif adalah hipotesis yang searah atau mendukung judul, masalah dan tujuan penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis

Adanya pengaruh kompetensi kewirausahaan dan e-commerce terhadap daya saing pada UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.

Sub Hipotesis

H1 : Pengetahuan Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap daya saing pada UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.

H2 : E-commerce berpengaruh terhadap daya saing pada UKM di UPTD Pasar Cipanas Kab. Cianjur.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Analisis pada penelitian ini adalah UKM di UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.

Metodologi Penelitian

Didalam penelitian ini yang akan digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi berganda dan menguji secara simultan dan parsial.

Teknik Penentuan Data

Menggunakan 2 golongan data yang nantinya akan diolah yaitu:

1. Populasi
Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah UKM di UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur
2. Sampel yang digunakan seluruh pelaku UKM di UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur yang sudah menerapkan *e-commerce* sebanyak 67 pelaku usaha. Karena sampel kurang dari 100 maka digunakan teknik sampel jenuh yaitu sensus.

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Pengujian Koefisien Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.443	,908		-.488	,627
	Kompetensi Kewirausahaan	,183	,056	,347	3,285	,002
	Penerapan E-Commerce	,350	,069	,539	5,100	,000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar -0.443 sementara untuk bX_1 sebesar 0.183, dan bX_2 sebesar 0.350, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Nilai a, b1, dan b2 dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = -0.443 + 0.183X_1 + 0.350X_2 + \epsilon$$

a (konstanta) = -0,443 Dari persamaan linier berganda di atas dapat dilihat besarnya konstanta adalah -0.443 artinya jika Kompetensi Kewirausahaan dan *E-Commerce* bernilai 0, maka Daya Saing akan tetap bernilai -0.443.

b1= 0,183

Koefisien Regresi Variabel Kompetensi Kewirausahaan sebesar 0.183 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Kompetensi Kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Daya Saing sebesar 0.183.

b2= 0.350

Koefisien Regresi Variabel E-Commerce sebesar 0.350 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan E-Commerce sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Daya Saing sebesar 0.350.

Analisis Koefisien Korelasi Simultan Hasil Pengujian Determinasi (R-square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	,695	,685	1,31680

a. Predictors: (Constant), Penerapan E-Commerce, Kompetensi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Daya Saing

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.695 atau 69.5% hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing sedangkan sisanya sebesar 30.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah orientasi pasar, sikap kewirausahaan dan lain sebagainya. Upaya untuk meningkatkan daya saing juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain karena seorang wirausaha harus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen serta berorientasi pada pasar untuk dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan usaha dengan melihat keadaan pasar agar mampu bertahan dalam persaingan.

Koefisien Determinasi Parsial

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	Kompetensi Kewirausahaan	,347	,756	,380	,227
	E-Commerce	,539	,802	,538	,352

1. Kompetensi Kewirausahaan (X1) = $0.347 \times 0.756 = 0.262$ atau 26.2%
2. E-Commerce (X2) = $0.539 \times 0.802 = 0.432$ atau 43.2%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap Daya Saing adalah E-Commerce sebesar 43.2%, sementara pengaruh selanjutnya adalah Kompetensi Kewirausahaan sebesar 26.5%.

Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F)

ANOVA^a

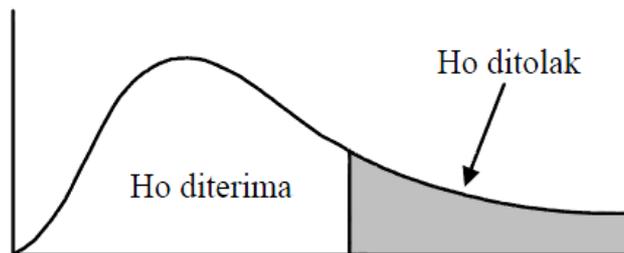
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252,788	2	126,394	72,893	,000 ^b
	Residual	110,973	64	1,734		
	Total	363,762	66			

a. Dependent Variable: Daya Saing

b. Predictors: (Constant), Penerapan E-Commerce, Kompetensi Kewirausahaan

Dari output tabel diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 72.893, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$ dan untuk $df_2 = n - k = 67 - 3 = 64$ sehingga didapat $f_{tabel} (2 ; 64)$ sebesar 3.15 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel} (72.893 > 3.15)$ dan sig (0.000 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.

Jika digambarkan dalam kurva hipotesis, maka akan tampak sebagai berikut:



Gambar 4.1

Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 72.893 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce memiliki pengaruh yang positif terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

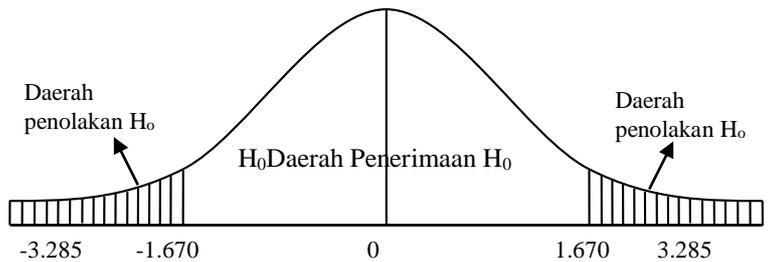
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,443	,908		-,488	,627
	Kompetensi Kewirausahaan	,183	,056	,347	3,285	,002
	Penerapan E-Commerce	,350	,069	,539	5,100	,000

a. Dependent Variable: Daya Saing

a. Hipotesis X_1

- H_{01} . $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel Kompetensi Kewirausahaan terhadap Variabel Daya Saing.
- H_{2} . $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel Kompetensi Kewirausahaan terhadap Variabel Daya Saing.

Dari output tabel diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (X_1) sebesar 3.285, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk $df = (\alpha ; n-k-1) = 0.05 ; 67 - 2 - 1 = (0.05 ; 64)$ yaitu 1.670, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.285 > 1.670$) dan sig ($0.002 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.



Gambar 4.2

Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Kompetensi Kewirausahaan terhadap Daya Saing

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 3.285 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.

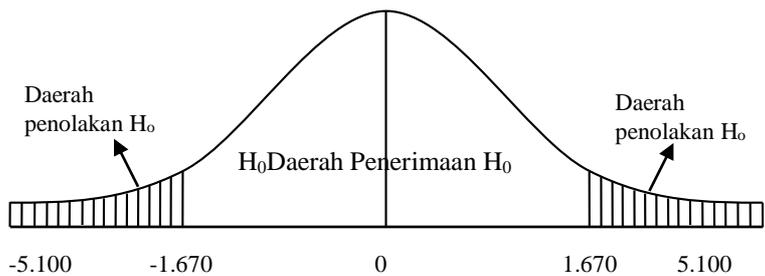
b. Hipotesis X_2

- H_{01} . $\beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel E-Commerce terhadap Variabel Daya Saing.
- H_2 . $\beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel E-Commerce terhadap Variabel Daya Saing.

Dari output tabel didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel *E-Commerce* (X_2) sebesar 5.100, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk $df = (\alpha ; n-k-1) = 0.05 ; 67 - 2 - 1 = (0.05 ; 64)$ yaitu 1.670, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.100 > 1.670$) dan sig ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara *E-Commerce* terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.3

Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji E-Commerce terhadap Daya Saing



Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 5.100 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa *E-Commerce* memiliki pengaruh yang positif terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi Kewirausahaan yang didalamnya diukur melalui tiga indikator, yaitu *Self Knowledge*, *Practical Knowledge* dan *Communication Knowledge*. Indikator *Communication Knowledge* memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator *Practical Knowledge* memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangan bahwa pelaku usaha masih perlu untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan.
2. *E-Commerce* yang ada di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur berada pada kategori cukup baik, terdiri dari lima indikator yaitu Mudah Diakses, Transaksi Mudah Dilakukan, Permodalan, Transaksi Aman, dan Proses Pelayanan Cepat. Indikator Transaksi Aman memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Proses Pelayanan Cepat memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi di lapangan bahwa pelaku usaha belum mampu menerapkan *E-Commerce* secara maksimal.
3. Secara keseluruhan variabel Daya Saing terdiri dari dua indikator, yaitu *Lower Cost* dan *Differentiation*. Indikator *Lower Cost* memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator *Differentiation* memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Hal ini terbukti sesuai dengan kondisi di lapangan bahwa pelaku usaha harus lebih mampu untuk meningkatkan tingkat daya saing dari setiap usaha yang dimilikinya..
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara Kompetensi Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Daya Saing, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif dari Kompetensi Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Daya Saing di UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur.

SARAN

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Daya Saing pelaku usaha pada UKM Fashion pada UPTD Pasar Cipanas Kabupaten Cianjur, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Penerapan Kompetensi Kewirausahaan berjalan cukup baik namun adapun saran yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan menambah pengetahuan dan wawasan terkait fashion yang berkembang di masyarakat sehingga produk yang dijual bisa cepat laris di pasaran. Selain itu pemahaman mengenai marketing melalui media sosial instagram ataupun marketplace seperti tokopedia ataupun shopee bisa menjadi hal yang penting untuk meningkatkan penjualan produk setiap pelaku usaha
2. Dalam hal *E-Commerce* pelaku usaha diharapkan bisa lebih cepat dalam menanggapi setiap pemesanan yang di lakukan oleh konsumen karena hal ini berkaitan dengan kepuasan pelayanan konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah pelaku usaha harus lebih fokus serta meningkatkan pelayanan dalam penjualan online. Selain itu pelaku usaha juga harus lebih intens dalam melakukan promosi seperti discount dsb.
3. Daya Saing pelaku UKM di UPTD pasar Cipanas Kabupaten Cianjur sudah berjalan cukup baik, namun terdapat hal yang disarankan untuk lebih berani dalam menjual produk yang

berbeda dengan pesaing sehingga konsumen tidak akan jenuh, selain itu menjual produk yang berbeda dari pesaing juga dapat memberikan ciri khas kepada pelaku usaha sehingga akan mudah dikenali oleh konsumen dan hal ini dapat membuat pelaku usaha lebih unggul dari pesaing.

4. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Daya Saing adalah positif, maka untuk meningkatkan Daya Saing pelaku UKM di UPTD pasar Cipanas Kabupaten Cianjur, maka para pelaku usaha harus meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan dan E-Commerce yang sudah menjadi lebih baik sehingga Daya Saing akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, Dewa Ayu, & Ida Bagus Dharmadiaksa. 2017. Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausah. 20(1).
- Dahlia, Meidylisa Patty & Dian Utami Sutikno. 2015. Pengaruh Kompetensi Entrepreneur, Penggunaan Teknologi Informasi, Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing menuju Asean Economic Community. ISBN: 978-602-9238-60-0 hal. 82
- Eddy Soeryanto Soegoto & Raeni Dwi Santy. 2013. Market Orientation And Product Innovation And The Effect On Competitive Advantage (Survey On Angklung in Padasuka Bandung).
- Handriani, Eka. 2011. Pengaruh Faktor Internal Eksternal, *Entrepreneurial Skill*, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*. 7 (1).
- Hasan, Ishak. 2011. Isue Pendidikan NAD: Menanam Nilai Moral, Mengejar Mutu Lulusan, dan Memperluas Praktek Kewirausahaan. Makalah Seminar Nasional. FKIP Unsyiah. Banda Aceh
- Maryama, Siti. 2013. Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*. 2(1): 74.
- Maulana Shabur Miftah, dan Riyadi Heru Susilo. 2015. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). 29 (1).
- Pranata, I Made Adi & Darma, Gede Sri. 2014. Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 11 (1): 70.
- Reniaty. 2013. Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Bisnis Sebuah Desain. Kreativitas Organisasi Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Studi Pada Industri Batik Pesisir Dcirebon, Pekalongan dan Pamekasan. *Indonesia Journal Of Economics and Business*, Vol.2 No 2 Agustus
- Rukmanasari, Sulistya Umie. 2016. Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*. 3(1): 22-23