

**ANALISIS DAYA SAING DAN INOVASI
UMKM *FROZEN FOOD* DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**MIAN LESTARI BR LINGGA
198220057**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/6/24

Access From (repository.uma.ac.id)7/6/24



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Daya Saing dan Inovasi UMKM *Frozen Food* Kota Medan

Nama : Mian Lestari Br Lingga

Npm : 198220057

Fakultas : PERTANIAN

Disetujui oleh:
Komisi Pembimbing




Faiz Ahmad Sibuea SP, M.Si

Dosen Pembimbing

Diketahui oleh:




Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si
Dekan Fakultas Pertanian


Marizha Nurcahvani, S.ST, M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 2 April 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi lainnya pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 Mei 2024



Mian Lestari Br Lingga
198220057

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mian Lestari Br Lingga
NPM : 198220057
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Tugas Akhir/ Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti (Non-exclusive Royalti Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Analisis Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit Rakyat Di Desa Sei Lama, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat : Medan

Pada Tanggal : Mei 2024

Yang menyatakan,



Mian Lestari Br Lingga

ABSTRAK

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat inovasi pengusaha UMKM Frozen Food di Kota Medan, untuk menganalisis tingkat daya saing pengusaha UMKM Frozen Food di Kota Medan, menganalisis pengaruh inovasi terhadap daya saing pengusaha UMKM Frozen Food di Kota Medan. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Medan, Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 pelaku usaha UMKM Frozen Food. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan SEM-PLS. Tingkat inovasi memiliki skor sebesar 233, dengan presentase sebesar 93,18% dengan kategori sangat tinggi. Untuk skor rata-rata tertinggi terdapat pada indikator kuantitas produk dan desain produk dengan skor masing-masing 237 dengan presentase 94,72%, sedangkan indikator dengan skor rata-rata terendah terdapat pada perluasan produk dengan skor 222 dengan presentase 88,88%. Tingkat daya saing memiliki skor sebesar 238, dengan presentase sebesar 95,30% dengan kategori sangat tinggi. Untuk skor rata-rata tertinggi terdapat pada indikator pangsa pasar dan sertifikasi dengan skor masing-masing 239 dengan presentase 95,52%, sedangkan indikator dengan skor rata-rata terendah terdapat pada harga dengan skor 236 dengan presentase 94,56%. Pengaruh inovasi terhadap daya saing menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan, nilai t-statistik inovasi (INO) terhadap daya saing (DS) adalah sebesar $2,275 < t\text{-tabel}$ yaitu 2,008. Selain itu, nilai P-Value yang dihasilkan yaitu 0,023 ($< 0,05$).

Kata Kunci : Inovasi, Daya Saing, UMKM Frozen Food.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the level of innovation of Frozen Food MSME entrepreneurs in Medan City, to analyze the level of competitiveness of Frozen Food MSME entrepreneurs in Medan City, to analyze the influence of innovation on the competitiveness of Frozen Food MSME entrepreneurs in Medan City. The location of the research was carried out in Medan City. The number of samples in this research was 50 Frozen Food MSME business actors. The data used in this research are primary data and secondary data, the data analysis method used is SEM-PLS. The level of innovation has a score of 233, with a percentage of 93.18% in the very high category. The highest average score is in the product quantity and product design indicators with a score of 237 each with a percentage of 94.72%, while the indicator with the lowest average score is product expansion with a score of 222 with a percentage of 88.88%. The level of competitiveness has a score of 238, with a percentage of 95.30% in the very high category. The highest average score is in the market share and certification indicators with a score of 239 each with a percentage of 95.52%, while the indicator with the lowest average score is price with a score of 236 with a percentage of 94.56%. The influence of innovation on competitiveness shows a positive and significant influence, the t-statistic value of innovation (INO) on competitiveness (DS) is $2.275 < t\text{-table}$, namely 2.008. Apart from that, the resulting P-Value value is 0.023 (<0.05).

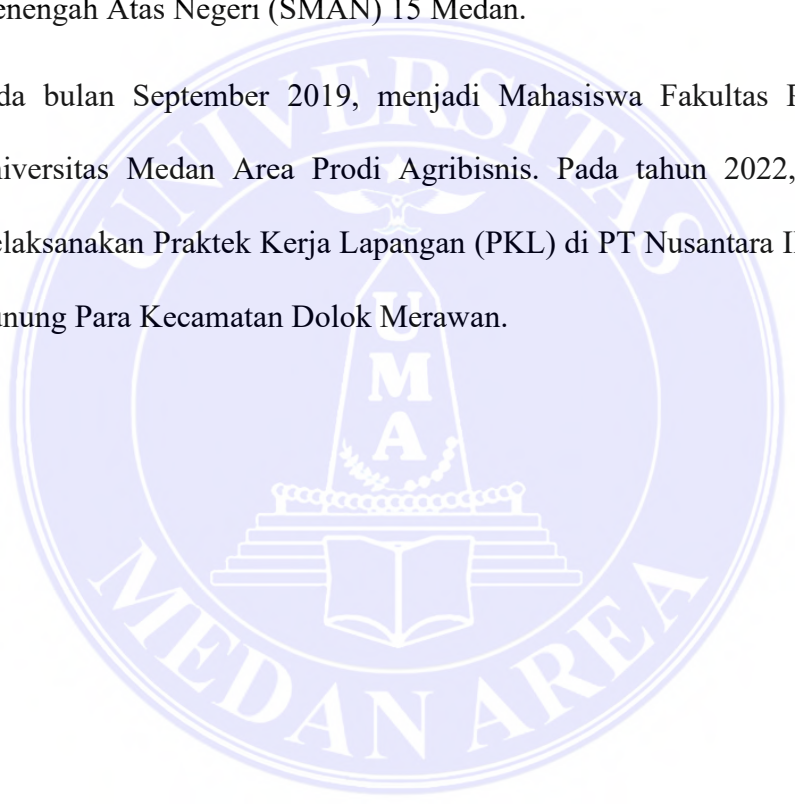
Keywords: *Innovation, Competitiveness, Frozen Food MSMEs.*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 11 Oktober 2001 di Tj Anom, Provinsi Sumatera Utara. Anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan s. Lingga dan Rosmawan Br Pasaribu.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Swasta Elida dan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 41 Medan, selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 15 Medan.

Pada bulan September 2019, menjadi Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Prodi Agribisnis. Pada tahun 2022, Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Nusantara III Kebun Gunung Para Kecamatan Dolok Merawan.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Daya Saing Dan Inovasi UMKM *Frozen Food* di Kota Medan”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan srata satu pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan Ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hermosa, SP, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Ibu Marizha Nurcahyani SP, M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Faiz Ahmad Sibuea SP, M.Si selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Bapak, Ibu selaku Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Orang tua, keluarga dan teman-teman yang memberi doa dan dukungan baik secara moril maupun material bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Medan Area.
6. Bapak Ibu yang ada di tempat penelitian yang telah memberikan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.
7. Juga kepada Nemut tersayang sebagai pacar, teman, dan sahabat yang telah memotivasi dan memberi semangat serta menemani penyusunan skripsi ini.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis megarapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

Penulis,



(Mian Lestari Br Lingga)



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
LEMBAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Hipotesis.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Inovasi.....	9
2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	14
2.3 Syarat Pengusaha UMKM Dalam Mendapatkan Bantuan Dari Dinas Koperasi.....	17
2.4 Perubahan Yang Dilakukan Pengusaha UMKM Dalam Meningkatkan Produk Usaha.....	18
2.5 <i>Frozen Food</i>	20
2.6 Daya Saing.....	22
2.7 Penelitian Terdahulu.....	27
III. METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian.....	29

3.3 Penarikan Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	39
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40
4.1 Letak Geografis Kota Medan.....	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
5.1 Karakteristik Responden.....	42
5.2 Inovasi Pengusaha UMKM <i>Frozen Food</i> Kota Medan.....	45
5.3 Daya Saing Pengusaha UMKM <i>Frozen Food</i> Kota Medan.....	50
5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
5.5 Analisis Nilai R-Square.....	61
5.6 Analisis Uji <i>Path Coeficient</i> (Inner Model).....	62
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perkembangan Jumlah UMKM di Kota Medan.....	2
Tabel 2. Jumlah UMKM di Kota Medan.....	3
Tabel 3. Bidang-Bidang UMKM di Kota Medan.....	3
Tabel 4. UMKM di Kecamatan Kota Medan Yang Menerima Bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan	4
Tabel 5 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 6 Indikator-Indikator Inovasi	31
Tabel 7 Indikator-Indikator Daya Saing.....	33
Tabel 8 Atribut Variabel Inovasi.....	38
Tabel 9 Atribut Variabel Daya Saing	38
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	44
Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	45
Tabel 15 Indikator Skor Kualitas Produk Terhadap Tingkat Inovasi.....	45
Tabel 16 Indikator Skor Kuantitas Produk Terhadap Tingkat Inovasi.....	46
Tabel 17 Indikator Skor Varian Produk Terhadap Tingkat Inovasi	47
Tabel 18 Indikator Skor Desain Produk Terhadap Tingkat Inovasi.....	48
Tabel 19 Indikator Skor Perluasan Produk Terhadap Tingkat Inovasi	49
Tabel 20 Skor Keseluruhan Rata-Rata Inovasi	50
Tabel 21 Indikator Skor Pangsa Pasar Terhadap Daya Saing	51
Tabel 22 Indikator Skor Regulasi Terhadap Daya Saing.....	51
Tabel 23 Indikator Skor Sertifikasi Terhadap Daya Saing.....	52
Tabel 24 Indikator Skor Harga Terhadap Daya Saing	53
Tabel 25 Indikator Skor Pelayanan Terhadap Daya Saing.....	54
Tabel 26 Skor Keseluruhan Rata-Rata Daya Saing.....	55
Tabel 27 Analisis PLS Algoritmah Hasil Uji Keterkaitan Variabel.....	57
Tabel 28 Hasil Uji Validitas Inovasi (INO)	58
Tabel 29 Hasil Uji Validitas Daya Saing	59

Tabel 30 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	60
Tabel 31 Hasil Uji <i>R-Square</i>	61
Tabel 32 Uji Path Coefficient (Inner Model)	62



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2 Model PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	37
Gambar 3 Diagram Hasil Uji Keterkaitan Variabel	56
Gambar 4. Diagram Hasil Uji Keterkaitan Variabel (Setelah Eliminasi).....	58
Gambar 5. Hasil <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	62



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Karakteristik Responden Penelitian.....	18
Lampiran 2. Lanjutan Karakteristik Responden Penelitian.....	80
Lampiran 3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Inovasi (X).....	81
Lampiran 4. Distribusi Jawaban Responden Variabel Daya Saing (Y).....	82
Lampiran 5. Hasil <i>Outer Loading</i>	83
Lampiran 6. Hasil <i>Composite Reliability</i>	83
Lampiran 7. Nilai <i>R-Square</i> , <i>Model Fit</i> , dan <i>Path Coefficient</i>	84
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....	85
Lampiran 9. Lanjutan Dokumentasi Penelitian.....	86
Lampiran 10. Lanjutan Dokumentasi Penelitian.....	87
Lampiran 11. Produk Makanan <i>Frozen Food</i>	88
Lampiran 12. Surat Pengantar Riset.....	89
Lampiran 13. Surat Setelah Riset.....	90



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting bagi laju perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Merujuk pada Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, usaha mikro kecil dan menengah ialah sektor yang diambil peran cukup besar dalam menyediakan lapangan kerja. Selain itu, UMKM juga memiliki kemampuan bertahan yang cukup tinggi bagi keadaan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) setelah kejadian krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998, banyaknya jumlah UMKM tidak mengalami penurunan malah semakin mengalami peningkatan hingga saat ini.

Kementerian Koperasi dan UKM RI mengatakan apabila dilihat dari jumlah unitnya, UMKM mempunyai pangsa pasar sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari semua jumlah total usaha yang ada di Indonesia, akan tetapi usaha besar hanya mampu berkontribusi sebangak 0,01% atau sekitar 5.400 unit. Sedangkan usaha mikro mampu menyerap tenaga kerja sekitar 107,2 juta atau (89,2%), dan usaha kecil 5,7 juta atau 4,74% serta untuk usaha menengah sekitar 3,58 juta jiwa yang berarti bahwa secara keseluruhan UMKM mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, dibandingkan dengan usaha besar yang hanya mampu menyerap tenaga kerja sekitar 3% dari total keseluruhan.

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian. Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) peran sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan pekerjaan yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan

masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor masyarakat mengurangi tingkat kemiskinan (Tedjasuksmana, 2014).

Pembangunan ekonomi di Provinsi Sumatera Utara khususnya di Kota Medan juga memiliki peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi dan ekspor non-migas yang secara langsung turut menciptakan peningkatan pendapatan masyarakat. Secara mikro ekonomi UMKM keberadaannya sangat fluktuatif, hal ini dapat terjadi karena pergeseran sektor usaha guna mengikuti pangsa pasar yang ada karena memiliki permodalan yang terbatas, pertumbuhan UMKM sangat sulit untuk terdeteksi. Secara makro ekonomi perkembangan UMKM selalu menunjukkan peningkatan.

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan sehingga daya saing meningkat disebabkan semakin tumbuhnya kesadaran menjadi wirausaha akibat belum seimbangny jumlah pencari pekerja dan lapangan kerja yang tersedia. Jumlah Perkembangan UMKM di Kota Medan dapat dilihat pada Tabel 1. Dengan adanya peranan yang sangat penting ini maka UMKM harus terus dapat dikembangkan.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah UMKM di Kota Medan

No	Sektor	Jumlah (Unit)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	UMKM	515	751	1.014	1.402	1.612

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2022)

Kota Medan adalah salah satu daerah penyebaran UMKM di Sumatera Utara dan sebagai salah satu kota yang dapat mendorong berkembangnya para pelaku UMKM di Kota Medan. Jumlah UMKM di Kota Medan dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 2. Jumlah UMKM di Kota Medan

No	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Usaha Mikro	1.487
2.	Usaha Kecil	114
3.	Usaha Menengah	11
TOTAL		1.612

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2022)

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa di Kota Medan memiliki jumlah UMKM 1.612 unit. Usaha Mikro menjadi yang paling tinggi sebanyak 1.487 unit dan Usaha Menengah sangat sedikit sebanyak 11 unit. Keberadaan UMKM sudah tidak dapat diragukan lagi kerana sudah terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi setelah krisis ekonomi melanda.

Tabel 3. Bidang-Bidang UMKM di Kota Medan

No.	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Kuliner	943
2.	Produksi	304
3.	Jasa	273
4.	Dagang	65
5.	Agribisnis	27
TOTAL		1.612

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2022)

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa jenis usaha UMKM yang terbanyak adalah usaha dibidang kuliner dengan jumlah 943 pelaku usaha. Berdasarkan data diatas bahwa jenis usaha bidang kuliner yang paling banyak diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya. Hal ini menjadikan usaha bidang kuliner yang paling banyak diminati dan berkembang begitu pesatnya di Kota Medan, sehingga daya saingnya terus meningkat.

Tabel 4. UMKM di Kota Medan Yang Menerima Bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan

No.	Tahun	Jumlah
1.	2017	1.021
2.	2018	1.134
3.	2019	1.350
4.	2020	1.490
5.	2021	1.603
TOTAL		6.598

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2022)

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa UMKM yang terbanyak menerima bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan adalah pada tahun 2021. Berdasarkan data diatas bahwa jenis usaha bidang kuliner yang paling banyak diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya. Hal ini menjadikan usaha bidang kuliner yang paling banyak diminati dan berkembang begitu pesatnya di Kota Medan, sehingga daya saingnya terus meningkat.

Walaupun memiliki peranan yang sangat penting, UMKM di Kota Medan juga menghadapi masalah yang sangat sulit untuk dikembangkan, hal ini disebabkan karena keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah dalam mengakses informasi dan mengelola modal, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar dan terbatasnya pemasaran produk.

Produk UMKM mempunyai daya saing yang besar dengan potensi skala bisnis yang luas akan tetapi, pangsa pasarnya terbatas yang dalam artian segmentasi pasar untuk produk UMKM masih kurang luas dikarenakan tidak adanya sistem pemasaran yang tepat untuk penjualan produk UMKM tersebut. Kondisi persaingan produk UMKM pada saat ini cukup ketat dan kompleks. Setiap pelaku usaha (produsen) dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar

dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan pihak pesaing.

Bisnis *frozen food* merupakan salah satu bisnis yang paling diminati dan memiliki prospek baik. Sudah banyak pelaku usaha yang memperoleh profit besar dari bisnis *frozen food*. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha *frozen food* yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran produk andalan masing-masing. Namun ada juga pelaku usaha *frozen food* yang gulung tikar atau bangkrut, karena kurangnya inovasi dan daya saing yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis *frozen food* dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen dan juga mengetahui minat dan perhatian konsumen. Salah satu Produk UMKM dari *frozen food* yang banyak berkembang di pasaran pada saat ini adalah olahan berbahan dasar hewani, sebagai contoh adalah sosis sapi/ayam, dimsum, nugget ayam.

Untuk meningkatkan daya saing, UMKM *frozen food* harus memiliki kemampuan berkompetisi. Untuk mencapai kinerja yang sangat baik, UMKM *frozen food* harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja. Pelaku usaha (produsen) harus dapat berinovasi untuk menjawab apa yang menjadi keinginan konsumen persaingan dengan kompetitor yang lain serta perubahan yang terjadi di pasar.

Dengan melakukan inovasi, pelaku UMKM menginginkan agar dapat menghasilkan produk yang benar-benar baru atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam menggunakan

suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga harus memperhatikan produk yang dipilih memiliki kualitas atau kelebihan dibandingkan dengan produk yang lain. Pertumbuhan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan peran produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampak statis dari tahun ke tahun.

Berdasarkan permasalahan diatas pentingnya untuk memahami faktor yang bisa mendukung sebuah inovasi, sebagai upaya meningkatkan daya saing khususnya di Kota Medan, maka dengan ini dilakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Daya Saing dan Inovasi UMKM *Frozen Food* di Kota Medan”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat inovasi pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan?
2. Bagaimana tingkat daya saing pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap daya saing UMKM *Frozen Food* di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tingkat inovasi pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan.
2. Untuk menganalisis tingkat daya saing pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan.
3. Menganalisis pengaruh inovasi terhadap daya saing pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan.

1.4 Hipotesis

H0 : Inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan.

H1 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pengusaha UMKM *Frozen Food* di Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan dan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang terkait mengenai kondisi UMKM.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam hal yang menyangkut daya saing dan inovasi UMKM di Kota Medan
3. Sebagai bahan dan informasi serta referensi bagi pembaca dan peneliti berikutnya.

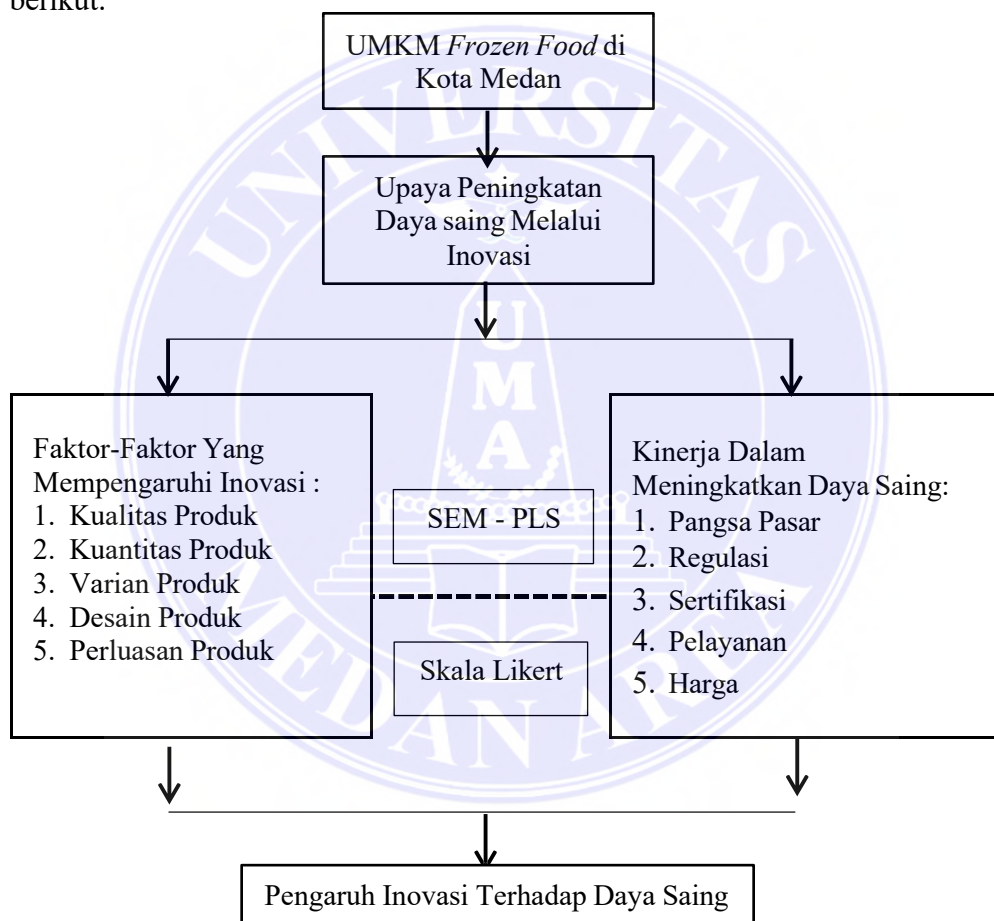
1.6 Kerangka Pemikiran

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan jenis usaha yang paling banyak ditemui di Indonesia. Salah satu daerah penyebaran UMKM adalah di Kota Medan. UMKM memiliki peran yang sangat penting karena membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Kondisi persaingan saat ini cukup ketat dan kompleks

Upaya peningkatan daya saing UMKM yang diharapkan dapat menghasilkan pelaku usaha (produsen) skala mikro dan menengah mampu meningkatkan kemampuannya melalui inovasi. Untuk meningkatkan daya saing UMKM yang dapat dipengaruhi dengan faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi seperti ukuran usaha, umur usaha, pendidikan, pelatihan, teknologi, teknologi informasi. Pentingnya untuk memahami sebuah inovasi dalam persaingan ini untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan ini.

Salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, untuk mempertahankan daya saing, pelaku usaha perlu mengkaji atau mengetahui kinerja pelaku UMKM dengan menganalisis peluang daya saing yang dapat ditingkatkan dengan indikator: pangsa pasar, kompetensi, regulasi, produk, sertifikasi, pelayanan, dan harga. Dengan melakukan inovasi, pelaku usaha (produsen) dapat bertahan dengan pesaing-pesaing lainnya yang kompetitif.

Kerangka pemikiran yang berkaitan dengan daya saing dan inovasi sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Inovasi

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia. (Yuliani, dkk, 2022).

Inovasi merupakan salah satu faktor persaingan yang paling penting untuk mencapai kesuksesan dimana akhir-akhir ini lingkungan bisnis selalu berubah-ubah dengan cepat. Inovasi dalam hal produk maupun proses sangat tergantung pada penciptaan teknologi. Inovasi adalah bagaimana pelaku usaha atau seseorang menghasilkan uang dari kreatifitas. Dengan melakukan inovasi dalam hal bisnis, maka pelaku usaha bukan hanya dapat menghadapi pesaing, tetapi juga tantangan ketika kreatifitas berada pada kultur organisasi yang benar, yang hasilnya adalah inovasi yang spektakuler (Methasari, 2018).

Menurut Hamali (dalam Yuliani, dkk, 2022), menjelaskan Inovasi dapat dilihat sebagai cara untuk menciptakan nilai bagi suatu produk, adapun jenis-jenis inovasi sebagai berikut:

a. Produk (Inovasi Produk)

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu pelaku usaha, baik yang sudah ada maupun belum, dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern.

b. Proses Produksi (Inovasi Proses),

Inovasi proses ialah penciptaan atau perbaikan metode produksi, pelayanan, atau operasi administrasi serta pengembangan proses, sistem, dan aktivitas rekayasa dalam pengembangan produk baru.

c. Inovasi Manajemen

Inovasi manajemen adalah implementasi dari sebuah aplikasi, proses dan struktur manajemen baru yang mewakili sebuah awal penting bagi pelaku usaha untuk bertransformasi ke arah yang lebih baik

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi. Inovasi harus diciptakan dalam suatu usaha karena Inovasi sumber pertumbuhan perusahaan. Inovasi adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasaran dalam memasarkan suatu produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi, inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas (Putra, 2019).

Menurut Keeh (dalam Yuliani, dkk, 2022) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan sebagai berikut:

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan pelayanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek,

yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.

3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Adapun terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi berdasarkan karakteristik seperti ukuran usaha, umur usaha, tingkat pendidikan, pelatihan dan teknologi informasi.

1. Ukuran usaha

Ukuran usaha adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya usaha menurut berbagai cara, antar lain: total aktiva, dan jumlah karyawan. Ukuran usaha merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi usaha dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecil) suatu usaha, seperti banyak banyaknya jumlah karyawan yang digunakan untuk menjalankan usaha dan jumlah aktiva yang dimiliki, dan total penjualan yang dicapai.

2. Umur usaha

Umur usaha atau Lama usaha usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. lamanya seseorang pelaku usaha menekuni usahanya maka akan meningkat pula pengetahuannya dan akan berpengaruh pada tingkat pendapatannya. Semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar. Keterampilan berdagang semakin bertambah maka semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring. Selain itu dengan semakin lama pedagang menjalankan usahanya, maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya.

3. Tingkat Pendidikan

Faktor pendidikan adalah pengaruh pendidikan terhadap perkembangan jiwa seseorang (termasuk jiwa wirausaha) sebenarnya berbeda dengan pengaruh eksternal yang lain. Pada umumnya pengaruh lingkungan sekitar (fisik maupun sosial) bersifat pasif, dalam arti bahwa lingkungan tidak memberikan suatu paksaan terhadap individu. Lingkungan hanya memberikan kesempatan-kesempatan atau peluang seorang individu. Dengan pendidikan, wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia yang lain sehingga akhirnya mampu berdiri sendiri.

4. Pelatihan

Pelatihan merupakan wadah lingkungan bagi karyawan, dimana mereka memperoleh atau mempelajari sikap, kemampuan, keahlian, pengetahuan, dan

perilaku spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan. Pelatihan meliputi banyak kegiatan yang menginformasikan karyawan tentang kebijakan, prosedur untuk kemajuan organisasi dimasa yang mendatang. Pelatihan dirancang untuk meningkatkan keahlian seseorang. Pengembangan dan inovasi dalam organisasi menjadi hal yang perlu ada untuk membawa organisasi menjadi lebih baik dalam mencapai tujuan dan sasaran secara efektif dan efisien. Maju mundurnya organisasi/instansi tergantung juga pada kreatifitas yang dimiliki oleh sumber daya manusia. Karyawan yang mempunyai kompetensi dapat menciptakan pemikiran yang inovatif.

5. Teknologi informasi

Teknologi informasi merupakan dapat diartikan sebagai suatu subjek yang luas yang berkenaan tentang teknologi dan aspek lain tentang bagaimana melakukan manajemen dan pemrosesan pengolahan data menjadi informasi. Teknologi informasi ini merupakan subsistem dari sistem informasi (information system). Salah satu inovasi teknologi informasi yang paling kuat dan memberikan dampak besar adalah internet atau sosial media. Internet memungkinkan organisasi untuk mentransfer keterampilan, informasi dan pengetahuan dengan cara yang efektif dan efisien.

Organisasi yang lebih kecil inovasi Internet memberikan beberapa keuntungan yang sangat penting seperti mencapai pasar baru, mempromosikan bisnis mereka, merilis produk baru, meningkatkan kualitas komunikasi dan jaringan sosial online, menggunakan data dari daerah lain dan membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis baru.

2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang, usaha menengah dan besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil (Suyadi, 2018).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan Pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,-tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,-.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usahamenengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,-sampai dengan

- paling banyak Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,-
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,-sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,-tidak termasuk tanah dan bangunan
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,-sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,-.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengatakan, “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Menurut (Absah, 2016) adapun manfaat UMKM adalah:

1. Membuka Lapangan Pekerjaan

Adanya UMKM tentunya membuka kesempatan kerja yang lebih luas bagi masyarakat. Hal ini dapat menjadi salah satu solusi untuk mengurangi pengangguran, sehingga dapat menjadi salah satu solusi untuk mengatasimasalah

sosial. UMKM membutuhkan tenaga kerja yang dapat dipakai juga tenaga kerja terlatih yang tidak mengenyam pendidikan tinggi. Hal ini kesempatan kerja bagi masyarakat kecil juga semakin mudah.

2. Menjadi Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto (PDB)

Saat ini Indonesia telah menjadi salah satu anggota negara-negara G20 yang merupakan kumpulan 20 negara penghasil Produk Domestik Bruto terbesar di dunia. Produk Domestik Bruto (PDB) sendiri merupakan sebuah ukuran makro ekonomi untuk memperlihatkan kemampuan dan jasa dalam waktu tertentu. Dari PDB inilah kemudian terlihat bagaimana kekuatan ekonomi dari suatu negara.

3. Salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Sebuah perekonomian akan tumbuh dan berkembang dikarenakan adanya inovasi dalam proses produksi. Seorang wirausaha merupakan pelaku ekonomi yang menjadikan suatu hal dari tak bernilai menjadi bernilai. Semakin banyaknya entrepreneurship menjadikan solusi masalah perekonomian negara semakin terpecahkan. Kesempatan dalam UMKM tentunya akan membuat banyak masyarakat dari golongan menengah kebawah untuk bisa berfikir secara kreatif dalam membangun usaha tanpa harus memegang modal besar terlebih dahulu. Para wirausaha ini akan semakin terpacu dalam menciptakan produksi dan membidik pasar-pasar yang belum dijangkau oleh para pengusaha besar sebelumnya.

2.3 Syarat Pengusaha UMKM Dalam Mendapatkan Bantuan Dari Dinas

Koperasi

Adapun beberapa alasan dan syarat untuk pengusaha UMKM dalam mendapatkan bantuan dari dinas koperasi, diantaranya:

1. Keanggotaan

Pengusaha UMKM harus menjadi anggota dari koperasi yang terdaftar di dinas koperasi. Keanggotaan ini sering kali memerlukan pembayaran iuran dan mematuhi aturan yang ditetapkan oleh koperasi.

2. Pemenuhan Kriteria

Pengusaha UMKM harus memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh dinas koperasi untuk memenuhi syarat mendapatkan bantuan. Kriteria ini dapat berupa ukuran usaha, sektor usaha, tingkat pendapatan, dan lain-lain.

3. Kepatuhan Hukum

Pengusaha UMKM harus mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku dalam menjalankan usahanya. Koperasi biasanya akan memberikan bantuan kepada anggotanya yang mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku.

4. Keterlibatan dalam Kegiatan Koperasi

Pengusaha UMKM yang aktif dalam kegiatan koperasi, seperti pelatihan, pertemuan, atau kegiatan sosial lainnya, sering kali mendapatkan prioritas untuk mendapatkan bantuan dari dinas koperasi.

5. Rencana Usaha yang Jelas

Pengusaha UMKM perlu menyusun rencana usaha yang jelas dan terperinci untuk memperoleh bantuan dari dinas koperasi. Rencana usaha ini

harus mencakup informasi tentang tujuan usaha, strategi pemasaran, analisis pasar, proyeksi keuangan, dan lain-lain.

6. Ketersediaan Dana

Dinas koperasi dapat memberikan bantuan dalam bentuk dana tunai, bantuan teknis, pelatihan, atau bantuan lainnya sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki.

Penting untuk diingat bahwa persyaratan dan prosedur untuk mendapatkan bantuan dari dinas koperasi dapat bervariasi tergantung pada kebijakan dan regulasi yang berlaku di masing-masing wilayah atau negara. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha UMKM untuk memahami persyaratan yang berlaku dan memenuhinya dengan baik

2.4 Perubahan Yang Dilakukan Pengusaha UMKM Dalam Meningkatkan Produk Usaha

Pengusaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat melakukan berbagai perubahan dalam usahanya. Adapun beberapa perubahan yang umum dilakukan oleh pengusaha UMKM meliputi:

1. Inovasi Produk atau Layanan

Pengusaha UMKM dapat melakukan inovasi dalam produk atau layanan yang mereka tawarkan, baik itu dengan mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk, atau menyediakan layanan tambahan yang dapat menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

2. Penyesuaian Strategi Pemasaran

Pengusaha UMKM dapat melakukan penyesuaian strategi pemasaran untuk mencapai target pasar yang lebih luas atau lebih spesifik. Ini bisa meliputi penggunaan platform media sosial, kampanye pemasaran digital, atau kerjasama dengan mitra pemasaran.

3. Peningkatan Efisiensi Operasional

Pengusaha UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka dengan mengadopsi teknologi baru, mengotomatisasi proses bisnis, atau meningkatkan manajemen rantai pasokan. Ini dapat membantu mengurangi biaya produksi, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan keuntungan.

4. Diversifikasi Produk atau Pasar

Pengusaha UMKM dapat mempertimbangkan diversifikasi produk atau pasar untuk mengurangi risiko dan memperluas peluang bisnis. Ini bisa meliputi ekspansi ke pasar baru, penambahan lini produk yang berbeda, atau penargetan segmen pasar yang berbeda.

5. Peningkatan Kualitas SDM

Pengusaha UMKM dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia mereka melalui pelatihan dan pengembangan karyawan, perekrutan tenaga kerja yang berkualitas, atau pengembangan kepemimpinan yang efektif. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat menjadi aset berharga dalam mencapai kesuksesan jangka panjang.

6. Penyesuaian dengan Perubahan Lingkungan Bisnis

Pengusaha UMKM perlu peka terhadap perubahan lingkungan bisnis, termasuk perubahan regulasi, tren pasar, atau perkembangan teknologi.

Mereka perlu dapat beradaptasi dengan cepat dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing.

Perubahan-perubahan ini dapat membantu pengusaha UMKM untuk tetap kompetitif dan berkembang di pasar yang berubah-ubah. Penting bagi mereka untuk terus memantau lingkungan bisnis mereka dan bersedia untuk beradaptasi sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang muncul.

2.5 Frozen Food

Frozen food (makanan yang dibekukan) adalah proses mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah hampir seluruh kandungan air dalam produk menjadi es. Keadaan beku menyebabkan aktivitas mikrobiologi dan enzim terhambat sehingga daya simpan produk menjadi panjang. Produk pangan yang dibekukan tetap mempunyai batas waktu simpan atau daya simpan. Pada jangka waktu tertentu produk masih bisa diterima, entah itu warna, rasa, tekstur, dan bentuknya. Hal ini dikenal dengan sebutan *high quality life*. Bahan pangan yang mengandung lemak tinggi akan berdaya simpan lebih pendek dibandingkan dengan yang berkadar lemak rendah.

Pada dasarnya terdapat dua jenis proses pembekuan, yaitu secara mekanik dan secara kriogenik. Kinetika pembekuan berperan penting dalam menentukan kualitas makanan yang dibekukan. Pembekuan yang cepat menyebabkan partikel air dalam makanan yang membeku membentuk partikel es berukuran kecil. Pembekuan yang lambat cenderung menghasilkan partikel es berukuran besar sehingga merusak tekstur bagian dalam makanan. Pembekuan kriogenik saat ini merupakan teknologi pembekuan tercepat karena penggunaan nitrogen cair. Secara umum perkembangan teknologi pembekuan menuju kepada proses

pembekuan yang lebih cepat dan efisien secara energi dan biaya.

Ada beberapa manfaat yang kita dapat dari berbagai olahan *Frozen food*, antara lain :

1. Pengolahan lebih sederhana karena produk sudah bersih.
2. Menjamin ketersediaan pasokan sepanjang tahun. Dengan umur simpan yang relatif panjang, bahkan produk musiman dapat tersedia sepanjang tahun, kapan saja diperlukan.
3. Harga relatif murah, terutama untuk produk musiman yang dibekukan pada saat musim panen ketika harga murah sehingga harganya relatif murah dibanding produk segar.
4. Kualitas lebih konsisten.
5. Lebih terjamin keamanan makanannya karena dibekukan dalam keadaan segar.

Frozen food dapat berasal dari berbagai sumber, yaitu tergantung pada jenis makanan yang dihasilkan. Adapun beberapa sumber utaman *frozen food*, diantaranya:

7. Memproduksi sendiri

Beberapa restoran atau produsen makanan dapat memproduksi makanan mereka sendiri dan kemudian membekukannya untuk dijual sebagai *frozen food*.

8. Pabrik Pengolahan Makanan

Banyak pabrik pengolahan makanan memproduksi berbagai jenis makanan yang kemudian dibekukan untuk dijual di pasar retail atau *food service*.

9. Peternakan dan Perikanan

Produk makanan seperti daging, unggas, ikan, dan makanan laut lainnya dapat dibekukan setelah dipanen atau diproses di peternakan atau fasilitas perikanan.

10. Pengedar dan Pemasok

Beberapa perusahaan khusus berfokus pada distribusi dan penjualan *frozen food*. Mereka dapat membeli produk dari berbagai produsen dan menjualnya ke toko-toko retail atau pelanggan *food service*.

11. Impor

Sebagian besar pasar internasional juga mengimpor *frozen food* dari negara lain. Ini bisa termasuk makanan yang diproduksi secara lokal di negara tersebut atau makanan yang diimpor dari negara lain untuk dijual di pasar lokal. Sumber utama *frozen food* dapat bervariasi tergantung pada lokasi geografis, preferensi konsumen, dan kebijakan perdagangan internasional

2.6 Daya Saing

UMKM dalam usaha untuk mempertahankan keberadaannya harus dapat melihat peluang usaha dengan baik, khususnya saingan dari luar negeri melalui barang impor, hal ini memunculkan suatu daya saing. Daya saing UMKM ialah kemampuan untuk memperoleh posisi dan mempertahankan diri dalam kompetisi dan pangsa pasar. Kunci suatu perusahaan untuk dapat berdaya saing ialah inovasi. Pengukuran daya saing UMKM dibagi menjadi daya saing produk dan daya saing perusahaan. Daya saing produk bagaimana perusahaan tersebut dalam menghasilkan produk, sedangkan daya saing perusahaan cerminan daya saing

produk, dimana tingkat daya saing sebuah perusahaan menentukan daya saing produk yang diciptakan (Diahnisa, 2017).

Daya saing adalah kemampuan yang dimiliki pelaku usaha untuk menghadapi setiap tantangan atau persaingan dengan tujuan menarik perhatian pasar dari para pesaing dengan usaha sejenis. Daya saing peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha. Oleh karenanya, untuk dapat bersaing di lingkungan usaha yang dinamis dan kompetitif, maka setiap pelaku UMKM harus melihat peluang dan mendayagunakan daya saing yang dimiliki (Agustina, 2018).

Manfaat daya saing dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif dan adanya situasi pasar yang dinamis, maka setiap perusahaan tidak mungkin lagi untuk menghindari persaingan, tetapi yang harus dilakukan adalah menghadapi tingkat persaingan tersebut dengan cara yang sebaik-baiknya, yang diartikan sebagai upaya yang dilakukan secara optimal dan berkesinambungan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik dan lebih baik lagi di masa yang akan datang. (Sulistiyani, 2019).

Adapun terdapat kinerja pelaku UMKM dengan menganalisis peluang dalam upaya peningkatan daya saing dengan 7 indikator sebagai berikut:

1. Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%). Untuk memperluas pangsa pasar yang ada, suatu perusahaan tidak boleh beranggapan bahwa kenaikan pangsa pasar dalam pasar yang mereka layani secara otomatis akan memperbaiki tingkat pendapatan laba perusahaan. Hal ini tergantung pada strategi perusahaan dalam meningkatkan

market share perusahaan, mungkin jauh melebihi nilai atau tingkat pendapatan perusahaan. Dalam meningkatkan pangsa pasar maka dapat menentukan kebijakan pemasaran yang tepat.

2. Kompetensi

Kompetensi adalah kemampuan, pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya. Kompetensi yang harus dimiliki pengusaha adalah (Suryana, 2003):

- a. *Managerial skill*. Seorang pelaku usaha harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Keterampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi pengusaha yang sukses.
- b. *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi usaha merupakan landasan utama menuju wirausaha sukses. Pengusaha harus ekstra keras belajar dari berbagai sumber dan belajar dari pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain dalam berwirausaha.
- c. *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan usaha. Dengan keterampilan ini, pengusaha akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan usahanya.

- d. *Decision making skill*. Sebagai seorang wirausaha, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Wirausaha dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah.
- e. *Time managerial skill*. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang.

3. Regulasi

Salah satu upaya agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya adalah melalui regulasi dan solusi atas berbagai kendala UMKM, salah satu sumber permasalahannya adalah kendala hukum dan regulasi pemerintahan bagi UMKM. Kendala hukum yang dihadapi UMKM seperti dokumen perizinan, BPOM, Label halal, telah diatur sepenuhnya dalam Peraturan Pemerintah yang merupakan penjabaran UU secara teknis. Penjabaran itu lah yang kemudian di perinci kembali dalam bentuk bagan proses administrasi yang dapat memudahkan pelaku UMKM untuk mengikutinya. Akibat ketidakpahaman, seringkali pelaku bisnis UMKM merasa bahwa masalah yang terkait hukum dan regulasi pemerintah merupakan masalah yang rumit. Padahal dengan adanya regulasi sahnyalah bisnis secara hukum maka usaha yang dilakukan akan legal dan akan memudahkan UMKM jika ingin masuk dalam pangsa pasar yang lebih besar (Sitepu, 2017).

4. Produk

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan

kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, fitur, nama merek, kemasan, dan pelayanan. Produk UMKM pada umumnya merupakan produk yang unik, karena diproduksi dalam jumlah yang terbatas oleh industri skala rumahan. Bahan yang digunakan pada umumnya adalah bahan-bahan pilihan sehingga produk yang dihasilkan oleh produsen skala rumahan sebenarnya memiliki kualitas yang layak. Para pelaku usaha harus memperhatikan produk yang dikonsumsi memiliki kepemilikan sertifikasi halal (Nugrahani, 2015).

5. Sertifikasi

Sertifikasi merupakan suatu proses untuk memperoleh sertifikasi halal yang telah melalui tahapan teknis yang tidak melanggar kaidah/syariah Islam untuk menghasilkan produk halal. Untuk memperkuat produk, maka diberikan label/sertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang, industri halal pun berkembang secara signifikan di setiap negara muslim, bahkan di negara non-muslim sekalipun. Masyarakat non-muslim juga mulai menyadari manfaat dari produk-produk halal mulai dari kebersihan, keamanan, kandungan gizi, dan sebagainya. Produk UMKM harus meningkatkan branding position dan berhati-hati dalam setiap tahapan proses produksi, menjamin keamanan dan ke higienisan produk, dan meningkatkan daya saing produk (Pujiyono, 2018).

6. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya

kepuasan pada konsumen itu sendiri. pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, keramahan dan sopan santun yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Kanedi, 2017).

7. Harga

Harga merupakan salah satu elemen penting bagi manajemen perusahaan. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan presentase keuntungan yang diinginkan. Harga yang ditentukan beragam sesuai dengan desain, bahan dan tingkat kesulitan produksi produk yang diinginkan konsumen. Harga adalah juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk barang atau jasa. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Dalam menetapkan harga diperlukan satu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur harga yang tepat (Wibowo, 2015).

2.7 Penelitian Terdahulu

Herman & Nohong (2022), dengan judul penelitian “Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaringan usaha, Inovasi Produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di

Kabupaten Sidenreng Rappang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: jaringan usaha, Inovasi Produk dan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan kinerja UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang.

Pasaribu (2020), dengan judul penelitian “Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Medan”. tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimanakah media sosial sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. Hasil penelitian menyatakan pemasaran media online berbasis aplikasi berpengaruh positif terhadap daya saing usaha adalah diterima.

Firmansyah (2021), dengan judul “Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Pendekatan Analytic Network Process (ANP)”. Hasil penelitian menunjukkan dua masalah utama daya saing UMKM, yaitu dari sisi internal terkait tingkat kemam-puan yang rendah dalam penggunaan teknologi dan dari sisi eksterna lterkait daya beli masyarakat yang menurun. UMKM perlu mengoptimalkan penggunaan internet dalam melakukan pemasaran dan bekerjasama dengan penyedia aplikasi pemasaran online. Diperlukan juga komitmen dan kolaborasi yang baik antara pemerintah, akademisi, lembaga keuangan,dan perusahaan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Hapsari (2020), dengan judul penelitian Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Operasi Pada UKM Kerajinan Kulit Di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 orang pengrajin kulit. Metode analisis penelitian menggunakan analisis *structural esquation modeling* (SEM) dan teknik

partial least square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasi.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dimana tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memetakan model permasalahan secara objektif dan membuat deskripsi secara sistematis dan akurat dimana tujuannya adalah untuk menganalisis dan mengungkap fakta-fakta dari objek tertentu melalui metode survei, wawancara terhadap responden penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Purposive* yaitu secara sengaja. UMKM berbasis Agribisnis dengan sektor kuliner dan olahan produk turunan yaitu *frozen food* di Kota Medan banyak peminatnya. Berikut adalah daftar produk yang dijual oleh UMKM *frozen food* di Kota Medan :

1. Pastel dan risol
2. Nugget
3. Baksi ikan
4. Pempek
5. Sosis
6. Kentang
7. Kebab
8. Dimsum
9. Bakso ayam
10. Siomay

3.3 Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu, Penulis memilih sampel menggunakan metode sensus karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menentukan sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pelaku usaha UMKM berbasis Agribisnis dengan sektor kuliner dan olahan produk turunan. Sampel yang digunakan ini berjumlah 50 pelaku usaha UMKM *frozen food* yang ada di Kota Medan yang mendapatkan bantuan dari dinas koperasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dari penelitian ini adalah dari data primer dan data sekunder:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Data primer pada penelitian ini adalah data-data yang penulis peroleh secara langsung dengan melakukan kuesioner kepada para pelaku usaha UMKM dengan memakai draft kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Daftar pertanyaan/angket (*quesioner*), merupakan pertanyaan atau pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat atau persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti. Angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak dalam memperoleh responden dari UMKM *frozen food* Kota Medan. Lembar yang diberikan pada responden di ukur dengan skala likert yang terdiri dari lima pernyataan dengan rentang mulai dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”, setiap jawaban diberi bobot nilai :

Tabel 5 Skala Likert

No	Notasi	Keterangan	Bobot
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder pada penelitian ini adalah diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti Dinas Kantor Koperasi dan UMKM Kota Medan, Buku-buku dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

1. Analisis Tingkat Inovasi dan Daya Saing UMKM *Frozen Food*

Untuk menganalisis tingkat inovasi dan daya saing UMKM *Frozen Food* digunakan *Skala Likert*, dan Interval Kelas dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 6 Indikator-Indikator Inovasi

	SS	S	N	TS	STS
Pernyataan	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

Kualitas Produk (KP)

- 1 Saya selalu mempertahankan kualitas
- 2 Saya terus memperbaiki kualitas
- 3 Saya fokus pada kualitas produk
- 4 Saya menciptakan kualitas produk
- 5 Saya memberikan jaminan kualitas produk

Kuantitas Produk (KPR)

1. Saya memproduksi sesuai estimasi
 2. Saya membuat rencana produksi
 3. Saya mencari peluang
 4. Saya menganalisa volume produksi
 5. Menyesuaikan dengan permintaan
-

Varian Produk (VP)

1. Saya memproduksi berbagai produk
 2. Varian produk menarik perhatian konsumen
 3. Semua varian produk memiliki ciri khas
 4. Tidak semua produk disukai konsumen
 5. Varian produk meningkatkan penjualan bulanan
-

Desain Produk (DP)

1. Membuat desain kemasan yang menarik
 2. Memberikan desain kemasan yang berbeda dari setiap produk
 3. Membuat logo UMKM
 4. Memberikan detail produk pada kemasan
 5. Menggunakan kemasan yang aman dan ramah lingkungan
-

Perluasan Produk (PP)

- 1 Saya terus memikirkan membuat produk baru
- 2 Saya ingin menambah jenis produk
- 3 Saya sudah merancang produk baru
- 4 Saya ingin menambah jumlah pekerja
- 5 Saya ingin membuka cabang baru

Sumber : Data Diolah Peneliti (Tahun 2023)

Tabel 7 Indikator-Indikator Daya Saing

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

Pangsa Pasar (PPR)

1. Dapat diterima oleh pasar
2. Kemampuan berkomunikasi
3. Kemampuan berinovasi
4. Aktif mencari info perkembangan usaha
5. Melakukan promosi di *Social Media*

Regulasi (R)

1. Regulasi pemerintah terhadap UMKM
2. Interaksi dengan pelaku usaha sejenis
3. Penggunaan teknologi baru
4. Menjalin mitra bisnis dengan Usaha Lain

5. Mengiklankan produk

Sertifikasi (S)

1. Saya memproduksi berbagai produk
2. Varian produk menarik perhatian konsumen
3. Semua varian produk memiliki ciri khas
4. Tidak semua produk disukai konsumen
5. Varian produk meningkatkan penjualan bulanan

Pelayanan (PEL)

1. Adanya Keramahan (SDM) terhadap konsumen
2. Melakukan pencatatan keuangan
3. Kedekatan pemasok bahan baku
4. Proses pengiriman barang tepat waktu
5. Memberikan informasi detail akan masing-masing produk

Harga (H)

1. Penetapan harga jual berpengaruh langsung terhadap keuntungan usaha
2. Faktor utama yang dapat mempengaruhi harga produk adalah biaya produksi
3. Mengadakan promo potongan harga
4. Memberikan diskon harga untuk orderan

yang berkapasitas besar

5. Memberikan harga yang terjangkau untuk semua kalangan konsumen

Sumber : Data Diolah Peneliti (Tahun 2023)

Selanjutnya ditentukan interval kelas yaitu skor secara keseluruhan penilaian inovasi dan daya saing UMKM *Frozen Food* di Kota Medan sebagai berikut :

$$S\text{-Maks} = 50 \times 50 \times 5 = 12.500$$

$$S\text{-Min} = 50 \times 50 \times 1 = 2.500$$

Skor penilaian setiap item pernyataan inovasi dan daya saing UMKM *Frozen Food* di Kota Medan sebagai berikut :

$$S\text{-Maks} = 5 \times 50 = 250$$

$$S\text{-Min} = 1 \times 50 = 50$$

Maka untuk nilai interval kelas untuk keseluruhan diperoleh nilai sebagai berikut :

$$I = \frac{a - b}{k}$$

$$I = \frac{12.500 - 2500}{5} = 2.000$$

Dari hasil perhitungan interval kelas yang diperoleh akan digunakan untuk menentukan kategori untuk mengetahui tingkatan inovasi dan daya saing UMKM *Frozen Food* di Kota Medan yaitu sebagai berikut :

$$2.500 - 4.500 = \text{Sangat Rendah}$$

$$4.501 - 6.500 = \text{Rendah}$$

$$6.501 - 8.500 = \text{Cukup}$$

$$8.501 - 10.500 = \text{Tinggi}$$

10.501 – 12.500 = Sangat Tinggi

Selanjutnya untuk interval kelas untuk setiap indikator yang ada dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

$$I = \frac{a-b}{k}$$
$$I = \frac{250 - 50}{5} = 40$$

Kriteria :

50 – 90 = Sangat Rendah

91 – 130 = Rendah

131 – 170 = Cukup

171 – 210 = Tinggi

211 – 250 = Sangat Tinggi (Yanto, 2017)

2. Uji Struktural Model (*Outer Model*)

a. Uji Validitas

Selanjutnya, akan dilakukan uji validitas dengan menggunakan *Software SmartPLS* dengan melakukan uji yang disebut dengan *convergent validity*. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika korelasinya lebih dari 0,70. Namun nilai *outer loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup untuk pengembangan penelitian pada tahap awal (Anuraga *et al*, 2017)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengann menggunakan *Software SmartPLS* dengan melakukan uji untuk mengetahui nilai *cronbach's alpha* serta *composite reliability* dengan nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7, namun nilai 0.6 masih dapat diterima (Abdillah dan Hartono, 2015).

c. Analisis R-Square (R^2)

Nilai *R-Square* merupakan ukuran akurasi sebuah model prediksi yang dihitung sebagai nilai korelasi kuadrat antara nilai actual dan nilai prediksi dari konstruk endogen tertentu. Nilai *R-Square* berada pada rentang 0 sampai dengan 1, dimana semakin tinggi nilainya maka semakin tinggi pula nilai akurasi prediksi model yang diperoleh dengan kriteria tinggi 0,75, sedang 0,5, dan rendah 0,25 (Marliana, 2020).

3. Uji Pengukuran Model (*Inner Model*)

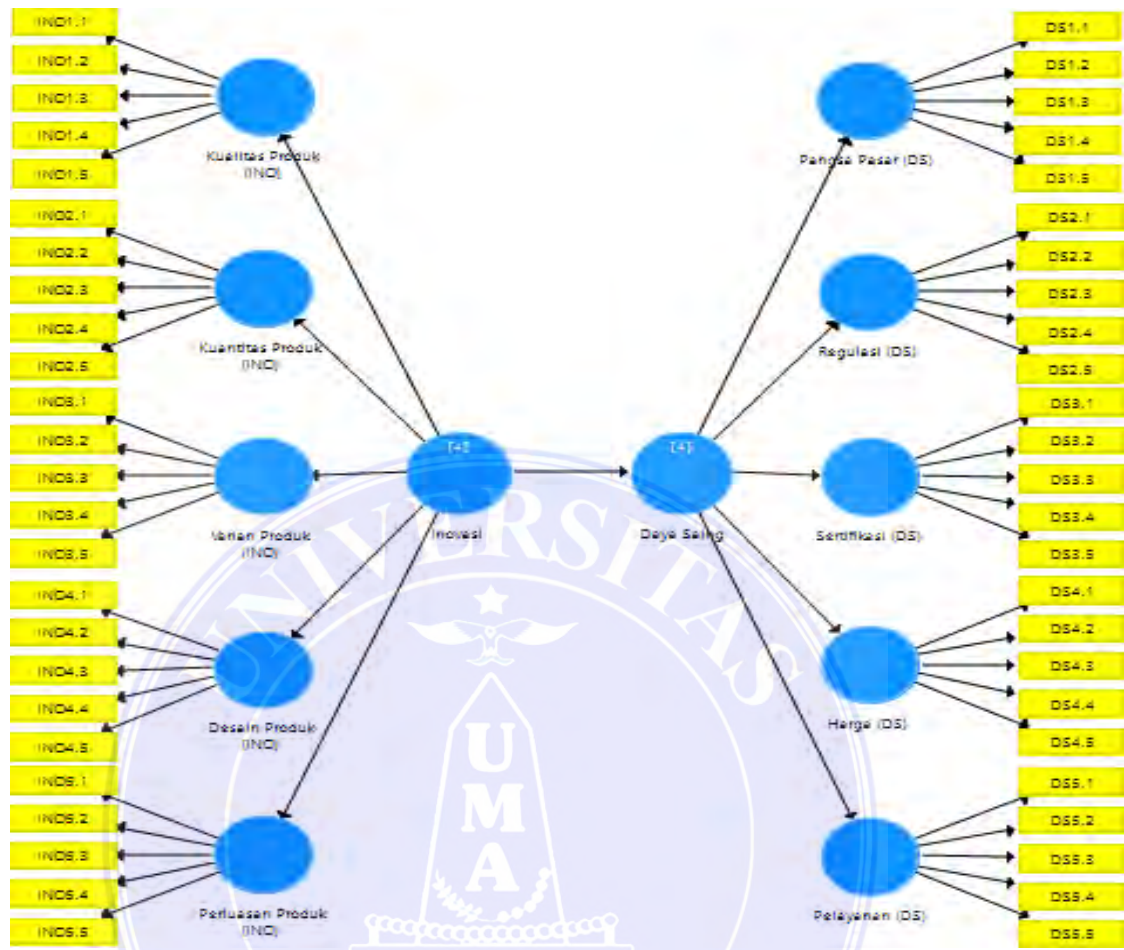
a. Uji *Path Coeficient* (Inner Model)

Pengujian koefisien jalur dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner Model* yang meliputi koefisien parameter keluaran, t-statistik dan *P-Value*. Adapun kriteria yang digunakan pada pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika *p-value* < 0,05
- 2) H_0 diterima dan H_1 ditolak, jika *p-value* > 0,05

Pengujian *path coefficient* dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Software SmartPLS 3*. Penilaian tersebut dapat dilihat dari hasil *output bootstrapping*.

Berikut ini adalah Model Path PLS yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 2. Model PLS (Partial Least Square)

Selanjutnya untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antar variabel laten. Atribut-atribut yang mencerminkan inovasi pengusaha UMKM *Frozen Food* adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Atribut Variabel Inovasi

Variabel Laten	Indikator	Keterangan
Inovasi	KP	Kualitas Produk
	KPR	Kuantitas Produk
	VP	Varian Produk
	DP	Desain Produk

PPR

Perluasan Produk

Sumber : Data Diolah Peneliti (Tahun 2023)

Selanjutnya variabel laten untuk daya saing terdiri dari 5 atribut, yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9 Atribut Variabel Daya Saing

Variabel Laten	Indikator	Keterangan
Daya Saing	PP	Pangsa Pasar
	R	Regulasi
	S	Sertifikasi
	P	Pelayanan
	H	Harga

Sumber : Data Diolah Peneliti (Tahun 2023)

3.6 Definisi Operasional Variabel

1. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha yang dikelola oleh individu atau badan usaha di bidang perdagangan.
2. Inovasi adalah proses pembaharuan atau pengembangan dengan menciptakan hal baru yang berbeda dengan sebelumnya.
3. Daya saing adalah kemampuan untuk memperoleh posisi dan mempertahankan diri dalam kompetisi dan pangsa pasar.
4. Pangsa Pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu pelaku usaha.
5. Kompetensi adalah merupakan konsep yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seseorang untuk mencapai kinerja.

6. Regulasi adalah peraturan yang dibuat untuk membantu mengendalikan suatu usaha, baik dalam bentuk batasan hukum, peraturan asosiasi perdagangan.
7. Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan produsen kepada pasar sasaran dan produk yang ditawarkan memiliki label halal.
8. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan.
9. Sampel penelitian adalah pelaku UMKM Dimsum yang ada di Kota Medan
10. Penelitian dilaksanakan bulan Maret tahun 2023.



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis Kota Medan

Kota Medan merupakan salah satu dari 33 Daerah Tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265,10 km². Kota ini merupakan pusat pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di Sebelah Utara, Selatan, Barat dan Timur. Kota Medan terletak antara 3027' – 3047' Lintang Utara dan 98035' – 98044' Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting yaitu sungai Babura dan Sungai Deli.

Kota Medan memiliki 21 Kecamatan, dan Kecamatan terluas yaitu Kecamatan Medan Labuhan dengan luas daerah 36,67 km², sedangkan Kecamatan terkecil yaitu Kecamatan Medan Maimun dengan luas daerah 2,98 km²

4.2 Pemerintahan

Administrasi pemerintahan Kota Medan yang dipimpin oleh seorang Walikota pada saat ini terdiri dari atas 21 Kecamatan dengan 151 Kelurahan yang terbagi dalam 2.001 lingkungan. Banyak Pegawai Negeri Sipil di Kota Medan pada tahun 2022 adalah sebagai berikut : Golongan I sebanyak 78 orang, Golongan II sebanyak 1.386, Golongan III sebanyak 6.630 orang, Golongan IV sebanyak 3.404 orang. Jadi banyaknya Pegawai Negeri Sipil di Kota Medan adalah sebanyak 11.498 orang.

Komposisi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Medan terdiri dari 10 fraksi dengan komposisi terbesar adalah fraksi PDIP dan Gerindra masing-masing sebanyak 10 kursi.

4.3 Penduduk

Penduduk Kota Medan mencapai 2.494.512 jiwa, disbanding dengan jumlah penduduk pada tahun 2021, terjadi peningkatan penduduk sebesar 33.654 jiwa, tingkat kepadatan penduduk mencapai 9.410 jiwa/km². Jumlah penduduk laki-laki berjumlah 1.242.313 dan untuk jumlah penduduk perempuan berjumlah 1.252.199.

4.4 Pendidikan

Jumlah Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah terdiri dari 382 SD/MI Negeri, dan 507 SD/MI swasta, untuk SMP/MTs Negeri berjumlah 45 dan untuk SMP/MTs swasta berjumlah 352, untuk SMA/MA Negeri berjumlah 21 dan SMA/MA swasta berjumlah 200, sedangkan untuk SMK Negeri berjumlah 14, dan SMK swasta berjumlah 142.

Untuk jumlah guru yaitu terdiri dari guru SD berjumlah 12.800, SMP berjumlah 6.261, dan untuk SMA berjumlah 4.278, dengan jumlah murid SD berjumlah 214.557, murid SMP berjumlah 102,475, dan terakhir murid SMA berjumlah 71.161

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Adapun beberapa kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat inovasi memiliki skor sebesar 233, dengan presentase sebesar 93,18% dengan kategori sangat tinggi. Untuk skor rata-rata tertinggi terdapat pada indikator kuantitas produk dan desain produk dengan skor masing-masing 237 dengan presentase 94,72%, sedangkan indikator dengan skor rata-rata terendah terdapat pada perluasan produk dengan skor 222 dengan presentase 88,88%.
2. Tingkat daya saing memiliki skor sebesar 238, dengan presentase sebesar 95,30% dengan kategori sangat tinggi. Untuk skor rata-rata tertinggi terdapat pada indikator pangsa pasar dan sertifikasi dengan skor masing-masing 239 dengan presentase 95,52%, sedangkan indikator dengan skor rata-rata terendah terdapat pada harga dengan skor 236 dengan presentase 94,56%.
3. Pengaruh inovasi terhadap daya saing menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan, nilai t-statistik inovasi (INO) terhadap daya saing (DS) adalah sebesar $2,275 < t\text{-tabel}$ yaitu 2,008. Selain itu, nilai *P-Value* yang dihasilkan yaitu 0,023 ($<0,05$).

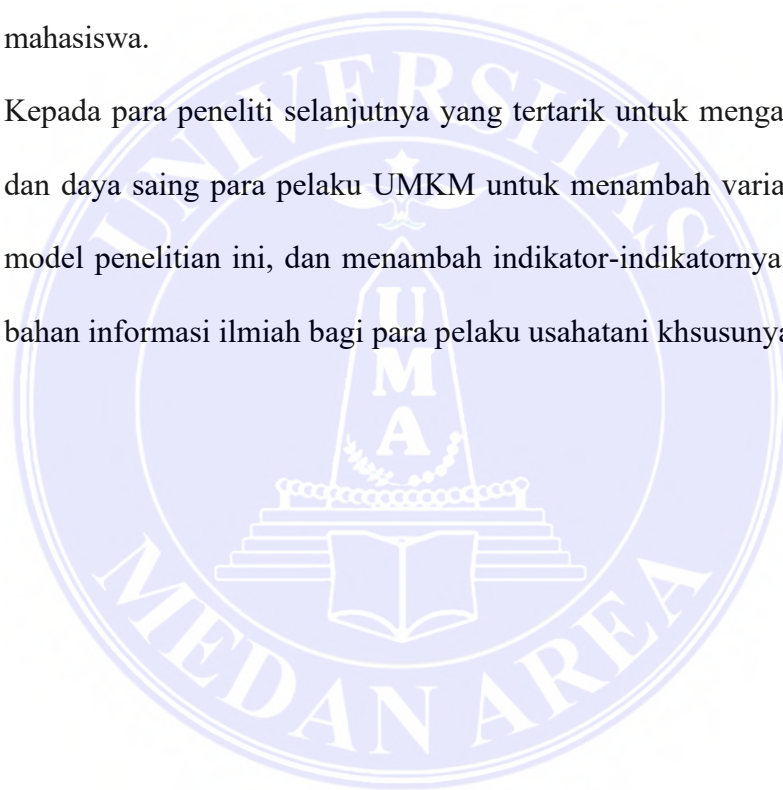
6.2 Saran

Adapun beberapa saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada pemilik usaha UMKM diharapkan untuk pengusaha dibidang UMKM khususnya *frozen food* untuk terus mengembangkan inovasi

khususnya dalam bidang *frozen food*, agar semakin banyak meraih pangsa pasar dikalangan konsumen khususnya pada kalangan menengah dan kalangan atas sekalipun.

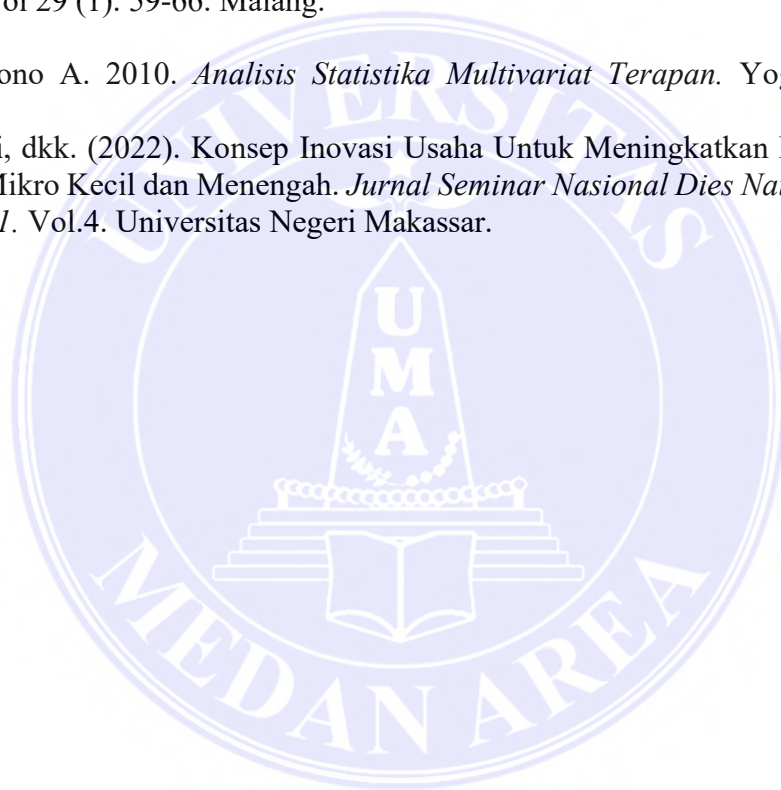
2. Kepada pemerintah Kota Medan khususnya diharapkan melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan untuk mendukung dan mendorong ilmawan muda lainnya khusus produk *frozen food ini*, selain itu pemerintah diharapkan terus ikut serta dalam berbagi program-program khusus mahasiswa.
3. Kepada para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menganalisis inovasi dan daya saing para pelaku UMKM untuk menambah variabel lain diluar model penelitian ini, dan menambah indikator-indikatornya, agar menjadi bahan informasi ilmiah bagi para pelaku usahatani khususnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Absah. Y., dkk. (2016). *Strategi Keunggulan Bersaing UMKM*. Medan: USU Press.
- Agustina. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Cibaduyut Bandung. Skripsi. Universitas Padjadjaran. 158 Halaman.
- Diahnisa. T, Kusumastuti. (2017). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dengan Tingkat Kualitas Daya Saing UMKM Kerajinan Di Kota Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*. Vol 1 (2). 237-244. Bogor.
- Ghozali I. (2011). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kanedi. I., dkk. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi. *Jurnal Pseudocode*. Vol IV (1). 37-46. Bengkulu.
- Kumaat. J., R, Dotulong. 2015. Pengaruh Pendidikan, Pelatihan dan Inovasi Terhadap Kinerja Pegawai Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 3 (3). 331-340. Manado.
- Methasari. M., dkk. (2018). Analisis Orientasi, Pasar Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Di Kabupaten Madiun. *Jurnal Dinamika Govenance*. Vol 8 (2). 176-188. Jawa Timur.
- Nugrahani. R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Bahasa dan Seni*. Vol IX (2). 127-136. Semarang.
- Nurani. M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung). Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 123 Halaman.
- Pujiyono. A., dkk. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah Dalam menghadapi persaingan Global. *Jurnal Indonesia Halal*. Vol 3 (1). 1-8. Semarang.
- Putra. I. P, N. Kusumadewi. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*. Vol 8 (8). 4983-5006. Bali.
- Sitepu, S, N. (2017). Pengaruh Faktor Internal terhadap Keberhasilan Start-up Bisnis di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Affabeta.

- Sulistiyani, A. Pratama. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 3 (2). 31-39. Banten.
- Suyadi. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*. Vol.29.
- Ulfah. A. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Keci Dan Menengah (UMKM) (Studi Empiris Pada UMKM di Kabupaten Rokan Hulu). Vol 1 (1). 89-105. Riau.
- Wibowo. D. H.,dkk. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi: Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 29 (1). 59-66. Malang.
- Widarjono A. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta (ID).
- Yuliani, dkk. (2022). Konsep Inovasi Usaha Untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Seminar Nasional Dies Natalis UNM Ke-61*. Vol.4. Universitas Negeri Makassar.



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

I. DATA UMUM

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Jumlah Anggota Keluarga :
5. Pendidikan :
6. Pekerjaan tetap :
7. Omzet :
8. Lama usaha :
9. Apakah pernah mengikuti pelatihan?

- a) Ya
- b) Tidak
 - a. Pelatihan seperti apa di ikuti?

.....

- b. Kenapa tidak mengikuti pelatihan?

.....

10. Apakah memiliki cakup teknologi informasi?

- a) Ya
- b) Tidak

Teknologi Informasi apa yang dimiliki?

.....

11. Apakah banyak usaha sejenis disekitar?

- a) Ya
- b) Tidak
 - a. Bagaimana tingkat penjualan?

.....

b. Apakah meningkat atau menurun tiap bulan?

.....

II. Inovasi

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

Kualitas Produk (KP)

- 1 Saya selalu mempertahankan kualitas
- 2 Saya terus memperbaiki kualitas
- 3 Saya fokus pada kualitas produk
- 4 Saya menciptakan kualitas produk
- 5 Saya memberikan jaminan kualitas produk

Kuantitas Produk (KPR)

1. Saya memproduksi sesuai estimasi
2. Saya membuat rencana produksi
3. Saya mencari peluang
4. Saya menganalisa volume produksi
5. Menyesuaikan dengan permintaan

Varian Produk (VP)

1. Saya memproduksi berbagai produk
2. Varian produk menarik perhatian konsumen
3. Semua varian produk memiliki ciri khas
4. Tidak semua produk disukai konsumen

5. Varian produk meningkatkan penjualan bulanan

Desain Produk (DP)

1. Membuat desain kemasan yang menarik
2. Memberikan desain kemasan yang berbeda dari setiap produk
3. Membuat logo UMKM
4. Memberikan detail produk pada kemasan
5. Menggunakan kemasan yang aman dan ramah lingkungan

Perluasan Produk (PP)

1. Saya terus memikirkan membuat produk baru
 2. Saya ingin menambah jenis produk
 3. Saya sudah merancang produk baru
 4. Saya ingin menambah jumlah pekerja
 5. Saya ingin membuka cabang baru
-

III. DAYA SAING

	SS	S	N	TS	STS
Pernyataan	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

Pangsa Pasar (PPR)

1. Dapat diterima oleh pasar

2. Kemampuan berkomunikasi
3. Kemampuan berinovasi
4. Aktif mencari info perkembangan usaha
5. Melakukan promosi di *Social Media*

Regulasi (R)

1. Regulasi pemerintah terhadap UMKM
2. Interaksi dengan pelaku usaha sejenis
3. Penggunaan teknologi baru
4. Menjalin mitra bisnis dengan Usaha
Lain
5. Mengiklankan produk

Sertifikasi (S)

1. Saya memproduksi berbagai produk
2. Varian produk menarik perhatian
konsumen
3. Semua varian produk memiliki ciri khas
4. Tidak semua produk disukai konsumen
5. Varian produk meningkatkan penjualan
bulanan

Pelayanan (PEL)

1. Adanya Keramahan (SDM) terhadap
konsumen
2. Melakukan pencatatan keuangan
3. Kedekatan pemasok bahan baku

4. Proses pengiriman barang tepat waktu
5. Memberikan informasi detail akan masing-masing produk

Harga (H)

1. Penetapan harga jual berpengaruh langsung terhadap keuntungan usaha
2. Faktor utama yang dapat mempengaruhi harga produk adalah biaya produksi
3. Mengadakan promo potongan harga
4. Memberikan diskon harga untuk orderan yang berkapasitas besar
5. Memberikan harga yang terjangkau untuk semua kalangan konsumen

Lampiran 1. Karakteristik Responden Penelitian

Sampe l	Jenis Kelamin	Umur	Pendidika n	Lama Usaha	Jumlah Tanggungan
1	Perempuan	34	SMA	5	1
2	Perempuan	40	SMP	10	3
3	Perempuan	38	SMA	5	2
4	Laki-Laki	36	SMP	6	3
5	Perempuan	42	SMP	8	2
6	Perempuan	43	SMP	12	3
7	Perempuan	28	SMA	3	2
8	Perempuan	29	SMA	2	2
9	Perempuan	32	SMA	4	2
10	Perempuan	37	SMP	7	3
11	Laki-Laki	36	SMA	8	2
12	Perempuan	38	SMA	10	3
13	Perempuan	29	SMP	5	2
14	Perempuan	33	SMA	7	1

15	Laki-Laki	36	SMA	4	3
16	Perempuan	42	SMP	12	2
17	Perempuan	24	SMA	2	0
18	Perempuan	22	SMA	1	0
19	Perempuan	32	SMA	3	3
20	Perempuan	30	SMA	3	2
21	Laki-Laki	30	SMP	2	3
22	Perempuan	44	SD	10	2
23	Perempuan	35	SMA	6	2
24	Perempuan	47	SMA	5	3
25	Perempuan	38	SMA	4	2
26	Laki-Laki	48	SMP	15	2
27	Perempuan	49	SD	15	2
28	Perempuan	40	SMA	10	2
29	Perempuan	28	SMA	3	2
30	Laki-Laki	26	SMA	2	1
31	Perempuan	28	SMA	4	1
32	Perempuan	27	SMK	5	1
33	Perempuan	29	SMA	5	1
34	Perempuan	31	SMK	8	2
35	Perempuan	33	SMA	5	2
36	Laki-Laki	34	SMP	4	1
37	Perempuan	42	SMP	5	1
38	Perempuan	41	SMP	7	2
39	Perempuan	40	SMA	8	2
40	Perempuan	39	SMA	7	1
41	Perempuan	37	SMP	8	2
42	Laki-Laki	28	SMP	5	2
43	Perempuan	25	SMA	4	1
44	Perempuan	28	SMA	6	2
45	Perempuan	37	SMA	5	2
46	Perempuan	41	SMP	5	1
47	Laki-Laki	43	SMP	8	3
48	Perempuan	34	SMA	7	2
49	Perempuan	37	SMA	8	2
50	Laki-Laki	33	SMA	8	2

Lampiran 2. Lanjutan Karakteristik Responden Penelitian

No	Nama Responden	Nama Usaha	Lokasi Usaha Berdasarkan Kecamatan	Jenis Usaha	Status
1	Meldawati	Nugget Nazila	Medan Amplas	Makanan	Menerima Bantuan
2	Yolanda Toi Lina	Gaols Risol	Medan Amplas	Makanan	Menerima Bantuan
3	Nurul Aulia Putri	Dapur LDR	Medan Amplas	Makanan	Menerima Bantuan
4	Hendra Gunawan	Risol Ayam Beku	Medan Amplas	Makanan	Menerima Bantuan
5	Budiono	Mbak Ika Risol	Medan Amplas	Makanan	Menerima Bantuan
6	Lismwa Waeni	Bakso	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
7	Sutiah	Qoqom Pancake	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
8	Kinan	Baso Tahu Mak Inyos	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
9	Dian Ratna Sari	Risol Ayam Kachech	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
10	Desi Juliana	Kedai Tempura	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
11	Fitrah Ramadhanu	Sumpia Mpok Atik	Medan Deli	Makanan	Menerima Bantuan
12	Susilawati	Burger dan Roti Bakar	Medan Denai	Makanan	Menerima Bantuan
13	Ayu Septianingsih	Risol Buah	Medan Denai	Makanan	Menerima Bantuan
14	Rafida	Warung Cemilan Amini	Medan Denai	Makanan	Menerima Bantuan
15	Rafida	Warung Cemilan Amini	Medan Denai	Makanan	Menerima Bantuan
16	Arcina	Cemilan Zam-Zam	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
17	Sukmaningsih	Diva Food	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
18	Linda Ambar Wati	Bakso Kinar	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
19	Suratih	ONG	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
20	Pariyem	Klara Bakso	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
21	Yusmini	Rizkie Baso	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
22	Suriyani	Azam Mandiri	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
23	Mastura Hasnah	Kebab Zata	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
24	Ayu Agustina	I You Keraton	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
25	Riska	Heavy	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
26	Nur Hamidah	Pempek Hannah	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
27	Neni Julianti	Kiddos Healthy Food	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
28	Aswati	Burger Sumo	Medan Helvetia	Makanan	Menerima Bantuan
29	Suardi Raden	Nugget Syifa Sayur	Medan Area	Makanan	Menerima Bantuan
30	Rahma Yanthi	Sostel Umi Tajri	Medan Area	Makanan	Menerima Bantuan
31	Rahmadhani	Sosis Bakar Maxime	Medan Area	Makanan	Menerima Bantuan
32	Haradila Elvin	21 Pieces	Medan Area	Makanan	Menerima Bantuan
33	Dra Zulpahanim	Kedai Hj. Joen	Medan Area	Makanan	Menerima Bantuan
34	Seri Sunarti	Baso Ikan Ayu	Medan Barat	Makanan	Menerima Bantuan
35	Michael	Burganic Indonesia	Medan Barat	Makanan	Menerima Bantuan
36	Nurhayati	Risoles Fahira	Medan Barat	Makanan	Menerima Bantuan
37	Wandayan Syahputra	Kebab Wanda	Medan Barat	Makanan	Menerima Bantuan
38	Imelda Mahdalena	Queen Burger	Medan Baru	Makanan	Menerima Bantuan
39	Rosnaini	Tela-Tela dan Sosis	Medan Baru	Makanan	Menerima Bantuan
40	Junus Lamlo	I Detok	Medan Baru	Makanan	Menerima Bantuan

Lampiran 5. Hasil *Outer Loading*

	Desain Produk (INO)	Harga (DS)	Kualitas Produk (INO)	Kuantitas Produk (INO)	Pangsa Pasar (DS)	Pelayanan (DS)	Perluasan Produk (INO)	Regulasi (DS)	Sertifikasi (DS)	Varian Produk (INO)
DS1.1					0,473					
DS1.2					0,365					
DS1.3					0,182					
DS1.4					0,447					
DS1.5					0,847					
DS2.1								0,332		
DS2.2								0,557		
DS2.3								0,532		
DS2.4								0,567		
DS2.5								0,787		
DS3.1									0,348	
DS3.2									0,228	
DS3.3									0,876	
DS3.4									0,865	
DS3.5									0,119	
DS4.1		-0,146								
DS4.2		0,709								
DS4.3		0,644								
DS4.4		0,088								
DS4.5		0,739								
DS5.1						0,451				
DS5.2						0,397				
DS5.3						0,811				
DS5.4						0,532				
DS5.5						0,257				
INO1.1			0,372							
INO1.2			0,442							
INO1.3			0,763							
INO1.4			0,716							
INO1.5			0,601							
INO2.1				0,634						
INO2.2				0,735						
INO2.3				0,189						
INO2.4				0,107						
INO2.5				0,761						
INO3.1										0,673
INO3.2										0,659
INO3.3										0,380
INO3.4										0,662
INO3.5										0,548
INO4.1	0,561									
INO4.2	0,430									
INO4.3	0,464									
INO4.4	0,490									
INO4.5	0,735									
INO4.5										
INO5.1							0,639			
INO5.2							-0,599			
INO5.3							0,402			
INO5.4							-0,057			
INO5.5							0,676			

Lampiran 6. Hasil Composite Reliability Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Daya Saing	0,719	0,794	0,726	0,138
Desain Produk (INO)	1,000	1,000	1,000	1,000
Harga (DS)	0,483	0,501	0,792	0,657
Inovasi	0,677	0,778	0,732	0,138
Kualitas Produk (INO)	0,639	0,669	0,845	0,732
Kuantitas Produk (INO)	0,473	0,474	0,791	0,655
Pangsa Pasar (DS)	1,000	1,000	1,000	1,000
Pelayanan (DS)	1,000	1,000	1,000	1,000
Regulasi (DS)	1,000	1,000	1,000	1,000
Sertifikasi (DS)	0,895	0,895	0,950	0,905

Lampiran 7. Path Coefficient , Nilai R-Square, dan Model Fit,

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Daya Saing -> Harga (DS)	0,626	2,967	0,003
Daya Saing -> Pangsa Pasar (DS)	0,697	2,814	0,005
Daya Saing -> Pelayanan (DS)	0,588	2,194	0,029
Daya Saing -> Regulasi (DS)	0,243	0,818	0,414
Daya Saing -> Sertifikasi (DS)	0,759	3,657	0,000
Inovasi -> Daya Saing	0,692	2,275	0,023
Inovasi -> Desain Produk (INO)	0,383	1,453	0,147
Inovasi -> Kualitas Produk (INO)	0,728	5,581	0,000
Inovasi -> Kuantitas Produk (INO)	0,810	9,125	0,000

Keterangan	R Square
Inovasi – Daya Saing	0.479

Model_Fit**Fit Summary**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,170	0,172
d_ ULS	56,444	58,005
d_ G	n/a	n/a
Chi-Square	Infinite	infinite
NFI	n/a	n/a

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Wawancara dengan Responden Penelitian



Pengisian Kuesioner Penelitian

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran 9. Lanjutan Dokumentasi Penelitian



Pengisian Kuesioner Penelitian



Pengisian Kuesioner Penelitian

Lampiran 10. Lanjutan Dokumentasi Penelitian



Pengisian Kuesioner Penelitian




Kunjungan ke Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan

Lampiran 11. Produk Makanan *Frozen Food*



Lampiran 12. Surat Pengantar Riset

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN
Kampus I : Jalan Kilan Nomor 1 Medan Estate W (061) 7360154, 7366879, 7364348 | (061) 7368012 Medan 20171
Kampus II : Jalan Sekeloa Nomor 79 / Jalan Ges Seraya Nomor 70 A W (061) 8225602 | (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id | E-Mail: um@medanarea@uma.ac.id

Nomor: 2061/FP.2/01.10/VI/2023 Medan, 20 Juni 2023
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Yth. Kepala Dinas Koperasi dan UKM
Kota Medan
di _____
Tempat _____

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Mian Lestari Br Lingga
NIM : 198220057
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan untuk kepentingan skripsi berjudul "Analisis Daya Saing dan Inovasi UMKM di Kota Medan"


Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Zulheri Nosa, MP

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip


Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 13. Surat Setelah Riset

