

**PENGARUH INOVASI DAN LITERASI BISNIS DIGITAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PELAKU UMKM KULINER RUMAHAN
YANG TERDAFTAR GOFOOD DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Pendidikan Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



Disusun oleh :

NIA ANANDA PUTRI

NIM 18053117

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

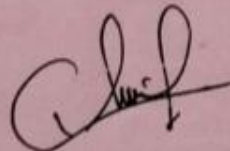
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI DAN LITERASI BISNIS DIGITAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PELAKU UMKM KULINER RUMAHAN
YANG TERDAFTAR GOFOOD DI KOTA PADANG**

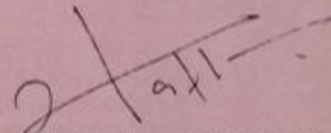
Nama : Nia Ananda Putri
BP/NIM : 2018 / 18053117
Keahlian : Administrasi Perkantoran
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi

**Disetujui oleh
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi**

**Padang, Agustus 2022
Pembimbing**



**Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP 19820311 200501 2 005**



**Rita Syofyan, S.Pd, M.Pd.E
NIP 19900121 201504 2 002**

HALAMAN PENGESAHAN LULUS SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

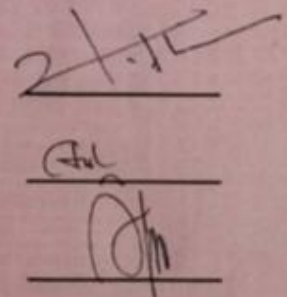
PENGARUH INOVASI DAN LITERASI BISNIS DIGITAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PELAKU UMKM KULINER RUMAHAN
YANG TERDAFTAR GOFOOD DI KOTA PADANG

Nama : Nia Ananda Putri
BP/NIM : 2018 / 18053117
Keahlian : Administrasi Perkantoran
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

1. Rita Syofyan, S.Pd, M.Pd, E. (Ketua)
2. Sri Arita S.Pd MPd.E (Anggota)
3. Jean Elikal Marna S.Pd MPd.E (Anggota)



Handwritten signatures of the three members of the thesis defense team, each written over a horizontal line.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nia Ananda Putri
BP/NIM : 2018/18053117
Keahlian : Administrasi Perkantoran
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
No Handphone : 082283629283
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi dan Literasi Bisnis digital Terhadap Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Kuliner Rumahan Yang Terdaftar GoFood di kota Padang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini Sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang telah berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2022
Saya menyatakan:



Nia Ananda Putri
NIM. 18053117/2018

ABSTRAK

Nia Ananda Putri (18053117) : Pengaruh Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Terhadap Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Kuliner Rumahan yang Terdaftar GoFood di Kota Padang

Pembimbing : Rita Syofyan, S.Pd, M.Pd.E

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang, (2) (1) Pengaruh literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang, (3) Pengaruh inovasi dan literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang,

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 75 UMKM dengan menggunakan *proportional non random sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah kuesioner. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang dengan nilai Sig $0.011 < 0.05$, literasi bisnis digital berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang dengan Sig $0.002 < 0.05$, inovasi dan literasi bisnis digital berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang dengan Sig $0.024 < 0.05$.

Keywords : Keunggulan Bersaing, Inovasi, Literasi Bisnis Digital

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Terhadap Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Kuliner Rumahan yang Terdaftar GoFood di Kota Padang”**.

Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan perubahan kepada umat manusia untuk menjadi manusia yang berilmu dan berakhlak mulia seperti saat ini.

Dari hati yang tulus, ikhlas dan rasa syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Ibu Rita Syofyan, S.Pd, M.Pd.E selaku pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing peneliti untuk penulisan skripsi ini. Semoga ilmu kebaikan Ibu memperoleh balasan yang berkah dan menjadi amal saleh bagi kita semua..Amin. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dekan serta Wakil Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan, beserta Ibu Rani Sofya, S.Pd, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas iii Ekonomi, yang telah memberikan kemudahan dan arahan dengan sabar sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

3. Ibu Sri Arita S,Pd, M.Pd.E selaku penguji 1 yang telah mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Jean Elikal Marna S.Pd, M.Pd.E selaku penguji 2 yang telah mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam kelancaran administrasi dan perolehan buku-buku penunjang selama perkuliahaan hingga penyusunan skripsi ini.
6. Teristimewa, terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi nia dukungan untuk selalu berjuang dan semangat dalam penulisan skripsi ini, pencapaian dalam penulisan skripsi ini tidak lain dan bukan berkat doa dari mamapapa. Semoga mamapapa sehat selalu dan bangga mempunyai anak seperti nia. Terima kasih juga untuk saudara kandungku satu satunya da iin, kakak iparku kak Tata, dan ponakanku Arkhan yang selalu memberikan doa dan dukungan yang terbaik untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa, kepada Rizky Ujjiansyah Pratama S.kom terima kasih kepada mantan pacar saya yang saat ini alhamdulillah sudah sah menjadi suami saya. Terima kasih atas doa, dukungan, serta memberikan pesan moril dan materil selama penyelesaian skripsi ini, Terima kasih sudah menghalalkan saya sebelum saya wisuda nanti. Semoga rumah tangga yang kita bangun menjadi keluarga yang sakinah, mawaddah, dan warahmah hingga

mencapai surga-NYA Allah SWT. Terimakasih juga kepada kedua mertua saya, abang ipar bg Danu, dan kedua adik ipar saya Jihan Alya dan Viola Fatiha yang sudah memberikan dukungan untuk penyelesaian skripsi ini.

8. Teruntuk sahabat, kakak, yang saya sayangi terima kasih atas doa, semangat, dan memberikan hiburan dan kenangan yang indah. Nurul Fadila, Fadilla Hidayatul selaku sahabat saya di kampus, Diny Nadira sahabat saya sejak SMP, kak Ghea yang selalu jadi teman curhat, kak Fadilla Ulfah yang sudah membimbing saya untuk belajar hingga akhir dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kebaikan yang kalian lakukan akan membawa hal yang baik juga untuk kita semua dan silaturahmi kita tetap terjaga.
9. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan menunjang demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2022

Nia Ananda Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	15
1. Keunggulan Bersaing.....	15
a. Pengertian Keunggulan Bersaing.....	15
b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	16
c. Indikator Keunggulan Bersaing	18
2. Inovasi.....	19
a. Pengertian Inovasi.....	19
b. Tujuan Inovasi.....	20
c. Tipe-Tipe Inovasi.....	21
d. Indikator Inovasi	21

3. Literasi Bisnis Digital	22
a. Pengertian Literasi Bisnis Digital	22
b. Prinsip Dasar Literasi Bisnis Digital.....	23
c. Manfaat Literasi Bisnis Digital	24
d. Tantangan Literasi Bisnis Digital	25
e. Indikator Literasi Bisnis Digital	25
B. Penelitian Relevan	27
C. Kerangka Konseptual.....	30
D. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
a. Populasi.....	32
b. Sampel.....	33
D. Jenis dan Sumber Data.....	34
a. Jenis Data	34
b. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Definisi Operasional	36
1. Keunggulan Bersaing (Y)	36
2. Inovasi (X1)	36
3. Literasi Bisnis Digital (X2).....	37
G. Instrument Penelitian	37
1. Bentuk Instrument.....	37
2. Penyusunan Instrument.....	39
H. Teknik Pengujian Instrument.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reabilitas	40
I. Teknik Analisis Data.....	41

1. Analisis Deskriptif	41
2. Analisis Induktif.....	43
3. Analisis Regresi Linier Berganda	45
4. Uji Hipotesa	46
BAB IV PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Profil Singkat Gofood di Kota Padang	48
2. Visi Misi Gojek.....	49
a. Visi PT. Gojek Indonesia.....	49
b. Misi PT. Gojek Indonesia	49
B. Karakteristik Responden	50
C. Deskripsi Variabel Penelitian	50
1. Keunggulan Bersaing (Y)	50
2. Inovasi (X ₁).....	57
3. Literasi Bisnis Digital (X ₂)	62
D. Analisis Hasil Penelitian	68
1. Uji Persyaratan Analisis.....	68
a. Uji Normalitas.....	68
b. Uji Multikolinieritas.....	70
c. Uji Heteroskedastisitas.....	71
2. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	72
3. Analisis Regresi Berganda.....	74
4. Uji Kelayakan Model	76
a. Uji F (F-Test)	76
b. Uji Hipotesa (Uji t)	77
E. Pembahasan.....	79

1. Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Rumahan yang Tedaftar GoFood di Kota Padang	79
2. Pengaruh Literasi Bisnis Digital Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM kuliner rumahan yang tedaftar GoFood di	

Kota Padang	82
3. Pengaruh Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang	84
F. Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Observasi Awal Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Pada UMKM Rumahan Mitra GooFood di Kota Padang.....	8
2. Alternatif Pilihan Jawaban dan Bobot Jawaban.....	38
3. Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	39
4. Kriteria Besarnya Koefisien Reabilitas.....	40
5. Reabilitas Hasil Uji Coba.....	41
6. Kriteria Tingkat Capaian Responden.....	43
7. Deskriptif Keseluruhan Variabel Penelitian.....	50
8. Tingkat Capaian Responden Variabel Keunggulan Bersaing	51
9. Deskripsi Indikator Keunggulan Diferensiasi Produk.....	52
10. Deskripsi Indikator Keunggulan Segmentasi Produk.....	54
11. Deskripsi Indikator Keunggulan Memasuki Pasar	56
12. Tingkat Capaian Responden Variabel Inovasi	57
13. Deskripsi Indikator Inovasi Produk.....	58
14. Deskripsi Indikator Inovasi Proses.....	60
15. Deskripsi Indikator Inovasi Pasar	61
16. Tingkat Capaian Responden Variabel Literasi Bisnis Digital.....	63
17. Deskripsi Indikator <i>Internet Searching</i>	64
18. Deskripsi Indikator <i>Content Evaluation</i>	66
19. Deskripsi Indikator <i>Knowledge Assembly</i>	67
20. Hasil Uji Normalitas	69
21. Hasil Uji Multikolinearitas	71
22. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
23. Analisis Korelasi.....	73
24. Analisis Regresi Berganda.....	74
25. Koefisien Determinasi	75
26. Uji F	76

27. Uji t 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Rating UMKM Rumahan Mitra GoFood di Kota Padang.....	5
2. Hasil Observasi Awal Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Rumahan Mitra GooFood di Kota Padang.....	7
3. Kerangka Berfikir	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lampiran 1 Kuesioner Uji Coba Penelitian	93
2. Lampiran 2 Tabulasi Hasil Uji Coba Penelitian	94
3. Daftar 3 30 Uji Coba Penelitian.....	100
4. Lampiran 4 Tabulasi Hasil Uji Coba	101
5. Lampiran 5 Uji Reabilitas	107
6. Lampiran 6 Uji Validitas	109
7. Lampiran 7 Kisi-Kisi Angket Penelitian	111
8. Lampiran 8 Kuesioner Penelitian.....	112
9. Lampiran 9 Daftar 75 Sampel Penelitian.....	118
10. Lampiran 10 Foto Penelitian.....	121
11. Lampiran 11 Tabulasi Hasil Penelitian.....	124
12. Lampiran 12 Uji Normalitas	135
13. Lampiran 13 Uji Multikolinearitas	136
14. Lampiran 14 Uji Heteroskedastisitas	137
15. Lampiran 15 Analisis Korelasi	138
16. Lampiran 16 Analisis Regresi Berganda	139
17. Lampiran 17 Koefisien Determinasi.....	140
18. Lampiran 18 Uji F.....	141
19. Lampiran 19 Uji t.....	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 telah menyebar di Tanah Air pada awal Maret 2020 lalu, yang mengakibatkan perekonomian masyarakat sangat tidak stabil. Hal ini diberlakukannya kebijakan oleh pemerintah untuk mencegah penularan covid-19 yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), sehingga adanya masyarakat yang kehilangan pekerjaan, melaksanakan pekerjaan dirumah (WFH) bahkan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sangat sulit untuk memasarkan produknya. Dengan pembatasan masyarakat kegiatan masyarakat yang membawa dampak melemahnya perekonomian.

Kondisi ekonomi yang sangat lemah ini, dibutuhkannya suatu layanan yang mampu menolong masyarakat dalam membangun perekonomian yang stabil yaitu layanan *platform digital* memberikan akses kepada pelaku UMKM terutama di bidang kuliner untuk memasarkan produknya. Masyarakat pun sangat dimudahkan dan diberi rasa aman, nyaman, di masa pandemi ini tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Berkat layanan *platform digital* ini, pelaku UMKM yang menggantungkan usahanya dari penjualan di dunia maya tersebut dapat tumbuh dan berkembang di masa pandemi Covid-19. Masyarakat yang khawatir akan terpapar virus jika keluar rumah di masa pandemi, sangat dimudahkan dengan hanya mengandalkan ponsel pintarnya, tetap dapat membeli berbagai keperluan sehari-hari. Pelanggan hanya

perlu membuka aplikasi Gojek, pilih layanan GoFood dan secepat kilat langsung menemukan kuliner favorit disertai sejumlah promo. Guna membangkitkan produk perekonomian pelaku kuliner dari UMKM, sehingga dapat produktif ditengah pandemi, Gojek pun memberikan promo kulineran. Pengguna aplikasi ini untuk memesan makanan dan minuman bisa pilih menu sesuka hati yang cocok di hati.

Berdasarkan rilis pada Jumat 15 Oktober 2021, *Chief Food Officer* Gojek *Group*, Catherine Hindra Sutjahyo menyampaikan walaupun sudah berhasil pivot ke *platform online*, UMKM kuliner masih menghadapi tantangan dalam memastikan keberlanjutan bisnis. Dukungan edukasi dan pengembangan kapasitas melalui Komunitas *Partner GoFood* (KOMPAG) penting dilakukan agar UMKM dapat meningkatkan keterampilan dan mampu bersaing.

Menurut artikel presidenri.go.id terdapat 56 juta pelaku UMKM dan 70% diataraya UMKM kuliner. UMKM kuliner ini berpotensi menjadi penggerak perokonomian Indonesia. UMKM kuliner mempunyai peran penting dalam perekonomian karena UMKM kuliner ini dapat mengatasi pengangguran. UMKM kuliner merupakan bisnis yang tidak akan pernah mati. UMKM kuliner terus berkembang pesat seiring permintaan konsumen yang terus bertambah dan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam.

UMKM kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang terdampak di masa pandemi, agar dapat terus bertahan, sebanyak 42% UMKM menggunakan *platform digital* dan media sosial sebagai antisipasi kebijakan PPKM. Di

GoFood, 43% UMKM yang bergabung menjadi mitra usaha merupakan pengusaha pemula dan sebanyak 250 ribu kuliner baru *go online* di GoFood pada masa pandemi 2021. Hal ini menjadi perhatian tersendiri bagi GoFood untuk dapat berperan aktif mendorong UMKM *go online* dan bertahan ditengah masa pandemi.

Semakin banyaknya UMKM yang menjadi mitra *go online* di GoFood, maka dibutuhkan inovasi dan literasi bisnis yang kuat agar UMKM mampu bersaing dengan pesaingnya. Banyak UMKM sulit untuk berkembang dengan stagnan. Apalagi dengan bertambahnya UMKM baru. Sebenarnya banyak faktor yang menyebabkan UMKM yang tidak berkembang atau stagnan, bahkan menurun karena UMKM tersebut tidak bisa mengatasi atau tidak tahu ada yang salah di UMKM tersebut.

Permasalahan pada UMKM yaitu kurang memahami konsumen, hal ini memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing dari setiap pelaku UMKM, karena banyaknya permintaan yang semakin unik dari konsumen disambungkan dengan perkembangan zaman modern ini. Untuk mengamati selera konsumen, pelaku UMKM harus melakukan riset pasar terlebih dahulu, salah satu cara yang paling mudah yaitu dengan pengamatan melalui social media. Pada saat ini social media juga sangat penting untuk melakukan bisnis, kita bisa memanfaatkan social media sebaik mungkin (Suantara : 2014).

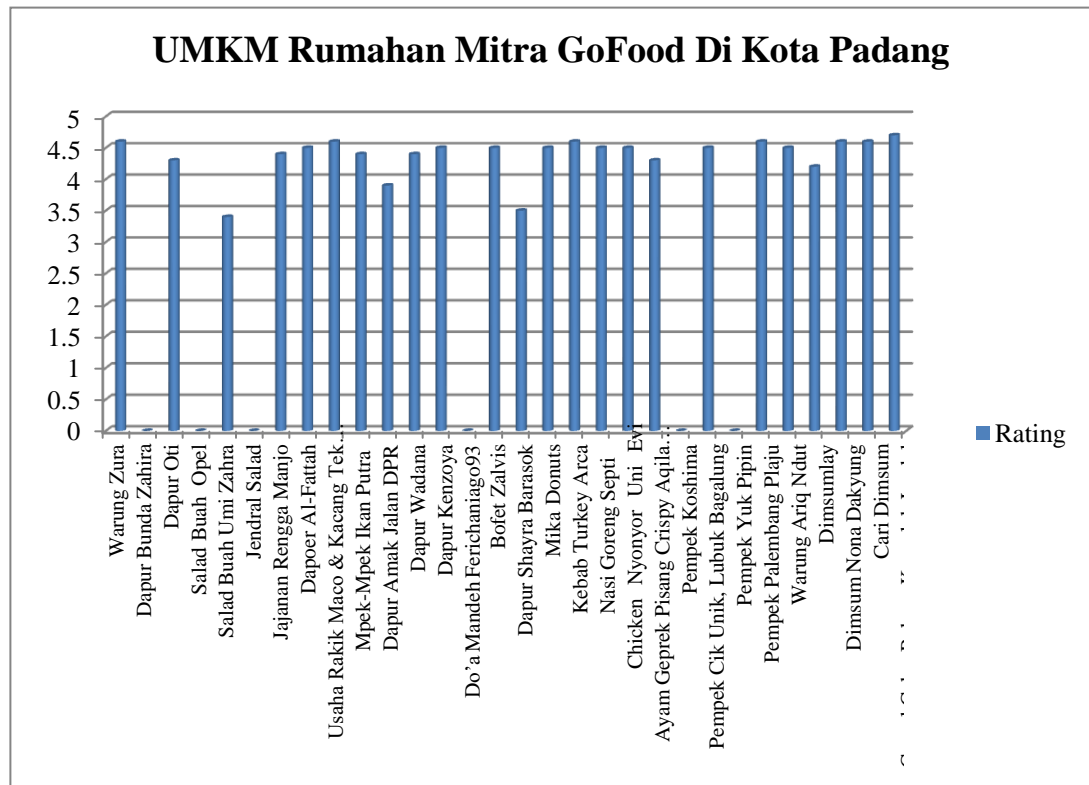
Pelaku UMKM dapat membuat produk sesuai selera pasar, dengan harga yang bersaing, dan mudah dijangkau oleh konsumen. Informasi (produk, harga

dan tempat) ini harus dikomunikasikan pada pasar agar mereka mengetahui bahwa pelaku UMKM mempunyai sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Sesuatu yang dimaksud bisa berkaitan dengan luasnya lini produk, luasnya cakupan distribusi, pelayanan pelanggan sebelum dan sesudah penjualan dan sebagainya. Dengan memahami selera konsumen, maka UMKM mampu untuk lebih mengembangkan bisnisnya agar lebih dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Purnama : 2013).

Keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing (Craven : 2012: 256). Keunggulan bersaing dapat dilihat dari posisi perusahaan dalam persaingan yang dianalisis dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut bila dibandingkan dengan para pesaingnya.

Keunggulan bersaing bersumber dari kemampuan perusahaan tersebut mempertahankan superioritas sumber daya dan kemampuannya. Keunggulan bersaing berarti superioritas keterampilan (*skill*) dan sumber daya yang didasarkan pada persepsi pelanggan dan pangsa pasar (Michael : 2012 : 62). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan dengan pesaingnya yaitu inovasi, harga, kualitas pelayanan, literasi bisnis digital, diferensiasi dan citra perusahaan (Craven : 2012 : 274 dalam Fauzi dkk).

Penulis melakukan observasi awal kepada 30 UMKM rumahan yang ada di kota Padang untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM selama masa pandemi.



Gambar 1. Grafik Rating UMKM Rumahan Mitra GoFood di Kota Padang

Pada grafik diatas, menampilkan 30 UMKM rumahan mitra GooFood Padang, yang terdiri dari rating 0 sampai 4.7. Rating tertinggi yaitu pada UMKM rumahan Comel Cake Bakery Komplek Jondul dengan rating 4.7, diikuti Warung Zura, Usaha Rakik Maco, Kebab Turkey Arca, Pempek Palembang Plaju, Disumsum Dona Dakyung, dan Cari Disumsum dengan rating 4.6, selanjutnya Dapoer Al-Fattah, Dapur Kenzoya, Bofet Zalfis, Mika Donuts, Chicken Nyonyor

Uni Evi, Warung Arik Ndut dengan rating 4.5, Jajanan Rengga Manjo, Dapur Wadana dengan rating 4.4, Dapur Oti, Ayam Geprek Pisang Crispy Aqila RSUD dengan rating 4.3, Dapur Amak Jalan DPR dengan rating 3.9, Dapur Shara Barasak dengan rating 3.5, Salad Buah Umi Zahra dengan rating 3.4, dan terakhir dengan rating 0 atau belum memiliki rating yaitu Dapur Bunda Zahira, Salah Buah Opel, Jendral Salad, Do'a Mandeh Frencaniago93, Pempek Khosima, Pempek Yuk Pipin.

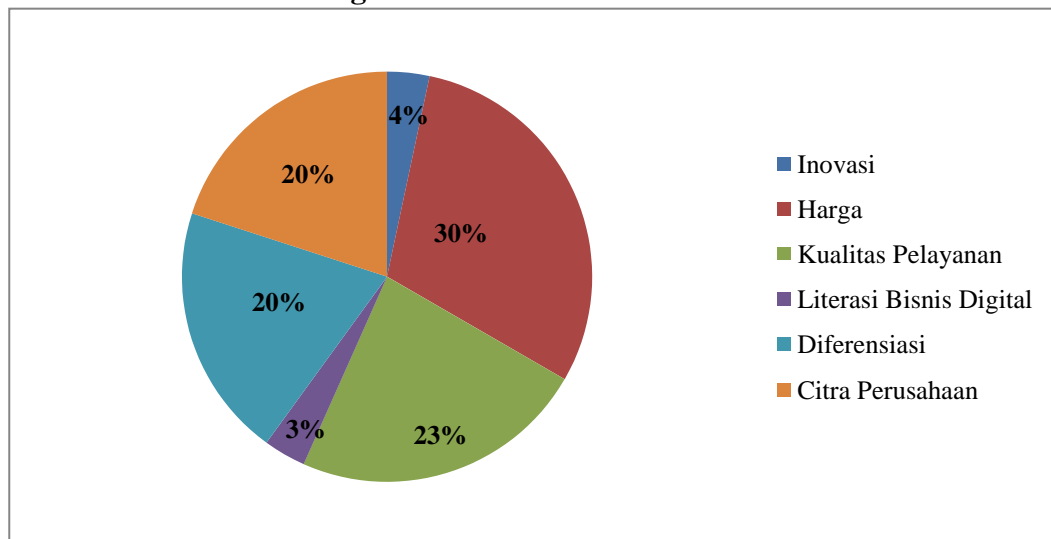
Rating diperlukan sebagai acuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan performa resto secara keseluruhan yang dapat digunakan untuk evaluasi kembali, dan dapat menarik perhatian pelanggan. Pada UMKM rumahan dengan rating 0, merupakan UMKM yang masih saja aktif beroperasi di GoFood, namun dibandingkan dengan rating tertinggi 4.7, tentu sangat jauh sekali, hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor dari keunggulan bersaing UMKM.

Faktor keunggulan bersaing perusahaan dengan pesaingnya menurut Craven (2012:274), 1) Inovasi adalah sebuah ide, gagasan, ojek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi, 2) Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya, 3). Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen, 4) Literasi Bisnis Digital Literasi bisnis adalah kemampuan untuk memahami dan memakai informasi dari berbagai sumber, yang bisa diakses melalui komputer dan internet dalam

mendapatkan literasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis, 5) Diferensiasi adalah pembeda antara produk sejenis, baik dengan kompetitor maupun dengan produk inti yang kita miliki, dan 6) Citra Perusahaan Citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi.

Berikut hasil dari observasi awal yang dilakukan pada 30 UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang :

Gambar 2. Hasil Observasi Awal Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Rumahan Mitra GoFood Di Kota Padang



Sumber: Observasi Awal, 2022

Dari diagram diatas, dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang. Pada faktor harga merupakan jumlah pilihan tertinggi menurut UMKM yaitu dengan jumlah pilihan 9, presentase 30.00%, kemudian diikuti oleh kualitas pelayanan

dengan 7 pilihan presentase 23.33% dan jumlah pilihan 6 yaitu faktor diferensiasi dan citra perusahaan. Untuk pilihan yang paling sedikit yaitu pada inovasi dan literasi bisnis digital, hanya satu UMKM yang memilih sebagai faktor yang mempengaruhi untuk keunggulan bersaing UMKM. Pilihan yang paling rendah inovasi dan literasi bisnis digital ini, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, apakah faktor-faktor ini mampu mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM rumahan mitra GoFood.

Berdasarkan hasil observasi awal kepada UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang berkaitan dengan rendahnya faktor-faktor keunggulan bersaing yang diukur dengan inovasi dan literasi bisnis digital sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Observasi Awal Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Pada UMKM Rumahan Mitra GoFood Di Kota Padang

No	Variabel	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Inovasi	Melakukan inovasi untuk bersaing dengan pesaing	0	10	9	10	1
		Berusaha menyelesaikan pesanan agar konsumen puas	2	7	10	9	2
		Menyediakan menu bervariasi untuk pilihan konsumen	0	8	16	5	1
Total			2	25	35	24	4
2	Literasi Bisnis Digital	Menggunakan <i>Internet Searching</i> untuk kepentingan usaha	0	5	13	7	5
		Memiliki kemampuan <i>Content Evaluation</i> untuk pengembangan usaha	1	6	16	6	1
		Memiliki kemampuan <i>Knowledge Assembly</i> dalam mengumpulkan informasi yang diperoleh melalui internet	0	5	14	6	5
Total			1	16	43	19	11

Sumber: Observasi Awal, 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, pada variabel inovasi pertanyaan melakukan inovasi untuk bersaing dengan pesaing, berusaha menyelesaikan pesanan agar konsumen puas dan menyediakan menu bervariasi untuk pilihan pelaku UMKM,

dengan total tertinggi yaitu 35 pada kategori kurang setuju. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM masih belum memiliki kesadaran dalam melakukan inovasi baik inovasi produk, proses maupun pasar, sehingga mereka memiliki nilai rendah. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang masih kurang dalam melakukan inovasi terhadap makanan yang mereka jual di GoFood sehingga banyaknya UMKM yang tidak mengalami perkembangan dalam usahanya dan sering tidak berjualan di GoFood.

Pada variabel literasi bisnis digital yaitu menggunakan *internet searching* untuk kepentingan usaha dan memiliki kemampuan *knowlage assembly* dalam mengumpulkan informasi yang diperoleh melalui internet untuk pilihan pelaku UMKM, dengan total tertinggi yaitu 43 pada kategori kurang setuju. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang tidak memiliki kemampuan dalam mencari sumber informasi bisnis secara digital atau melalui internet yang berguna bagi usahanya, sehingga UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang tidak unggul dibandingkan pesaingnya.

Pada umumnya konsumen menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi UMKM, keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk baru berarti UMKM tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian UMKM dalam memahami selera konsumennya sehingga pengembangan inovasi produk yang dilakukan pada akhirnya sesuai dengan keinginan permintaan konsumennya.

Dengan demikian pengembangan inovasi produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat.

Keunggulan bersaing juga dapat dilihat sebagai nilai yang dapat diciptakan oleh perusahaan untuk mendiferensiasikan dirinya dari para pesaingnya. Nilai yang diciptakan tersebut dapat diukur melalui harga yang rela dibayar oleh konsumen untuk layanan jasa yang diberikan. Jika konsumen melihat jasa tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan, maka konsumen akan membeli dan melakukan pembelian ulang (Dubé & Renaghan Petzer : 2008).

Beberapa penelitian menyatakan adanya hubungan antara keunggulan bersaing dan inovasi. Pelaku usaha yang memiliki keunggulan bersaing dan harus memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif (Martim de Conto et al. : 2016). Hasil penelitian mendukung hasil penelitian sebelumnya, bahwa perusahaan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam (Larsen et al., 2007). Inovasi menjadi semakin penting sebagai sarana bertahan, bukan hanya pertumbuhan dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat (Gronhaug dan Kaufmann dalam Han et al : 2008)

Pemanfaatan dari teknologi pada perusahaan sudah seharusnya diimbangi dengan literasi digital sehingga manfaat dari teknologi itu sendiri dapat diserap secara optimal. UMKM yang sudah menerapkan atau mengadopsi teknologi akan lebih mudah dalam menjalankan operasional perusahaannya dengan syarat dalam

menggunakan teknologi pengguna harus dapat memahami dan mengerti bagaimana penggunaannya agar manfaat dari alat atau layanan tersebut dapat dirasakan secara maksimal.

Secara umum literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan serta memahami pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, misalnya dalam mendukung dunia pendidikan dan ekonomi (Belshaw : 2011). Dalam dunia bisnis, pengintegrasian teknologi dan pemahaman mengenai pemakaiannya bisa menjadi senjata bagi pelaku usaha untuk selangkah lebih depan dibandingkan dengan pesaingnya atau disebut juga keunggulan bersaing. Literasi bisnis digital memberikan kemudahan kepada UMKM dalam mempelajari ilmu bisnis dan *marketing* agar bisnis yang mereka geluti mampu bersaing dan kompetitif.

Penelitian Sabila (2019) menemukan bahwa literasi bisnis digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, semakin baik literasi bisnis digital yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka keunggulan bersaingnya akan semakin meningkat, dengan adanya literasi bisnis digital yang baik, maka akan lebih mudah dalam menjalankan operasional perusahaannya dengan syarat dalam menggunakan teknologi pengguna harus dapat memahami dan mengerti bagaimana penggunaannya agar manfaat dari alat atau layanan tersebut dapat dirasakan secara maksimal.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perlu dilakukan penelitian berkaitan inovasi dan literasi bisnis digital, penulis pun tertarik untuk melakukan

penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana **“Pengaruh Inovasi dan Literasi Bisnis Digital Terhadap Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Kuliner Rumahan yang Terdaftar GoFood di Kota Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, adapun masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. UMKM kuliner kurang memahami konsumen, karena banyaknya permintaan yang semakin unik dari konsumen dengan perkembangan zaman modern ini, sehingga kurangnya keunggulan bersaing pelaku UMKM.
2. UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang masih kurang dalam melakukan inovasi terhadap makanan yang mereka jual di GoFood sehingga banyaknya UMKM yang tidak mengalami perkembangan dalam usahanya dan sering tidak berjualan di GoFood.
3. UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang tidak memiliki kemampuan dalam mencari sumber informasi bisnis secara digital atau melalui internet yang berguna bagi usahanya, sehingga UMKM rumahan mitra GoFood di Kota Padang tidak unggul dibandingkan pesaingnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, untuk lebih terarahnya penelitian ini maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana pengaruh

inovasi dan literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh inovasi dan literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang.

3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh inovasi dan literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar GoFood di Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran bagi Universitas selaku lembaga pendidikan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi terutama mengenai konsep keunggulan bersaing bagi pelaku UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pelaku UMKM

Sebagai bahan acuan atau upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing dan upaya bertahan dalam menghadapi persaingan di masa pandemi.

b. Bagi pemerintah

Sebagai bahan acuan untuk mempertimbangkan kebijakan yang akan dilakukan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dan meningkatkan perekonomian Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh inovasi dan literasi bisnis digital terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar Gofood di Kota Padang, penulis mengambil kesimpulan:

1. Inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar Gofood di Kota Padang. Artinya inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM mampu mendorong para pelaku UMKM tersebut untuk dapat bersaing secara unggul.
2. Literasi bisnis digital berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar Gofood di Kota Padang. Artinya literasi bisnis digital yang dipahami oleh pelaku UMKM mampu mendorong para pelaku UMKM tersebut untuk dapat bersaing secara unggul.
3. Inovasi dan literasi bisnis digital berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM kuliner rumahan yang terdaftar Gofood di Kota Padang. Artinya adanya inovasi dan literasi bisnis digital yang dipahami oleh pelaku UMKM mampu mendorong para pelaku UMKM tersebut untuk dapat bersaing secara unggul.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM harus mampu meningkatkan penjualan produk dengan pengemasan yang baik, supaya produk yang diterima konsumen aman.
2. Para pelaku UMKM, lebih banyak memberikan inovasi pada produk seperti rasa, dengan tujuan semua kalangan konsumen dapat menikmatinya.
3. Para pelaku UMKM, harus lebih meningkatkan pemahaman dalam menggunakan aplikasi seperti Google form dalam kegiatan pencarian serta pengunduhan untuk kepentingan usaha, karena setiap saat keterbaruan akan teknologi pasti akan selalu ada.
4. Para pelaku UMKM, harus dapat menyajikan makanan sesuai dengan foto yang unggah pada akun gojek. Karena saat ini para konsumen sangat tertarik dengan unggahan foto makanan yang dijual oleh produsen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Asni, Aulia Nur. 2018. *Kajian Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng*. Universitas Negeri Makassar : Fakultas Ekonomi
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, T. (2021). *Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian*. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 110-126.
- Badriyah, Mila. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Belshaw, D. A. J. 2011. *What is digital literacy? A Pragmatic investigation*. *EdD Thesis, Durham: University of Durham, ..., 274*. Retrieved from <http://neverendingthesis.com/doug-belshaw-edd-thesis-final.doc>
- Craven, David. 2012. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Phelindo : 256
- Dhewanto, W. 2014. *Manajemen Inovasi : Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Didik Suhardi, Materi Pendukung Literasi Digital, (Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017), 7.
- Durham, Meenakshi G. and Douglas M. Kellner. 2006. *Media and Cultural Studies: Key Works*. Blackwell Publishing, Malden MA Griffin, EM. 1998. *A First Look At Communication Theory*, 5th Ed. USA: McGraw-Hill