

SURAT TUGAS

Nomor: 1418-R/UNTAR/PENELITIAN/II/2023

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SARWO EDY HANDOYO, Dr., S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : Faktor-faktor Penentu Keunggulan Daya Saing UMKM Makanan dan Minuman di Jakarta Barat
Nama Media : Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan
Penerbit : Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun : Vol. 6/No.5/2022/September
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/20303/12611>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

07 Februari 2023

Rektor



Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN

Print Security : 2a0dbce0b05df98d3b8a0bd09241c67f

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 6 / No. 5 / September / 2022

e-ISSN 2598-0289

Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Pemutih Tubuh Merek Jellys "Pure Soap" PT Dunia Kosmetik Sukses
Livia Diah, Mukti Rahardjo

Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Keberhasilan Proyek Sistem Informasi Menggunakan Analisis *Critical Success Factor*
Helen Desyani Santoso, Riris Loisa

Analisis Keefektifan dan Kemudahan Implementasi IT *Governance* di Instansi X
Maria Ayu Cahyaningrum, Sawidji Widoatmodjo

Motivasi Kerja Ditinjau dari Komitmen Organisasi dan Resistensi terhadap Perubahan Organisasi Perusahaan Logistik PT X di Indonesia
Sandra, Rostiana

Pengaruh Mutu Layanan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Intervensi pada Emerald Golf Club
Linda Destiani, Riris Loisa

Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi Tbk sebelum Pandemi Covid-19 dan pada Saat Pandemi Covid-19
Fritzie A. Rexana, Indra Widjaja

Niat Beli Produk *Power Tools* Peranan Kemasan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas
Ferry Herdian, Cokki

Analisis Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif pada *E-Commerce* di Jakarta selama Pandemi Covid-19
Verna Sanjaya, Sawidji Widoatmodjo

Faktor-faktor Penentu Keunggulan Daya Saing UMKM Makanan dan Minuman di Jakarta Barat
Vinesia Subyanca, Sarwo Edy Handoyo

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kecil di Jakarta
Vanya Dwi Nanda, Keni

Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Financial Performance* Bank pada Pengguna *Digital Banking* di Indonesia
Selvi Dharsono, Agus Zainul Arifin

Effort Expectancy, *Facilitating Condition*, dan *Trust* untuk Memprediksi *Behavior Intention* Penggunaan *e-Wallet*
Clarissa, Keni

Pengaruh *Trust* dan *Product Information Quality* terhadap *Brand Loyalty* yang Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Konsumen Pengguna Perangkat Laptop ASUS di Indonesia
William Martin, Yenita

Pengaruh *e-Service Quality*, *Perceived e-Word of Mouth*, dan *e-Satisfaction* terhadap *Purchase Intention* Produk Kecantikan di *Website Beauty e-Commerce*
Paulina Kristiani, Keni

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Aset, dan Likuiditas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Rachell Andika Putri, Indra Widjaja

Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Loyalty* terhadap *Financial Performance* pada Layanan *Digital Bank* dari Perspective Customer
Della Aprilia, Agus Zainul Arifin

Faktor-faktor yang Memengaruhi *Purchase Intention Luxury Brand* melalui Dampak Rasional dan Emosional
Patricia Sarlin Gozali, Hetty Karunia Tunjungsari

Analisis Determinan Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia
Mutia Azizah Putri, Yoko Trisiarto

Extending The Theory of Reasoned Action (TRA) Model to Predict Consumers' Intention to Purchase Green Cosmetics
Nicholas Wilson, Edelyn

Pengaruh Mediasi *Positive Emotion* pada *Sales Promotion* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* Gen Z Pengguna Shopee di Kota Surabaya
Christina Sudyasjayanti, Vivian Lie

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 6/No. 5/September/2022

e-ISSN 2598-0289

Terbit enam kali dalam setahun. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan.

Ketua Dewan Penyunting

Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, MADE., Ph.D., APU – Universitas Tarumanagara

Wakil Ketua Dewan Penyunting

Dr. Keni, S.E., M.M. – Universitas Tarumanagara

Anggota Dewan Penyunting

Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, M.M. – Universitas Tarumanagara

Dr. Eddy Supriyatna MZ, M.Hum. – Universitas Tarumanagara

Dr. Anas Lutfi, M.M., M.Kn. – Universitas Indonesia

Dr. Hardius Usman, M.Si. – Universitas Indonesia

Dr. Indra Widjaja, S.E., M.M. – Universitas Tarumanagara

Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si. – Universitas Tarumanagara

Sekretariat

Maria Benedikta, S.E.

Margaretha Hillary, S.Ds., M.M.

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Program Studi MM UNTAR, Kampus 1, Gedung Utama, Lantai 14, Jl. Letjen S. Parman No. 1, Grogol, Jakarta Barat 11440. Telp. (62-21) 565-5806 dan (62-21) 565-5808. E-mail: jmbkmm@untar.ac.id

Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Pemutih Tubuh Merek Jellys "Pure Soap" PT Dunia Kosmetik Sukses Livia Diah, Mukti Rahardjo	463-468
Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Keberhasilan Proyek Sistem Informasi Menggunakan Analisis <i>Critical Success Factor</i> Helen Desyani Santoso, Riris Loisa	469-474
Analisis Keefektifan dan Kemudahan Implementasi IT <i>Governance</i> di Instansi X Maria Ayu Cahyaningrum, Sawidji Widoatmodjo	475-480
Motivasi Kerja Ditinjau dari Komitmen Organisasi dan Resistensi terhadap Perubahan Organisasi Perusahaan Logistik PT X di Indonesia Sandra, Rostiana	481-485
Pengaruh Mutu Layanan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Intervensi pada Emerald Golf Club Linda Destiani, Riris Loisa	486-490
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi Tbk sebelum Pandemi Covid-19 dan pada Saat Pandemi Covid-19 Fritzie A. Rexana, Indra Widjaja	491-496
Niat Beli Produk <i>Power Tools</i> : Peranan Kemasan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas Ferry Herdian, Cokki	497-502
Analisis Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif pada <i>E-Commerce</i> di Jakarta selama Pandemi Covid-19 Verna Sanjaya, Sawidji Widoatmodjo	503-508
Faktor-faktor Penentu Keunggulan Daya Saing UMKM Makanan dan Minuman di Jakarta Barat Vinesia Subyanca, Sarwo Edy Handoyo	509-514
Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kecil di Jakarta Vanya Dwi Nanda, Keni	515-519
Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Financial Performance</i> Bank pada Pengguna <i>Digital Banking</i> di Indonesia Selvi Dharsono, Agus Zainul Arifin	520-524
<i>Effort Expectancy</i> , <i>Facilitating Condition</i> , dan <i>Trust</i> untuk Memprediksi <i>Behavior Intention</i> Penggunaan <i>e-Wallet</i> Clarissa, Keni	525-530
Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Product Information Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i> pada Konsumen Pengguna Perangkat Laptop ASUS di Indonesia William Martin, Yenita	531-535
Pengaruh <i>e-Service Quality</i> , <i>Perceived e-Word of Mouth</i> , dan <i>e-Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Kecantikan di <i>Website Beauty e-Commerce</i> Paulina Kristiani, Keni	536-541
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Aset, dan Likuiditas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Rachell Andika Putri, Indra Widjaja	542-547

Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Financial Performance</i> pada Layanan <i>Digital Bank</i> dari <i>Perspective Customer</i> Della Aprilia, Agus Zainul Arifin	548-553
Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Purchase Intention Luxury Brand</i> melalui Dampak Rasional dan Emosional Patricia Sarlin Gozali, Hetty Karunia Tunjungsari	554-558
Analisis Determinan Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia Mutia Azizah Putri, Yoko Tristiarto	559-564
Extending The Theory of Reasoned Action (TRA) Model to Predict Consumers' Intention to Purchase Green Cosmetics Nicholas Wilson, Edelyn	565-570
Pengaruh Mediasi <i>Positive Emotion</i> pada <i>Sales Promotion</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> Gen Z Pengguna Shopee di Kota Surabaya Christina Sudyasjayanti, Vivian Lie	571-576

FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEUNGGULAN DAYA SAING UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI JAKARTA BARAT

Vinesia Subyanca

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
vinesia_subyanca@yahoo.com (*corresponding author*)

Sarwo Edy Handoyo

Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Tarumanagara

Masuk : 06-12-2021 , revisi : 24-12-2021 , diterima untuk diterbitkan : 27-12-2021

Abstract: The purpose of this research is to investigate the effect of knowledge management, information technology, process innovation, product innovation, and employee involvement on competitive advantage in food and beverage SMEs in West Jakarta. The design in this research is causal-comparative non-experimental research. The sample was selected using an accidental sampling method amounted to 100 respondents in West Jakarta. Data analysis in this research used the Partial Least Square (PLS) analysis method using SmartPLS 3.3.3 software. The results of this research indicate that knowledge management, information technology, process innovation, product innovation, and employee involvement have a positive and significant impact on competitive advantage.

Keywords: Knowledge Management, Information Technology, Innovation, Employee Involvement, Competitive Advantage

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, dan keterlibatan karyawan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Desain pada penelitian ini merupakan penelitian non-eksperimen kausal komparatif. Sampel dipilih menggunakan metode sampling aksidental berjumlah 100 responden di Jakarta Barat. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, keterlibatan karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing.

Kata Kunci: Manajemen Pengetahuan, Teknologi Informasi, Inovasi, Keterlibatan Karyawan, Keunggulan Daya Saing

PENDAHULUAN

Berkembangnya suatu zaman tidak akan pernah lepas dari dunia bisnis. Banyak peluang bisnis yang memiliki potensi yang tinggi pada zaman sekarang. Salah satu bisnis yang semakin hari semakin banyak diminati oleh masyarakat khususnya oleh masyarakat Indonesia yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Wardhani dan Agustina (2015), keragaman UMKM baik industri kecil, usaha kerajinan, dan lain-lain merupakan pelaku ekonomi yang memberikan pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (2021) mengungkapkan bahwa UMKM merupakan salah satu ujung tombak untuk mendukung perekonomian Indonesia. Untuk memenangkan persaingan di masa pandemi, para pelaku UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Industri UMKM yang sedang berkembang salah satunya adalah industri makanan dan minuman. Banyaknya pesaing pada industri tersebut, membuat daya saing UMKM di industri makanan dan minuman menjadi sangat ketat sehingga perlu dilakukan strategi penguatan daya saing.

Terdapat berbagai bentuk strategi penguatan daya saing. Menurut Wahyono (2020), setiap penerapan manajemen pengetahuan yang baik seperti memperoleh pengetahuan yang baik, menyebarkanluaskannya kepada orang lain seperti karyawan, dan menanggapi setiap perkembangan pengetahuan, akan meningkatkan keunggulan daya saing bagi perusahaan. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian Abbas et al. (2016) yang menyatakan manajemen pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keunggulan daya saing. Selanjutnya, perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi dapat menikmati keunggulan daya saing karena dapat meningkatkan kualitas, pertumbuhan, pengurangan biaya, aliansi, dan diferensiasi (Munizu, 2015). Hal tersebut tidak konsisten dengan penelitian Pitoyo dan Suhartono (2018) yang menyatakan bahwa teknologi informasi tidak memengaruhi keunggulan daya saing. Menurut Kising'u et al. (2016), inovasi proses merupakan salah satu faktor yang berperan penting terhadap keunggulan daya saing. Menurut Wahyono (2020), keunggulan daya saing pada UMKM akan semakin meningkat selaras dengan meningkatnya penerapan inovasi produk yang baik. Hal tersebut bertolak belakang Anning-Dorson dan Nyamekye (2020) yang menyatakan bahwa inovasi proses dan inovasi produk tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan daya saing. Menurut Ferdousi et al. (2019), keterlibatan karyawan dapat memengaruhi peningkatan kualitas karena memfasilitasi karyawan dengan melakukan peningkatan pengetahuan mengenai usaha tersebut dan menciptakan motivasi pada karyawan dalam meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, dan keterlibatan karyawan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Keunggulan Daya Saing

Teori keunggulan daya saing menurut Prahalad dan Hamel (1990), adalah keunggulan daya saing berasal dari kemampuan suatu perusahaan dalam membangun kompetensi inti yang akan menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen tetapi yang belum pernah dapat dibayangkan sebelumnya. Kompetensi inti terdiri dari beberapa kemampuan untuk mengidentifikasi sumber daya suatu organisasi yang mampu memberikan nilai strategis terbesar. Daya saing digambarkan sebagai kemampuan suatu industri untuk menunjukkan keunggulan berupa prestasi kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya. Faktor yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah keunggulan (Wardhani & Agustina, 2015). Indikator keunggulan daya saing yang digunakan adalah keunggulan biaya, kualitas, pengiriman, dan fleksibilitas (Han et al., 2007).

Manajemen Pengetahuan

Wahyono (2020) menyatakan bahwa penerapan manajemen pengetahuan dapat menjadi solusi bagi UMKM. Selain dapat meningkatkan kinerja UMKM, manajemen pengetahuan juga dapat meningkatkan daya saing usaha. Menurut Wahyono (2020), manajemen pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap peningkatan keunggulan daya saing pada usaha kecil dan menengah produk makanan. Artinya setiap penerapan manajemen pengetahuan yang baik akan meningkatkan keunggulan daya saing bagi perusahaan. Indikator manajemen pengetahuan pada penelitian ini berhubungan dengan pengalaman, pertimbangan dalam mengambil keputusan, nilai yang dimiliki, dan kepercayaan dalam membangun usaha (Setiarso, 2005).

Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan teknologi yang menggabungkan sebuah komputasi atau komputer dengan jalur komunikasi yang berkecepatan tinggi yang membawa suatu data, video, dan suara (O'Brien, 2005). Teknologi dapat menghasilkan berbagai produk yang praktis serta layanan yang berintegrasi, memberikan kemudahan pada bisnis, dan bersifat global (Pitoyo & Suhartono, 2018). Menurut Munizu (2015), teknologi informasi memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan daya saing, hal itu disebabkan karena frekuensi dalam menggunakan

teknologi informasi dapat menciptakan keunggulan daya saing suatu perusahaan. Indikator teknologi informasi pada penelitian ini berkaitan dengan kecepatan dalam memproses data, kemampuan dalam menggunakan teknologi, koneksi suatu komputer atau internet, dan teknologi internet dalam mendukung aktivitas bisnis (O'Brien, 2005).

Inovasi Proses

Perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi proses yang tinggi akan menawarkan layanan yang memudahkan klien yang akan menghasilkan pembelian berulang dan reputasi dari mulut ke mulut yang positif dan menciptakan keunggulan daya saing (Anning-Dorson & Nyamekye, 2020). Menurut Kising'u et al. (2016), inovasi proses berpengaruh positif terhadap keunggulan daya saing dimana jika pelaku usaha fokus terhadap inovasi proses dapat meningkatkan keunggulan daya saing usaha tersebut. Indikator inovasi proses pada penelitian ini adalah pengembangan proses produksi, menentukan aktivitas yang tidak diperlukan, dan meningkatkan kecepatan dalam penyajian.

Inovasi Produk

Inovasi produk mengacu pada pengenalan produk atau layanan baru (Kising'u et al., 2016). Menurut Wahyono (2020), inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan daya saing, oleh karena itu pelaku usaha harus terus pro aktif dalam melakukan inovasi pada produknya agar mencapai keunggulan daya saing di industri sejenis. Indikator inovasi produk pada penelitian ini adalah tingkat kebaruan suatu produk, tingkat kebaruan bahan baku, dan tingkat kebaruan pada modifikasi produk dan bahan baku.

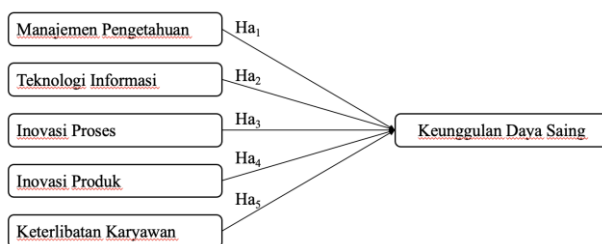
Keterlibatan Karyawan

Menurut Wardhani dan Agustina (2015), keterlibatan karyawan berhubungan dengan kemampuan dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki oleh seseorang yang perilaku dan sifatnya ditentukan oleh lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan dalam memenuhi kepuasan individu tersebut. Menurut Ferdousi et al. (2019), keterlibatan karyawan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan daya saing karena keterlibatan karyawan akan mendorong semangat karyawan dan mendorong inisiatif karyawan dalam peningkatan kualitas perusahaan. Keterlibatan karyawan diukur dengan keterampilan suatu tenaga kerja, mutu dari suatu pekerja, pelatihan yang dilakukan, dan latar belakang pendidikan.

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, maka dikembangkan kerangka pemikiran dan hipotesis berikut:

Gambar 1

Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2021

Hipotesis:

- Ha₁: Manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.
- Ha₂: Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.
- Ha₃: Inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.
- Ha₄: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.
- Ha₅: Keterlibatan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian non-eksperimen kausal komparatif. Populasi pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berfokus pada makanan dan minuman di Jakarta Barat. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, tepatnya dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Total responden pada penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan pelaku UMKM makanan dan minuman di kecamatan yang berada di Jakarta Barat, yaitu Cengkareng, Grogol Petamburan, Kalideres, Kebon Jeruk, Kembangan, Palmerah, dan Tambora. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.3.3*. Nilai signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 5%.

HASIL DAN KESIMPULAN

Outer Model

Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dikatakan valid apabila memiliki nilai AVE lebih dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil pengujian AVE dari masing-masing variabel yaitu 0,694 untuk variabel manajemen pengetahuan, 0,744 untuk variabel teknologi informasi, 0,644 untuk variabel inovasi proses, 0,805 untuk variabel inovasi produk, 0,858 untuk variabel keterlibatan karyawan, dan 0,723 untuk variabel keunggulan daya saing. Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa nilai masing-masing variabel memiliki nilai AVE > 0,5 sehingga hasil AVE pada semua variabel adalah valid. Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian dikatakan reliabel berdasarkan pengujian *composite reliability* dan Cronbach's Alpha untuk setiap item lebih dari 0,7. Hasil analisis menunjukkan nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabelnya adalah 0,953, 0,959, 0,901, 0,954, 0,968, dan 0,940. Nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabelnya adalah 0,945, 0,951, 0,867, 0,939, 0,959, dan 0,928. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua hasilnya adalah lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil uji *composite reliability* dan Cronbach's Alpha, dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada model penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

Inner Model

Pengujian *R-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, dan keterlibatan karyawan terhadap keunggulan daya saing. Nilai *Adjusted R-Square* yang didapat adalah sebesar 0,750 dan dapat dikatakan bahwa model penelitian ini termasuk dalam kriteria kuat. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, dan keterlibatan karyawan berpengaruh sebesar 75,0% terhadap variabel keunggulan daya saing dan sisanya sebesar 25,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *t*-statistic dan *p*-values. Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis penelitian:

Tabel 1

Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Manajemen Pengetahuan -> Keunggulan Daya Saing	0,200	0,202	0,072	2,785	0,006
Teknologi Informasi -> Keunggulan Daya Saing	0,259	0,255	0,071	3,624	0,000
Inovasi Proses -> Keunggulan Daya Saing	0,372	0,360	0,080	4,635	0,000
Inovasi Produk -> Keunggulan Daya Saing	0,154	0,158	0,073	2,116	0,035
Keterlibatan Karyawan -> Keunggulan Daya Saing	0,219	0,217	0,090	2,430	0,015

Sumber: Hasil olah data Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dijelaskan bahwa semua hipotesis tidak ditolak dan berpengaruh signifikan karena memiliki nilai t -statistic $> 1,96$ dan tingkat signifikansi p -value < 0.05 (5%). Berdasarkan hasil pengujian di atas, menjelaskan bahwa semua variabel memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan daya saing. Variabel inovasi proses merupakan prediktor terbesar terhadap keunggulan daya saing dengan nilai sebesar 0,372. Variabel inovasi produk memiliki pengaruh terkecil terhadap keunggulan daya saing dengan nilai sebesar 0,154.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H_{a1}), menunjukkan bahwa hipotesis tidak ditolak dan manajemen pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian Wahyono (2020) yang menyatakan bahwa manajemen pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap peningkatan keunggulan daya saing pada usaha kecil dan menengah produk makanan khas Riau dan Jawa Tengah.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_{a2}) menunjukkan bahwa hipotesis tidak ditolak dan dinyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Munizu (2015), yang menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing.

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_{a3}) menunjukkan bahwa hipotesis tidak ditolak dan dinyatakan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Kising'u et al. (2016) yang menyatakan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing berkelanjutan. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus fokus terhadap pemanfaatan inovasi proses. Penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian Wahyono (2020) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif terhadap peningkatan keunggulan daya saing pada usaha kecil dan menengah produk makanan khas Riau dan Jawa Tengah.

Hasil pengujian hipotesis keempat (H_{a4}) tidak ditolak dan dinyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini konsisten dan mendukung hasil penelitian sebelumnya, yaitu hasil penelitian Kising'u et al. (2016) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing berkelanjutan.

Hasil pengujian hipotesis kelima (H_{a5}) tidak ditolak dan dinyatakan bahwa keterlibatan karyawan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Ferdousi et al. (2019) yang menyatakan bahwa keterlibatan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa manajemen pengetahuan, teknologi informasi, inovasi proses, inovasi produk, dan keterlibatan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Barat. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat manajemen pengetahuan, semakin baik teknologi informasi, semakin tinggi tingkat inovasi produk, inovasi proses, dan keterlibatan karyawan maka dapat meningkatkan keunggulan daya saing UMKM tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, B., Syarif, M., Rianse, U., & Nurwati. (2016). The effect of knowledge management on competitive advantage. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 5(3), 1086–1089. <https://doi.org/10.21275/v5i3.nov162032>
- Anning-Dorson, T., & Nyamekye, M. B. (2020). Be flexible: Turning innovativeness into competitive advantage in hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 605–624. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>
- Ferdousi, F., Baird, K., Munir, R., & Su, S. (2019). Mediating role of quality performance on the association between organisational factors and competitive advantage. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(3), 542–560. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-12-2017-0343>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. UNDIP PRESS.
- Han, S. B., Chen, S. k., & Ebrahimpour, M. (2007). The impact of ISO 9000 on TQM and business performance. *Journal of Business and Economic Studies*, 13(2), 1–23. <https://digitalcommons.usf.edu/former-pub/16/>
- Kising'u, T. M., Namusonge, G. S., & Mwirigi, F. M. (2016). The role of organizational innovation in sustainable competitive advantage in universities in Kenya. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 3(9), 2762–2786. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v3i9.24>
- Limanseto, H. (2021). *Peningkatan daya saing UMKM sebagai ujung tombak perekonomian Indonesia menuju pasar global*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2948/peningkatan-daya-saing-umkm-sebagaiujung-tombak-perekonomian-indonesia-menusju-pasar-global>
- Munizu, M. (2015). Improving the competitive advantage through information technology: A case at food and beverage industries in Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*, 17(3), 325. <https://doi.org/10.14414/jebav.v17i3.354>
- O'Brien, J. A. (2005). *Introduction to information systems* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. (2018). Meningkatkan daya saing UKM dari perspektif teknologi informasi, pengelolaan pengetahuan, dan standarisasi produk (Studi kasus pada UKM pengrajin alat peraga/permainan edukatif di Klaten). *Prosiding SENDI_U*, 756–763. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/6060/1926>
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 71–91. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50003-4>
- Setiarso, B. (2005). Strategi pengelolaan pengetahuan (Knowledge-management) untuk meningkatkan daya saing UKM. *Proceeding, Seminar Nasional PESAT 2005*, E41–E50. [http://repository.gunadarma.ac.id/1026/1/STRATEGI PENGELOLAAN PENGETAHUAN %28KNOWLEDGE-MANAGEMENT%29 UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UKM_UG.pdf](http://repository.gunadarma.ac.id/1026/1/STRATEGI%20PENGELOLAAN%20PENGETAHUAN%20KNOWLEDGE-MANAGEMENT%20UNTUK%20MENINGKATKAN%20DAYA%20SAING%20UKM_UG.pdf)
- Wahyono. (2020). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*, 39(1), 18–30. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2018-0331>
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember (JAUI)*, 10(2), 64–96. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>