

PENGARUH KOMPETENSI DIGITAL DAN KEMITRAAN TERHADAP DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) KULINER DI KOTA BANDUNG

Shasqia Velliana Putri

Padjadjaran University, Bandung, Indonesia
shasqia.20001@mail.unpad.ac.id

Imas Soemaryani

Padjadjaran University, Bandung, Indonesia
imas.soemaryani@unpad.ac.id

Wa Ode Zusnita

Padjadjaran University, Bandung, Indonesia
waode.zusnita@unpad.ac.id

Abstrak

Kota Bandung menjadi salah satu kota dengan pelaku UKM tertinggi di Jawa Barat 330.314 perusahaan. UKM Kota Bandung sendiri telah menyumbang 60% dari keseluruhan PDRB Kota Bandung. Sayangnya, 80% UKM permasalahan UKM pada subsektor Kuliner terletak pada daya saing yang rendah. Penelitian ini membahas bagaimana pengaruh kemitraan dengan 2 dimensinya yaitu Kepercayaan dan Kemauan Pemberdayaan dan kognitif bersama kompetensi digital dengan 5 dimensinya yaitu Informasi, Komunikasi, Pembuatan Konten, Keselamatan dan Pemecahan Masalah berpengaruh terhadap Daya Saing dalam Porter's Diamond Model Framework. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kompetensi digital, kemitraan, dan daya saing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung; pengaruh kompetensi digital terhadap daya saing dalam pengaruh kemitraan terhadap daya saing; pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang telah bertransformasi digital. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 pelaku UKM Kuliner Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan diolah menggunakan dengan SPSS versi 23 dengan Path Analysis. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital, kemitraan, dan daya saing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung cukup rendah, kompetensi digital berpengaruh positif terhadap daya saing, kemitraan berpengaruh positif terhadap daya saing, serta kompetensi digital dan kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung.

Kata Kunci: Kompetensi Digital, Kemitraan, Daya Saing.

Abstract

Bandung is one of the cities with the highest number of SMEs in West Java, with 330,314 companies. Bandung City SMEs themselves have contributed 60% of the total GRDP of Bandung City. Unfortunately, 80% of SMEs' problems in the Culinary sub-sector their low competitiveness. This study discusses how the influence of partnership with its 2 dimensions namely Trust and Willingness Empowerment and cognitive together with digital competence with its 5 dimensions namely Information, Communication, Content Creation, Safety and Problem Solving affect Competitiveness in the Porter's Diamond Model Framework. This study aims to examine the effect of digital competence, partnership and competitive advantage of culinary SMEs in Bandung City. The population in this study are all culinary SMEs in Bandung City who have been digitally transformed. The sampling technique used is purposive sampling. The number of

samples in this study is 200 SMEs in the Bandung City. The method used in this study is quantitative and processed using the SPSS 23 with Path Analysis. The results in this study indicate that digital competence and partnership have a positive and significant effect towards competitive advantage of SMEs in Bandung City.

Keywords: Digital Competence, Partnership, Competitiveness.

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 Perekonomian Indonesia mengalami resesi, yaitu berada pada angka -2,07.¹ Hal ini disebabkan oleh Pandemi Covid-19, yang merupakan penyakit menular dari virus SARS-CoV-2. Kondisi ini memberikan dampak yang cukup serius pada tatanan kesehatan, perekonomian dan sosial di Indonesia. Namun pada tahun 2021, Indonesia dapat kembali bangkit dan meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 3,69 persen. Kenaikan PDB tersebut diketahui merupakan kontribusi besar dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam mempertahankan ekonomi Indonesia yaitu sebanyak 61%. Perencanaan pembangunan ekonomi bangsa harus memperhatikan Usaha Kecil Menengah (UKM), pengembangan sumber daya manusia (SDM) suatu bangsa merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk keberhasilan ekonomi. UKM adalah organisasi yang dimiliki oleh orang atau badan komersial dan beroperasi dengan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan itu berada, dan menghasilkan pendapatan tidak lebih dari 2,5 miliar, definisi ini diberikan oleh UU No. 20 Tahun 2008.

Bentuk usaha dari UKM ini sendiri adalah padat karya, yaitu memiliki jumlah faktor produksi tenaga kerja yang lebih daripada faktor produksi modalnya. Selain itu, dalam memulai dan menjalankan bisnisnya, UKM tidak memiliki ketentuan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian pekerja, dan kebutuhan modal usaha, serta teknologi relatif lebih rendah dan sederhana.^{2,3} UKM dikatakan lebih mampu berkembang dan juga konsisten terhadap perekonomian negara. Menurut Berry, Rodriguez, dan Sandee jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar, UKM dinilai lebih berpotensi dalam mengatasi krisis ekonomi.

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

¹ Fitri, S. (2021). *Penyebab, Dampak, dan Bahaya Resesi Ekonomi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/607719d65bbdc/penyebab-dampak-dan-bahaya-resesi-ekonomi>

² Hanum, Ayu Noviani, dan Andwiani Sinarasri. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (STUDI KASUS UMKM di Wilayah Kota Semarang)." *Maksimum: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang* 8.1 (2018): 1-15.

³ Hashemi, Seyed Ahmad, dan Farideh Dehghanian. "A Survey and Analysis of the Relationship between Human Resources Management and Organizational Performance." *Engineering, Technology & Applied Science Research* 5.2 (2017): 10-48084.

tambah, keberhasilan, dalam meningkatkan UKM berarti memperkuat bisnis pada masyarakat.^{4,5} Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia pun memandang penting terhadap keberadaan UKM. Namun besarnya potensi UKM dalam bersaing tidak membuat UKM terlepas dari permasalahan usaha yang mereka hadapi.^{6,7}

Indonesia saat ini berada di era industri 4.0 yang telah mendigitalkan banyak aspek, mengotomatiskan produksi, dan menghubungkan beberapa sektor produksi sekaligus dengan aktivitas dunia maya yang dibuat terhubung secara online (Internet).^{8,9} Namun, dampak atau efek logis dari perubahan tersebut tidak diketahui oleh semua aspek masyarakat. Nyatanya, masih banyak ketidaksepakatan mengenai detail perubahan tersebut. Misalnya, gagasan bahwa hilangnya daya beli masyarakat sebagai penyebab tren penutupan toko konvensional seringkali dipolitisasi karena lingkungan metropolitan tertentu menyukai sistem pembelian online, toko konvensional. Padahal, toko-toko konvensional memang mulai menghadapi masalah serius atau minim pengunjung karena sebagian masyarakat perkotaan lebih memilih sistem belanja online.^{10,11}

UKM di Indonesia memiliki permasalahan pemasaran yang banyak, dan dirasakan langsung oleh para pelaku UKM di Indonesia yang mencapai 30,6%. Permasalahan pemasaran tersebut umumnya seperti menerapkan bisnis secara konvensional (*Offline*), periklanan yang kurang menarik, cara promosi produk kurang tepat, Swastha¹² berpendapat bahwa selain masalah pemasaran, kualitas SDM juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan misalnya dari

⁴ Jabar, Juhaini, Norfaridatul Akmaliah Othman, dan Mohd Asmadi Idris. "Enhancing Organizational Performance through Strategic Technology Alliances: A Study on Malaysian Manufacturers." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 2.6 (2011): 506.

⁵ Kaczmarek, Jaroslaw. "The Stance, Factors, dan Composition of Competitiveness of SMEs in Poland." *Sustainability* 14.3 (2022): 1788.

⁶ Lantu, Donald Crestofel, dkk. "Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model." *The Asian Journal of Technology Management* 15.1 (2016): 77.

⁷ Man, Thomas WY, Theresa Lau, dan K. F. Chan. "The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies." *Journal of business venturing* 17.2 (2002): 123-142.

⁸ Raharjo, Tri Weda. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Jakad Media Publishing, 2018.

⁹ Rusdiana, H. A. "Kewirausahaan: Teori dan Praktik, CV." *Pustaka Setia, Bandung* (2018).

¹⁰ Srivastava, Saurabh, Abid Sultan, dan Nasreen Chashti. "Influence of Innovation Competence on Firm Level Competitiveness: An Exploratory Study." *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2017).

¹¹ Wheeler, Steve. "Digital Literacies for Engagement in Emerging Online Cultures." *eLearn Center Research Paper Series* (2012): 14-25.

¹² Szerb, László, dan József Ulbert. "The Examination of the Competitiveness in the Hungarian SME Sector: A Firm Level Analysis." *Acta Polytechnica Hungarica* 6.3 (2009): 105-123.

keterampilan penguasaan teknologi.^{13,14} Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, para pelaku korporasi harus sekali lagi memastikan bahwa mereka mampu menggunakan teknologi dan digitalisasi.^{15,16} Hal yang sama berlaku untuk pelaku UKM, yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di banyak tempat. Kota Bandung misalnya, yang memiliki 330.314 usaha, menjadikannya salah satu kota di Jawa Barat dengan konsentrasi UKM terbesar. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, UKM Kota Bandung sendiri telah menyumbang 60% dari keseluruhan PDRB Kota Bandung. Hal ini didukung dengan tren pertumbuhan UMKM Kota Bandung yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.



Gambar 1. Data Pertumbuhan UMKM Tahun 2016-2021

Peningkatan terjadi sebesar 6,4% menurut data pemutakhiran Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Pelaku UMKM di Kota Bandung sudah mencapai 6405 pelaku, namun masih sangat banyak UKM di Kota Bandung yang tidak terdata. Salah satu sektor usaha yang mendominasi di Kota Bandung adalah sektor Kuliner yaitu sebesar 36%, selaras dengan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung terdapat 5 (lima) jenis usaha/bisnis UMKM di Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

¹³ Cousineau, Melissa, Thomas W. Lauer, dan Eileen Peacock. "Supplier source integration in a large manufacturing company." *Supply chain management: an international journal* 9.1 (2004): 110-117.

¹⁴ Depaoli, Paolo, Stefano Za, dan Eusebio Scornavacca. "A Model for Digital Development of SMEs: An Interaction-Based Approach." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 27.7 (2020): 1049-1068.

¹⁵ Puspitasari, Ratna. "Kebutuhan Pelatihan bagi Manajer Marketing." *Perspektif Ilmu Pendidikan* 20.XI (2009): 82-109.

¹⁶ Day, George S., dan Paul JH Schoemaker. "Adapting to fast-changing markets and technologies." *California Management Review* 58.4 (2016): 59-77.

Tabel 1. Data Jumlah UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah Pelaku Usaha
<i>Fashion</i>	1050
<i>Handicraft</i>	504
Jasa	787
Kuliner	2334
Lainnya	1081
Perdagangan	649

Maka dapat dikatakan bahwa minat masyarakat dalam menjalankan bisnis di sektor Kuliner ini cukup tinggi sekaligus menunjukkan bahwa daya saing pada bisnis ini juga tinggi. Sehingga menuntut para pelaku UKM Kuliner Kota Bandung untuk secara kreatif dan inovatif dalam meningkatkan daya saingnya.

Permasalahan yang dihadapi oleh 80% UKM pada subsektor kuliner Kota Bandung adalah daya saing. Seperti kendala internal tersebut ada pada sumber daya manusia, modal, akuntabilitas dan hukum. Sedangkan, kendala eksternal seperti akses, iklim usaha dan infrastruktur. Beberapa faktor tersebutlah yang menghambat munculnya keunggulan bersaing dari pelaku usaha. Landasan Daya Saing dengan menggunakan Factor Condition, Supply Condition, Demand Condition, Physical Resources, Human Resources, yang dimaknai sebagai Kondisi Faktor, Kondisi Pasokan, Kondisi Permintaan, Sumber Daya Fisik, Sumber Daya Manusia. Permasalahan UKM Kuliner Kota Bandung saat ini yaitu pelaku UKM Kuliner Kota Bandung belum bisa memanfaatkan media digital dengan baik untuk mengembangkan usahanya. Terbukti saat ini hanya 35,5% pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang terhubung dalam ekosistem digital. Penelitian sebelumnya mengklaim bahwa sumber daya manusia adalah sumber daya yang berkontribusi terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif.^{17,18} Selaras pada hasil wawancara dengan pemilik UKM Kuliner Kota Bandung bahwa masih terdapat banyak pelaku usaha yang tidak memiliki alat komunikasi yang terhubung ke internet. Hal ini diduga menjadi penyebab daya saing UKM Kuliner Kota Bandung masih rendah. Sebab jika SDM yang dimiliki telah ditunjang oleh keterampilan dan teknologi digital yang mendukung maka potensi meningkatnya keunggulan daya saing UKM Kuliner Kota Bandung akan terus meningkat.

Teknologi digital yang mendukung harus diiringi dengan keterampilan dan kemampuan dalam penggunaannya, atau dikenal dengan istilah kompetensi. Ini menjadi salah satu prasyarat bagi setiap individu agar dapat menjalankan tugas-tugas nya dengan baik. Salah satu kompetensi

¹⁷ Márkus, Gábor. "Measuring company level competitiveness in Porter's Diamond model framework." *FIKUSZ 2008 Business Sciences-Symposium for Young Researchers: Proceedings*. 2008.

¹⁸ Widiastuti, Tri, dan Aprih Santoso. "Look for Strengthening the Competitiveness of Traditional Snacks-Based SMEs." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8.1 (2020): 223-230.

yang harus dimiliki oleh para pelaku UKM Kuliner Kota Bandung di era digitalisasi saat ini adalah kompetensi digital. Istilah "kompetensi digital" mengacu pada keterampilan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang diperlukan, khususnya di bidang studi media dan literasi, pendidikan, ilmu komputer, informasi, dan bidang terkait lainnya, untuk sepenuhnya memanfaatkan kegiatan ekonomi yang berlangsung dalam lingkungan digital di mana mereka berada.^{19,20}

Pada dasarnya kompetensi digital merupakan kompetensi yang mengacu pada kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi dan digital untuk mendukung pekerjaan, aktivitas sehari-hari dan komunikasi, didukung oleh keterampilan teknis, informasi dan komunikasi dasar.²¹ Landasan kompetensi digital dengan menggunakan Informasi, Komunikasi, Pembuatan Konten, Keamanan, Pemecahan Masalah.²² Tantangan yang dihadapi pelaku UKM di era digital saat ini: harus mempersiapkan sumber daya manusia untuk meningkatkan kompetensi digitalnya dan meningkatkan literasi manfaat untuk ekosistem digital. Untuk menghadapi tantangan tersebut perlu diberikan pelatihan digital *entrepreneurship* seperti pengelolaan digital marketing dan keuangan marketing bagi para pelaku UKM Kuliner Kota Bandung. Hal ini dilakukan dalam rangka mempersiapkan para pelaku usaha agar lebih tangguh dan dapat meningkatkan daya saingnya melalui kompetensi digital.²³

Meskipun upaya-upaya tersebut sudah dilakukan, namun berdasarkan hasil survey pendahuluan menunjukkan bahwa kompetensi digital pelaku UKM Kuliner Kota Bandung tergolong rendah masih banyak yang tidak berkemampuan digital dengan persentase 75,25%. Diduga permasalahan yang dihadapi UKM Kuliner Kota Bandung yaitu disebabkan karena kurangnya pelatihan yang diberikan terkait pemasaran melalui media digital, sehingga konten yang disajikan tidak menarik, UKM saat ini masih terbatas dalam hal kapasitas dan kualitas, terutama dalam hal kompetensi dan ketersediaan sumber daya produktif yang terbatas termasuk informasi, pengetahuan, keterampilan, dan teknologi. UKM Kuliner Digital dinilai mampu mendongkrak daya saing jika sumber daya manusia yang dimilikinya dilengkapi dengan kompetensi digital yang kuat.

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kompetensi digital, salah satunya adalah kemitraan. Bisnis yang dijalankan oleh kemitraan memiliki akses ke jaringan yang lebih besar,

¹⁹ Ilomäki, Liisa, dkk. "Digital Competence—An Emergent Boundary Concept for Policy and Educational Research." *Education and information technologies* 21 (2016): 655-679.

²⁰ Ala-Mutka, Kirsti. "Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding." *Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies* (2011): 7-60.

²¹ Gilster, Paul. "Digital Fusion: Defining the Intersection of Content and Communications." *Digital literacies for Learning*. London: Facet Publishing (2006): 42-50.

²² Ferrari, Anusca, dan Yves Punie. "DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe." (2013).

²³ Ali, Ali, dkk. "Peranan Inovasi Produk dan E-Commerce terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Batik Jepara." *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*. Vol. 3. No. 1. 2021.

dapat mengumpulkan sumber daya dan pengetahuan, dan dapat berbagi praktik terbaik untuk melakukan tugas tertentu.^{24,25} Keunggulan ini disebut “keunggulan dalam bersaing” karena keunggulan sinergisnya ada pada bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan teknologi, kemitraan menyediakan mekanisme untuk bertukar keterampilan. Untuk itu UKM perlu melakukan kerja sama atau kemitraan untuk memperluas jaringan usaha guna mendapatkan berbagai manfaat yang saling mendukung satu sama lain.²⁶ Kemitraan terbagi menjadi 2 (dua), yaitu kemitraan antar-UKM dan kemitraan UKM dengan Usaha Besar.²⁷ Landasan Kemitraan dengan menggunakan Kepercayaan dan Kemauan Pemberdayaan. UKM Kuliner di wilayah Kota Bandung melakukan kemitraan dengan Usaha Besar seperti Gojek, Grab, dan Shopee. Dalam Undang-Undang juga disebutkan 6 (enam) bentuk kemitraan, diantaranya inti-plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, distribusi dan keagenan, serta bentuk kemitraan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, bentuk kemitraan yang dilakukan oleh UKM Kuliner Kota Bandung mayoritasnya adalah subkontrak (*Partnership*) sebanyak 65%. Selain subkontrak, bentuk-bentuk kemitraan lainnya yang dipilih diantaranya waralaba (20%), distribusi dan keagenan (10%), dan bagi hasil (5%). Bentuk kemitraan subkontrak yang dilakukan oleh pelaku UKM yaitu menjalin kerja sama dengan perusahaan jasa pengantaran makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood dalam penjualan, pemasaran, hingga sistem pembayarannya. Bentuk kemitraan ini dipilih karena dapat membantu para UKM untuk menjangkau pelanggannya. Selain menguntungkan bagi UKM, kerja sama ini juga menguntungkan bagi pihak mitra, yaitu perusahaan jasa pengantaran makanan, salah satunya berupa perolehan peningkatan pengguna *platform*.

Diperoleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS Kota Bandung) bahwa UKM Kuliner Kota Bandung yang telah menjalin kerjasama (Kemitraan) masih sekitar 40%, maka dapat dikatakan bahwa jumlah UKM Kuliner yang tidak bermitra masih lebih banyak dibandingkan dengan yang bermitra. Sedangkan saat ini terdapat 60% konsumen di Kota Bandung sering melakukan pembelian makanan dan minuman secara *online*. Padahal pembentukan kemitraan dapat membantu perusahaan tumbuh dan berkembang dengan sendirinya, itu juga bekerja menuju

²⁴ Chandra, Erbin, Darwin Lie, dan Marisi Butarbutar. "Peranan Kerjasama Bisnis terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Toko Media Print Pematangsiantar." *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan* 2.2 (2014): 5-11.

²⁵ Gabelaia, Ioseb, dan Lasha Tchelidze. "The Significance of Digital Marketing Strategies for Continuity of SMEs." *International Journal of Management, Knowledge and Learning* 11 (2022).

²⁶ Bandjar, Sitti Bulkis, Lala M. Kolopaking, dan Lukman M. Baga. "Strategi Peningkatan Mutu Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) di Kabupaten Maluku Tenggara." *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* 5.1 (2013).

²⁷ Ferdinand, Augusty. "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen." (2014).

tujuan utama kemitraan, yaitu menghasilkan uang.^{28,29} Tujuan utama kemitraan adalah membuat perusahaan masing-masing mitra lebih kompetitif.^{30,31} Untuk bersaing dengan sukses di pasar melawan perusahaan besar, UKM kuliner harus membentuk aliansi dengan mereka. Pengembangan UKM kuliner akan lebih sederhana jika melibatkan korporasi besar. Dengan demikian, ditetapkan bahwa meningkatkan daya saing adalah tujuan utama dari hubungan perusahaan.

KAJIAN LITERATUR

Kerangka teoritis penelitian akan dibahas dalam tinjauan sub-literatur ini sebagai pembenaran untuk membahas isu-isu yang diteliti, serta untuk pembuatan analisis yang akan digunakan pada bab-bab selanjutnya yang berkaitan dengan kompetensi digital dan kemitraan terkait dengan daya saing untuk pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung.

Daya saing perusahaan ditentukan oleh kapasitas mereka untuk beradaptasi dengan berbagai keadaan yang mereka hadapi.³² Daya saing didirikan oleh keunggulan kompetitif perusahaan, yang kadang-kadang disebut sebagai keunggulan kompetitif dan sangat bergantung pada tingkat relatif sumber daya yang dimilikinya, yang juga merupakan kemampuan perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai lingkungan yang dihadapi.^{33,34} Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif. Daya saing juga merupakan suatu pencarian posisi bersaing yang menguntungkan pada suatu industri sebagai zona terjadinya persaingan. Dimensi daya saing yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Factor Condition, Supply Condition, Demand Condition, Physical Resource, Human Resources.^{35,36}

²⁸ Chudzian, Joanna, Paulina Aniola-Mikolajczak, dan Larisa Patarai. "Motives and Attitudes for Saving among Young Georgians." *Economics & Sociology* 8.1 (2015): 165.

²⁹ Bawden, David. "Information and Digital Literacies: A Review of Concepts." *Journal of Documentation* (2001).

³⁰ Tambunan, Tulus. "Entrepreneurship development: SMES in Indonesia." *Journal of Developmental Entrepreneurship* 12.01 (2007): 95-118.

³¹ Hafsah, Mohammad Jafar. "Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta: PT." *Pustaka Sinar Harapan* (2000).

³² Orga, Josephine Ivoma, Chikizie Sunday Nnadi, dan N. C. Emeh. "The Role of knowledge management on the competitive advantage of food and beverage firms in South East Nigeria." *Scholars Journal of Economics, Business and Management* 5.7 (2018): 612-622.

³³ Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, (2002)

³⁴ Khairin, F. N., dkk. "UMKM Tangguh: Digitalisasi dan Transformasi Hijau." *Surabaya: Pustaka Aksara* (2021).

³⁵ Young Kim, Eun, dan Youn-Kyung Kim. "Predicting Online Purchase Intentions for Clothing Products." *European Journal of Marketing* 38.7 (2004): 883-897.

³⁶ Boyatzis, Richard E. "Competencies as a Behavioral Approach to Emotional Intelligence." *Journal of Management Development* 28.9 (2009): 749-770.

Kompetensi Digital merupakan kompetensi yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengintegrasikan teknologi dan digital ke dalam komunitas masyarakat sehingga mereka percaya diri dan kritis dalam mendukung pekerjaan yang sedang mereka kerjakan sehari-hari dan komunikasi, didukung dengan keterampilan teknis, informasi dan komunikasi dasar.³⁷ Dimensi kompetensi digital yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Informasi, Komunikasi, Pembuatan Konten, Keselamatan, Pemecahan Masalah.^{38,39}

Kemitraan merupakan suatu interaksi kerja sama dalam mewujudkan bentuk-bentuk kerja sama yang menguntungkan satu sama lain dalam mencapai tujuan yang dilakukan baik dengan individu maupun kelompok serta organisasi. Dimensi kemitraan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kepercayaan dan Kemampuan Pemberdayaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan data berupa angka atau bilangan yang dapat diolah dan diteliti dengan menggunakan perhitungan matematis atau statistik.⁴⁰ Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif menggunakan analisis jalur (*Path Analyst*).

Pada penelitian ini, populasinya adalah para pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang sudah tergabung dalam ekosistem digital dengan jumlah sebesar 35,5% dari total jumlah pelaku UMKM Kuliner Kota Bandung sebanyak 2.334 yaitu 829 UKM. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel yang disebut non-probability sampling, merupakan pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau peluang yang sama kepada setiap komponen atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik Purposive Sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dan digambarkan sebagai pemilihan sampel berdasarkan sejumlah faktor.⁴¹ Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang sudah beralih ke digital, Usia UKM Kuliner Kota Bandung minimal sudah 3 tahun, karena dapat dikatakan sudah dalam kondisi stabil. Kedua kriteria tersebut dipilih karena karakteristiknya sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.⁴² Dikarenakan jumlah

³⁷ Purwana, Dedi, R. Rahmi, dan Shandy Aditya. "Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1.1 (2017): 1-17.

³⁸ Cicik Harini, M. M., dkk. *Digital Marketing Bagi UMKM*. Media Sains Indonesia, 2021.

³⁹ Desmaryani, Susi. *Wirausaha dan Daya Saing*. Deepublish, 2018.

⁴⁰ Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons, 2016.

⁴¹ Ngaku, Maria Alfonsa, E. Marhaeniyanto, dan A. T. Murti. *Analisis Kelayakan Usaha Ayam Pedaging Pola Kemitraan dan Pola Mandiri di Kecamatan Dau Kabupaten Malang (Studi Kasus di Desa Gang Siranputuk Desa Gading Kulon dan Desategal Weru)*. Diss. Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2021

⁴² Sugiyono, Dr. "Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D." *Bandung: Alfabeta* (2010): 26-33.

pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang tergabung dalam ekosistem digital hanya disebutkan berupa persentase, sehingga pelaku UKM Kuliner Kota Bandung tidak memiliki data yang riil. Maka untuk menentukan jumlah sampel dilihat berdasarkan pada banyaknya indikator pada variabel.⁴³ Dalam menentukan sampel yang representative, jumlah indikatornya dikalikan 5 sampai dengan 10 kali. Berdasarkan hal tersebut, sampel dalam penelitian ini adalah: Sampel Minimum = $29 \times 5 = 145$ Sampel Maksimum = $29 \times 10 = 290$. Berdasarkan rumus tersebut, sampel dalam penelitian ini adalah: 200 responden.

Penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala 1-5 yang diharapkan dapat mempermudah responden dalam pengisian kuesioner. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban dengan susunan sebagai berikut ini. Skala Likert 1: Sangat Tidak Mampu/Baik, 2: Tidak Mampu/Baik, 3: Cukup Mampu/Baik, 4: Mampu/Baik, 5: Sangat Mampu/Baik. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat *software* SPSS. Pengujian dilakukan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka bisa disimpulkan bahwa item pertanyaan yang diuji valid, dan sebaliknya. Teknik pengukuran reliabilitas yang dipakai dalam penelitian kali ini adalah teknik Cronbach. Teknik ini biasa digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya memiliki rentangan antara beberapa nilai (bukan 0 atau 1 dan bukan ya atau tidak). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.⁴⁴

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk menjawab rumusan masalah, yaitu bagaimana gambaran mengenai Kompetensi Digital, Kemitraan dan Daya Saing UKM Kuliner Kota Bandung. Kompetensi Digital secara keseluruhan pada Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung termasuk dalam kategori cukup rendah. Hal ini diperoleh hasil bahwa skor aktual kompetensi digital menurut pelaku UKM Kuliner Kota Bandung sebesar 9421 dengan persentase sebesar 67,3. Persentase ini menunjukkan bahwa kompetensi digital belum maksimal dan perlu ditingkatkan karena pelaku UKM Kuliner Kota Bandung belum mampu memilah informasi-informasi yang diperoleh dari internet dan belum bisa mengenali informasi yang valid serta kurangnya kecakapan digital dalam menggunakan perangkat *mobile* seperti aplikasi, *platform design*, *user interface* dan *mobile device security*.

⁴³ Hair, Joseph F. "Black, Wc, Babin, Bj, & Anderson, Re (2010)." *Multivariate Data Analysis* 7 (2010): 77-95.

⁴⁴ Ghozali, Imam, dan Hengky Latan. "Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris." *Semarang: Badan Penerbit UNDIP* (2015).

Kemitraan secara keseluruhan pada Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung termasuk dalam kategori cukup rendah. Hal ini diperoleh hasil bahwa skor aktual kemitraan pelaku UKM Kuliner Kota Bandung sebesar 8096 dengan presentase sebesar 67,5. Persentase ini menunjukkan bahwa kemitraan belum maksimal dan perlu ditingkatkan karena pelaku UKM Kuliner Kota Bandung masih memiliki keraguan untuk bermitra dengan usaha lainnya. Hal ini disebabkan karena pelaku UKM Kuliner mungkin tidak yakin tentang apa yang diharapkan dari sebuah kemitraan dan bagaimana hal itu akan memengaruhi bisnis mereka. Mereka khawatir tentang bagaimana akan membagi tanggung jawab, keuntungan, dan risiko dengan mitra.

Daya Saing secara keseluruhan pada Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung termasuk dalam kategori cukup rendah. Hal ini diperoleh hasil bahwa skor aktual daya saing menurut pelaku UKM Kuliner Kota Bandung sebesar 6064 dengan persentase sebesar 67,4. Persentase ini menunjukkan bahwa daya saing belum maksimal dan perlu ditingkatkan karena pelaku UKM Kuliner Kota Bandung perlu memperbaiki struktur organisasi mereka agar *jobdesk* masing-masing karyawan jelas dan tidak tumpang tindih dan juga sebaiknya pelaku UKM Kuliner Kota Bandung melakukan inovasi pada produk yang mereka tawarkan sehingga mereka mampu bersaing dengan pelaku usaha yang sejenis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kompetensi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UKM Kuliner Kota Bandung. Hal ini diperlihatkan oleh nilai t_{hitung} yaitu 6,840 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,65 serta *sig.* lebih kecil dari *alpha* ($0,00 < 0,05$). Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur memiliki arah positif maka semakin tinggi kompetensi digital yang dimiliki pelaku UKM Kuliner Kota Bandung maka akan berdampak pada daya saing yang semakin tinggi begitupun sebaliknya. Variabel kompetensi digital berpengaruh total terhadap daya saing sebesar 43,1%. Studi ini menemukan pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang tidak bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi akan menyebabkan mereka sulit berkembang dan bertahan di tengah situasi persaingan saat ini. Selain itu UKM Kuliner Kota Bandung juga dituntut untuk mampu berkomunikasi secara langsung maupun secara virtual agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vieru, Bourdeau, Bernier, & Yapo yang menyatakan bahwa daya saing pelaku UKM dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia yang memiliki kemampuan atau kompetensi digital yang memadai karena investasi dalam teknologi dan informasi sangat penting bagi kemajuan suatu usaha.⁴⁵

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemitraan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing di UKM Kuliner di Kota Bandung, hal ini

⁴⁵ Vieru, Dragos, dkk. "Digital Competence: A Multi-Dimensional Conceptualization and a Typology in an SME Context." *2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE, 2015.

diperlihatkan oleh nilai t_{hitung} yaitu 5,765 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,65 serta *sig.* lebih kecil dari *alpha* ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur memiliki arah positif artinya apabila semakin baik kemitraan maka akan berdampak pada daya saing semakin tinggi, begitupula sebaliknya semakin buruk kemitraan maka akan berdampak pada daya saing semakin rendah. Variabel kemitraan memberikan pengaruh total terhadap daya tarik sebesar 35,9%. Studi ini menemukan bahwa masih banyak pelaku UKM Kuliner Kota Bandung yang memiliki keraguan untuk bermitra atau melakukan kerja sama dengan usaha lainnya dikarenakan mereka mengkhawatirkan bagaiman risiko-risiko yang akan mempengaruhi usaha mereka kedepannya. Selain itu di era yang semakin kompetitif ini, pelaku UKM Kuliner Kota Bandung dituntut untuk tetap dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya dengan bermitra terutama dengan *E-Commerce* karena saat ini pelanggan lebih senang melakukan pembelian secara online, ini juga dianggap cukup representatif dalam memberdayakan ekonomi masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan kompetensi digital dan kemitraan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing secara silmutan. Hal ini diperlihatkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 370,693 lebih besar daripada nilai F_{tabel} sebesar 3,04 serta *sig.* lebih kecil dari *alpha* ($0,00 < 0,05$). Dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,790 dengan kata lain besar persentase variasi daya saing yang bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel bebas yaitu kompetensi digital dan kemitraan adalah sebesar 79% sedangkan sisanya sebesar 21% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian ini. Persentase yang signifikan ini menunjukkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. UKM Kuliner Kota Bandung membutuhkan dua variabel penting ini untuk mewujudkan daya saing yaitu kompetensi digital dan kemitraan. Dengan menggabungkan 5 dimensi yang sesuai dengan kondisi UKM Kuliner Kota Bandung, yaitu informasi, komunikasi, pembuatan konten, keselamatan, pemecahan masalah pada variabel kompetensi digital dan 2 dimensi utama dari kemitraan yang sesuai dengan kondisi UKM Kuliner Kota Bandung, yaitu kepercayaan, kemauan pemberdayaan. Untuk mewujudkan daya saing UKM Kuliner Kota Bandung dapat dilihat dari 5 dimensi utamanya yaitu *factor condition, supply condition, demand condition, physical resource, human resources*. Secara implisit, hal ini dapat diterjemahkan bahwa untuk membangun daya saing UKM Kuliner Kota Bandung dibutuhkan aspek eksternal dan internal. Kompetensi digital merupakan aspek internal yang dimiliki oleh UKM Kuliner Kota Bandung yang menitikberatkan pada kualitas dari SDM yang mana SDM tersebut memiliki keterampilan dalam penggunaan teknologi. Apabila keterampilan SDM yang dimiliki semakin baik, maka daya saing dapat terwujud dengan maksimal.

KESIMPULAN

Kompetensi Digital, Kemitraan, dan Daya Saing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung tergolong cukup rendah. Hal ini disebabkan karena kurangnya pelatihan yang diberikan terkait pemasaran melalui media digital, sehingga konten yang disajikan tidak menarik, kemudian pelaku UKM Kuliner belum mampu memilah informasi-informasi yang diperoleh dari internet dan belum bisa mengenali informasi yang valid serta kurangnya kecakapan digital dalam menggunakan perangkat *mobile* seperti aplikasi, *platform design*, *user interface* dan *mobile device security*. Kompetensi Digital Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung berpengaruh positif terhadap daya saing. Hal ini disebabkan karena kondisi pelaku UKM Kuliner Kota Bandung saat ini mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi sehingga mereka dapat berkembang dan bertahan di tengah situasi persaingan saat ini. Selain itu UKM Kuliner Kota Bandung juga dituntut untuk mampu berkomunikasi secara langsung maupun secara virtual agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Kemitraan Pelaku UKM Kuliner Kota Bandung berpengaruh positif terhadap daya saing. Bentuk kemitraan yang dilakukan pelaku UKM Kuliner Kota Bandung mayoritasnya adalah subkontrak (*Partnership*) di era kondisi saat ini yang semakin kompetitif, pelaku UKM Kuliner Kota Bandung mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya dengan bermitra terutama dengan ShopeeFood, GoFood, GrabFood serta *E-Commerce* lainnya karena saat ini pelanggan lebih senang melakukan pembelian secara online. Sedangkan secara simultan variabel Kompetensi Digital dan Kemitraan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Daya Saing. Kompetensi Digital dan Kemitraan dapat memberikan pengaruh terhadap Daya Saing. Dalam membangun daya saing UKM Kuliner Kota Bandung dibutuhkan aspek eksternal dan internal. Kompetensi digital merupakan aspek internal yang dimiliki oleh UKM Kuliner Kota Bandung yang menitik beratkan pada kualitas dari SDM yang mana SDM tersebut memiliki keterampilan dalam penggunaan teknologi. Apabila keterampilan SDM yang dimiliki semakin baik, maka daya saing dapat terwujud dengan maksimal. Begitu juga pada aspek eksternal di mana kemitraan secara keseluruhan menitik beratkan pada kualitas suatu hubungan dengan mitranya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ala-Mutka, Kirsti. "Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding." *Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies* (2011): 7-60.
- Ali, Ali, dkk. "Peranan Inovasi Produk dan E-Commerce terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Batik Jepara." *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*. Vol. 3. No. 1. 2021.
- Bandjar, Sitti Bulkis, Lala M. Kolopaking, dan Lukman M. Baga. "Strategi Peningkatan Mutu Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) di Kabupaten Maluku Tenggara." *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* 5.1 (2013).

Shasqia Velliana Putri, Imas Soemaryani, Wa Ode Zusnita: Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung

- Bawden, David. "Information and Digital Literacies: A Review of Concepts." *Journal of Documentation* (2001).
- Boyatzis, Richard E. "Competencies as a Behavioral Approach to Emotional Intelligence." *Journal of Management Development* 28.9 (2009): 749-770.
- Chandra, Erbin, Darwin Lie, dan Marisi Butarbutar. "Peranan Kerjasama Bisnis terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Toko Media Print Pematangsiantar." *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan* 2.2 (2014): 5-11.
- Chudzian, Joanna, Paulina Aniola-Mikolajczak, dan Larisa Pataraiia. "Motives and Attitudes for Saving among Young Georgians." *Economics & Sociology* 8.1 (2015): 165.
- Cicik Harini, M. M., dkk. *Digital Marketing Bagi UMKM*. Media Sains Indonesia, 2021.
- Cousineau, Melissa, Thomas W. Lauer, dan Eileen Peacock. "Supplier source integration in a large manufacturing company." *Supply chain management: an international journal* 9.1 (2004): 110-117.
- Day, George S., dan Paul JH Schoemaker. "Adapting to fast-changing markets and technologies." *California Management Review* 58.4 (2016): 59-77.
- Depaoli, Paolo, Stefano Za, dan Eusebio Scornavacca. "A Model for Digital Development of SMEs: An Interaction-Based Approach." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 27.7 (2020): 1049-1068.
- Desmaryani, Susi. *Wirausaha dan Daya Saing*. Deepublish, 2018.
- Ferdinand, Augusty. "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen." (2014).
- Ferrari, Anusca, dan Yves Punie. "DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe." (2013).
- Fitri, S. (2021). *Penyebab, Dampak, dan Bahaya Resesi Ekonomi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/607719d65bbdc/penyebab-dampak-dan-bahaya-resesi-ekonomi>
- Gabelaia, Ioseb, dan Lasha Tchelidze. "The Significance of Digital Marketing Strategies for Continuity of SMEs." *International Journal of Management, Knowledge and Learning* 11 (2022).
- Ghozali, Imam, dan Hengky Latan. "Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris." *Semarang: Badan Penerbit UNDIP* (2015).
- Gilster, Paul. "Digital Fusion: Defining the Intersection of Content and Communications." *Digital literacies for Learning*. London: Facet Publishing (2006): 42-50.
- Hafsah, Mohammad Jafar. "Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta: PT." *Pustaka Sinar Harapan* (2000).
- Hair, Joseph F. "Black, Wc, Babin, Bj, & Anderson, Re (2010)." *Multivariate Data Analysis* 7 (2010): 77-95.
- Hanum, Ayu Noviani, dan Andwiani Sinarasri. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (STUDI KASUS UMKM di Wilayah Kota Semarang)." *Maksimum: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang* 8.1 (2018): 1-15.

Shasqia Velliana Putri, Imas Soemaryani, Wa Ode Zusnita: Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung

- Hashemi, Seyed Ahmad, dan Farideh Dehghanian. "A Survey and Analysis of the Relationship between Human Resources Management and Organizational Performance." *Engineering, Technology & Applied Science Research* 5.2 (2017): 10-48084.
- Ilomäki, Liisa, dkk. "Digital Competence—An Emergent Boundary Concept for Policy and Educational Research." *Education and information technologies* 21 (2016): 655-679.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, (2002)
- Jabar, Juhaini, Norfaridatul Akmaliah Othman, dan Mohd Asmadi Idris. "Enhancing Organizational Performance through Strategic Technology Alliances: A Study on Malaysian Manufacturers." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 2.6 (2011): 506.
- Kaczmarek, Jarosław. "The Stance, Factors, dan Composition of Competitiveness of SMEs in Poland." *Sustainability* 14.3 (2022): 1788.
- Khairin, F. N., dkk. "UMKM Tangguh: Digitalisasi dan Transformasi Hijau." *Surabaya: Pustaka Aksara* (2021).
- Lantu, Donald Crestofel, dkk. "Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model." *The Asian Journal of Technology Management* 15.1 (2016): 77.
- Man, Thomas WY, Theresa Lau, dan K. F. Chan. "The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies." *Journal of business venturing* 17.2 (2002): 123-142.
- Márkus, Gábor. "Measuring company level competitiveness in Porter's Diamond model framework." *FIKUSZ 2008 Business Sciences-Symposium for Young Researchers: Proceedings*. 2008.
- Ngaku, Maria Alfonsa, E. Marhaeniyanto, dan A. T. Murti. *Analisis Kelayakan Usaha Ayam Pedaging Pola Kemitraan dan Pola Mandiri di Kecamatan Dau Kabupaten Malang (Studi Kasus di Desa Gang Siranputuk Desa Gading Kulon dan Desategal Weru)*. Diss. Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2021.
- Orga, Josephine Ivoma, Chikizie Sunday Nnadi, dan N. C. Emeh. "The Role of knowledge management on the competitive advantage of food and beverage firms in South East Nigeria." *Scholars Journal of Economics, Business and Management* 5.7 (2018): 612-622.
- Purwana, Dedi, R. Rahmi, dan Shandy Aditya. "Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1.1 (2017): 1-17.
- Puspitasari, Ratna. "Kebutuhan Pelatihan bagi Manajer Marketing." *Perspektif Ilmu Pendidikan* 20.XI (2009): 82-109.
- Raharjo, Tri Weda. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Jakad Media Publishing, 2018.
- Rusdiana, H. A. "Kewirausahaan: Teori dan Praktik, CV." *Pustaka Setia, Bandung* (2018).
- Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons, 2016.
- Srivastava, Saurabh, Abid Sultan, dan Nasreen Chashti. "Influence of Innovation Competence on Firm Level Competitiveness: An Exploratory Study." *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2017).
- Sugiyono, Dr. "Metode penelitian kuantitatif dan R&D." *Bandung: Alfabeta* (2010): 26-33.

Shasqia Velliana Putri, Imas Soemaryani, Wa Ode Zusnita: Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung

- Szerb, László, dan József Ulbert. "The Examination of the Competitiveness in the Hungarian SME Sector: A Firm Level Analysis." *Acta Polytechnica Hungarica* 6.3 (2009): 105-123.
- Tambunan, Tulus. "Entrepreneurship development: SMES in Indonesia." *Journal of Developmental Entrepreneurship* 12.01 (2007): 95-118.
- Vieru, Dragos, dkk. "Digital Competence: A Multi-Dimensional Conceptualization and a Typology in an SME Context." *2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE, 2015.
- Wheeler, Steve. "Digital Literacies for Engagement in Emerging Online Cultures." *eLearn Center Research Paper Series* (2012): 14-25.
- Widiastuti, Tri, dan Aprih Santoso. "Look for Strengthening the Competitiveness of Traditional Snacks-Based SMEs." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8.1 (2020): 223-230.
- Young Kim, Eun, dan Youn-Kyung Kim. "Predicting Online Purchase Intentions for Clothing Products." *European Journal of Marketing* 38.7 (2004): 883-897.