

Keunggulan Bersaing UMKM Industri Pangan di Bandar Lampung *Competitiveness Enhancement of Food Industry MSMEs in Bandar Lampung*

Evi Yuniarti¹⁾, Fitriani²⁾, Dwi Puji Hartono³⁾, Nurmala⁴⁾

^{1,4)} Staf Pengajar PS Akuntansi Politeknik Negeri Lampung

²⁾ Staf Pengajar PS Agribisnis Pangan Politeknik Negeri Lampung

³⁾ Staf Pengajar PS Budidaya Perikanan Politeknik Negeri Lampung

e-mail: *eviyuniarti@polinela.ac.id

ABSTRACT

MSMEs sector is so important because this sector has a share of up to 60% in Gross Domestic Product (GDP). But the Central Statistics Agency (BPA) conducted a survey in August and found that the incomes of cooperatives and MSMEs decreased during the pandemic. The current study was conducted to re-examine the effect of innovation, digital marketing, and accounting application on competitiveness enhancement of MSMEs in the food industry sector. Data were collected through structured questionnaires using a sample size of 100 food industrial MSMEs operating in the emerging market of Bandar Lampung. Hypotheses were tested through multiple regression models using SPSS 22. The results indicate that Innovation has a significant impact on competitive enhancement and MSMEs performance. Digital Marketing has a significant impact on competitive enhancement and MSMEs performance. Lasting the accounting application has a significant impact on competitive enhancement and MSMEs performance. Firms are required to create an effective business model to acquire competitive advantage and superior financial performance. Implications for practice have been discussed.

Keywords: competitive enhancement, MSMEs, Innovation, digital marketing, accounting application

Submitted: 02-3-2022

Accepted: 26-4-2022

Published: 30-04-2022

PENDAHULUAN

Covid-19 memberikan dampak begitu masif yang dirasakan oleh Indonesia khususnya dan seluruh belahan dunia umumnya. Dalam laporan *Global Economic Prospects* Bank Dunia mengestimasi terjadi kontraksi sekitar 4,3 persen pada perekonomian global, tak terkecuali perekonomian Indonesia. UMKM telah diakui pemerintah sebagai sektor terpenting dan strategis bagi pembangunan ekonomi nasional (Herwiyanti, E., Pinasti, M., & Puspasari, 2020). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 50% dari total investasi (BPS, 2020). Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan UMKM, dan bila perkembangan UMKM ini terhambat, tentunya akan menghambat sebagian besar pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena itu kolaborasi yang baik dari pihak2 terkait seperti pemerintah, BUMN, dan pemangku kepentingan lainnya diperlukan guna mempercepat proses adaptasi UMKM dalam masa pandemi.

Ketahanan pangan dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang dikedepankan untuk pemulihan. Sebab, pemulihan dua sektor tersebut akan berdampak langsung terhadap daya beli masyarakat yang sempat melesu selama pandemi. Industri pangan memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Karena industri Ini membantu dalam memastikan kebutuhan pangan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja (FAO, 2017); (Sharma, *et al*, 2019). UMKM industri pangan sendiri merupakan pelaku usaha yang memiliki kontribusi besar dalam pengembangan industri pangan di Indonesia, dimana 60% pelaku usaha sektor pangan adalah UMKM. Untuk itu, penguatan

UMKM memegang peran penting dalam upaya mewujudkan industri pangan yang berdaya saing. Penelitian yang dilakukan Yuniarti (2020) mengkaji beberapa faktor Guna meningkatkan daya saing UMKM yaitu membangun *e-commerce* untuk UMKM, membangun sentra teknologi dan memberikan dukungan mentoring dan inovasi. Selain itu UMKM dapat menerapkan suatu taktik bersaing yg sempurna bagi produk yg dihasilkannya, dimana keunggulan bersaing diperoleh ketika posisi perusahaan mampu memberikan kekuatan bersaing dan dapat menarik pembeli (Lányi, B., Hornyák, M., & Kruzslicz, 2021; (Yuniarti, 2020)

Inovasi merupakan pijakan bagi UMKM untuk mencapai tingkat daya saing yang kompetitif, Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan UMKM akan menciptakan produk yang lebih berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing dalam UMKM yang pada akhirnya berdampak pada kinerja UMKM itu sendiri (Yuniarti, 2018; (Elfahmi & Jatmika, 2017). Inovasi salah satu indikator dalam meningkatkan kapasitas dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM ((Plessis, 2007). Virameteekul (2011) menyatakan bahwa inovasi dapat menciptakan pertumbuhan berkelanjutan yang mengarah pada keunggulan kompetitif baik di pasar internal maupun eksternal. Oleh karena itu. inovasi dan *knowledge sharing* berpengaruh positif dan signifikan mendukung usaha meningkatkan profitabilitas yang berdampak pada keberlanjutan usaha ((Khotimah, & Budi, 2020); (Tiawon, & Kristinae, 2021).

Digital marketing merupakan suatu strategi pemasaran yang sangat efektif selama pandemi Covid-19. Implementasi digital marketing terlihat dari kemampuan UMKM memanfaatkan jejaring sosial dalam kegiatan promosi dan pencarian pasar sehingga cakupan pasar menjadi lebih luas (Sulaksono, 2020). Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para UMKM untuk mengembangkan bisnis yang dijalkannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta mudahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UMKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *e-commerce*-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. (Wardhana, 2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa strategi pemasaran digital berimplikasi pada keunggulan bersaing UKM. Hal serupa juga diungkapkan oleh Simamora, et al (2020).

Pentingnya penerapan ilmu akuntansi dalam pengelolaan keuangan UMKM masih kurang disadari oleh para pelaku industri. Masih banyak pengusaha kecil yang belum mencatat laporan keuangan usahanya dengan baik. Bahkan ada yang tidak mencatat (Susilawati, Yuliati, & Khotmi, 2018; (Yuniarti, 2013). UMKM terlalu fokus pada bagaimana membuat produk yang unik, sedangkan akuntansi dan sistem keuangan sebagai pilihan kedua, bukan sebagai prioritas Kemudian. UMKM yang mengaplikasikan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *mobile* mampu menyusun laporan keuangan secara cepat dan akurat yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja UMKM (Sinarwati, et al, 2019). Untuk pelaku bisnis dengan transaksi besar beranggapan bahwa tidak mudah untuk memproses laporan harian dengan transaksi yang banyak secara manual (Aboelimged, 2014; Ali, Rahman, Ismail, 2012; Burgess & Paguio, 2016).

Berlakunya keputusan Pemerintah Indonesia yang mewajibkan pelaku usaha kecil untuk melakukan pencatatan akuntansi. Membuat pelaku usaha mau tidak mau menerapkan aplikasi akuntansi dalam proses penyusunan laporan keuangan. Burgess & Paguio (2016) membuktikan bahwa karakteristik bisnis, kemampuan berinovasi, pengaruh eksternal, kompatibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengupgrade perangkat lunak. Program aplikasi (perangkat lunak) komputer membantu memenuhi kebutuhan UMKM dalam mengelola data secara efektif dan efisien (Putra, 2019; (Lestiawan dan Mahfud, 2014; (Kurniawan & Diptyana, 2011). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi, *digital marketing* dan aplikasi akuntansi terhadap keunggulan bersaing UMKM industri pangan di Bandar Lampung. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Inovasi Berpengaruh terhadap Peningkatan Daya saing

Menurut Lukas & Ferrell (2000) inovasi adalah teknik atau produk yang menggunakan teknologi baru agar lebih berguna. Inovasi dibentuk oleh 3 indikator yaitu: keunggulan produk, keunikan produk, efisiensi biaya. Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja (Amabile, et al, 1996).

Daya saing UMKM dapat ditingkatkan apabila ada inovasi baik itu inovasi dalam hal produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk UMKM tersebut, karena inovasi terbukti berpengaruh positif

terhadap daya saing (Distanont & Khongmalai, 2020; Khotimah & Budi, 2020; Lestari, *et al*, 2019; Syukron & Ngatno, 2016; (Agus *et al*, 2015). Inovasi merupakan upaya-upaya kreatif yang dilakukan oleh UMKM untuk mengembangkan usahanya. Usaha kreatif tersebut tidak muncul begitu saja, melainkan dengan pembacaan atas kondisi pasar serta wawasan pelaku UMKM itu sendiri

H1: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing.

Digital marketing Berpengaruh terhadap Peningkatan Daya saing

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang berfokus pada penggunaan teknologi sebagai media *marketing*. Revolusi industri 4,0 menuntut UMKM untuk dapat mengambil langkah strategis dalam kegiatan pemasaran produk, dengan menggunakan digital marketing. *E-commerce* merupakan salah satu bagian dari digital marketing, kini marak digunakan oleh UMKM sebagai upaya untuk menciptakan daya saing perusahaan. Heidrick dan Struggles (2009) dalam Wardhan (2015) menjelaskan bahwa perkembangan dari *digitall marketing* melalui *web*, telepon genggam, dan perangkat *games*, menawarkan akses baru periklanan yang lebihh interaktif. Secara lebih terperinci dijelaskan pengertian digital marketing sebagai kegiatan marketing yang mencakup *branding* dengan menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial. Jauhari (2010) menyatakan penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu bentuk dari digital marketing yang digunakan untuk pemasaran dan penjualan online dapat meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan usaha dan pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut. Dalam era ekonomi global saat ini, UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya. Salah satu faktor penting yang akan menentukan daya saing UMKM adalah teknologi informasi (TI). Penggunaan digital marketing dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar, sehingga dapat meningkatkan daya saing industri (Simamora, *et al* 2020; Wardhana, 2015; Rahmana, 2009).

H2: digital marketing berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Aplikasi akuntansi Berpengaruh terhadap Peningkatan Daya saing

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sebagai kumpulan (integrasi) dari sub-sistem yang mengolah data transaksi terkait masalah keuangan menjadi informasi keuangan (Susanto, 2013 dalam (Putra, 2019). SIA juga mengidentifikasi kumpulan data untuk mengkomunikasikan informasi kepada dua atau lebih komponen yang saling berinteraksi dalam mencapai tujuan (Romney, Steinbart & Cushing, 2015). Oleh karena itu, sejalan dengan perkembangan bisnis yang menuntut ketepatan waktu dan ketelitian dalam berbagai standar penilaian, komputer dianggap sebagai pilihan yang tepat (Aboelmaged, 2014). Entitas yang memiliki transaksi relatif besar akan akan menggunakan sistem informasi akuntansi. Karena itu dampak dari penggunaan SIA lebih efektif dan dapat meningkatkan kepuasan pengguna (Kurnia, *et al* 2015; (Purwati & Suparlinah, 2017; Romney *et al*, 2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam memilih perangkat lunak akuntansi secara umum yaitu Harga, Kinerja, Stabilitas, Fleksibilitas, Implementasi, Kustomisasi dan Vendor atau dukungan dari penjual (Putra, 2019; Purwati & Suparlinah, 2017; (Romney *et al* 2015).

H3: Aplikasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data dan Pemilihan Sampel

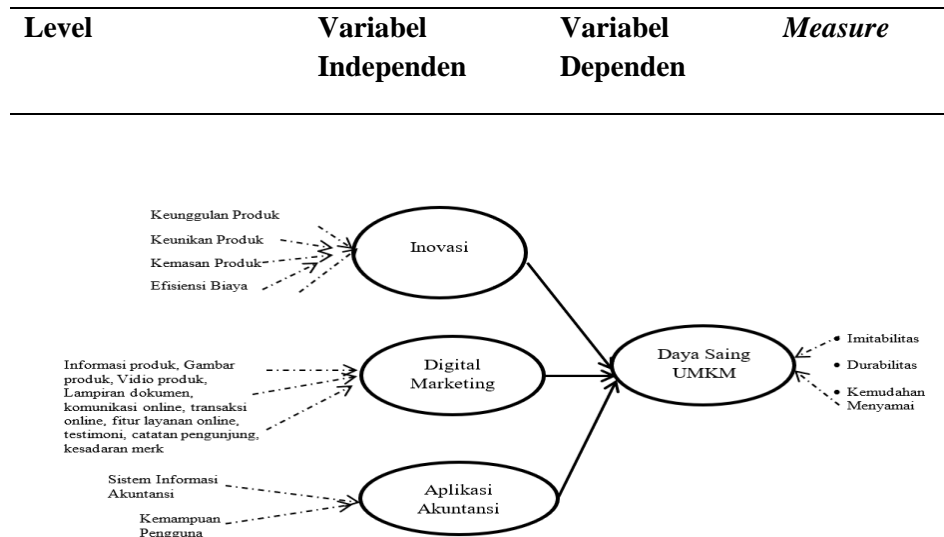
Penelitian ini mengadopsi metodologi kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data. Teknik statistik digunakan untuk menganalisis data survei untuk menguji hipotesis. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah UMKM Sektor Industri Pangan di Bandar Lampung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui pengiriman kuisisioner secara online dan offline. Sumber data ini berupa pendapat dari pengambil keputusan tertinggi di perusahaan. penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan mengumpulkan data dari 120 UMKM. Berikut sampel dan tingkat pengembalian kuesioner.

Tabel 1. Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah Sampel	150
---------------	-----

Kuesioner <i>Offline</i>	70
Kuesioner <i>Online</i>	50
Kuesioner yang kembali	105
Kuesioner yang layak	100
<i>Response rate</i>	$105/150 * 100 = 70\%$
<i>Usable Response Rate</i>	$100/150 * 100 = 67\%$

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian seperti tampak pada gambar berikut



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas data

Uji kualitas data menggunakan pengujian reliabilitas dan validitas. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian ini di atas 0,60, yang mengisyaratkan bahwa data yang dikumpulkan menggunakan instrumen-instrumen tersebut dapat dipercaya (*reliable*).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Inovasi (X1)	,871	6
Digital marketing (X2)	,868	5
Aplikasi Akuntansi (X3)	,840	5
Peningkatan daya Saing (Y)	,804	10

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik baik itu normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas. Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan penelitian ini terbebas dari asumsi klasik dan bisa dilakukan pengujian selanjutnya.

Hasil Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*multiple regression*). Metode yang menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam satu model prediktif tunggal ini, sesuai dengan hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS V.20 maka diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien	Kesalahan Standar	T hitung	Sig
Constant	17.317	2.525	6.860	.000
X1 Inovasi	.606	.411	4.630	.000
X2 Digital Marketing	.344	.159	2.160	.033
X3 Aplikasi akuntansi	.670	.189	3.535	.001

Adjusted R Square = .497; F = 33.660 ; Sig. F = .000, F tabel = 2,79, T tabel = 1.985

Adapun persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 17,317 + 0,169X_1 + 0,344X_2 + 0,670X_3 + e$

Hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan angka R^2 sebesar 49,7%, $F=33,660$ dengan signifikansi p kurang dari 0,01. Berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel dependen (peningkatan daya saing) dengan semua prediktornya (variabel independen). Variasi perubahan kinerja manajerial dijelaskan oleh semua variabel independen sebesar 49,7 %, sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 5 menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing dengan signifikansi kurang dari 0.01%. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Distanont & Khongmalai (2020), Khotimah & Budi (2020), Lestari et al (2019), Syukron & Ngatno (2016), Agus et al (2015). Peran inovasi merupakan kunci penting yang mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha, oleh karena itu UMKM industri pangan harus memperhatikan penciptaan inovasi, terutama keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman eksternal, yang dapat menumbuhkan inovasi dan mengarah pada penciptaan keunggulan kompetitif. Misalnya, bisnis dapat mengembangkan produk atau proses produksi yang lebih unggul dalam kualitas dibandingkan pesaing di pasar dan yang menanggapi kebutuhan pelanggan, yang dapat membantu bisnis terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mengendalikan semua proses di seluruh nilai memulai rantai dari input hingga produksi hingga distribusi, sehingga efisiensi dan efektivitas maksimum dapat dicapai dan dipertahankan.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan tim peneliti pada UMKM industri pangan, ditemukan bahwa sebagian besar inovasi datang dalam bentuk inovasi produk dan proses produksi. Data dan pengetahuan pemasok tentang bahan baku dan kemasan bermanfaat bagi pelaku UMKM industri pangan dalam membantu meningkatkan dan mengembangkan variasi produk mereka dalam upaya menjamin kualitas produk dan menjaga agar harga tetap kompetitif. Selain itu peningkatan inovasi melalui asosiasi pengusaha pangan atau jaringan bisnis sangat diperlukan bagi UMKM di industri pangan. Asosiasi pengusaha pangan dapat berbagi informasi yang baik dan berguna di antara anggota, misalnya tren, pasar berkembang, dan informasi untuk meningkatkan proses operasional.

Peranan pemerintah dalam pemberian insentif fiskal berupa pengurangan pajak untuk perusahaan yang mengalokasikan sejumlah tertentu dana untuk pengembangan pegawai dan *research* dapat mendorong perusahaan meningkatkan *training and research budget*. Insentif dapat diberikan dengan memberikan potongan pajak tertentu apabila perusahaan telah mencapai *threshold* tertentu terhadap proporsi *budget training* dan riset. Peningkatan peran swasta dalam peningkatan produktivitas sangat diperlukan untuk melengkapi alokasi budget terkait pengembangan sumber daya manusia yang sudah ditetapkan pada APBN. Mengacu pada negara-negara lain, sektor swasta merupakan pemain utama timbulnya inovasi baru yang mendorong produktivitas dan memacu pertumbuhan ekonomi menjadi lebih tinggi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa digital marketing mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing dengan tingkat signifikansi 0.05%. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simamora et al (2020), Wardhana (2015), Fawaid (2017), Rahmana (2009). UMKM dapat

menggunakan teknologi digital untuk mengkoordinasikan kegiatan bisnis dan menciptakan serta memberikan nilai yang berbeda kepada pelanggan baik di pasar domestik maupun global (Teoh et al, 2022). Dengan mengimplementasikan digital marketing khususnya, UMKM dapat memperluas wilayah pasar, meningkatkan komunikasi dengan konsumen, menempatkan konsumens sebagai partner yang memberikan input kepada UMKM yang berdampak pada daya saing UMKM. Dengan daya saing yang tinggi, UMKM dapat terus menjadi pilar pertumbuhan ekonomi Indonesia. terkait dengan rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia, Pemerintah perlu menggalakkan sosialisasi dan edukasi mengenai teknologi digital kepada masyarakat serta mempersiapkan masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Dengan demikian diharapkan masyarakat bisa memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraannya, baik selaku konsumen maupun produsen.

Selanjutnya penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan aplikasi akuntansi memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM dengan tingkat signifikansi 0,05%. Sistem informasi merupakan alat untuk menyajikan informasi dengan cara sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya, sedangkan sistem informasi akuntansi adalah sistem yang mengubah transaksi bisnis menjadi informasi keuangan yang berguna bagi pemakainya (Kusrini, & Koniyo, 2007). Sistem Informasi dapat menjadi kekuatan strategi dan alat bagi organisasi yang memberikan keuntungan pada aspek promosi dan kekuatan daya saing (Buhalis, 2004). Adopsi Teknologi Informasi memberikan kemampuan bagi UMKM untuk memberikan layanan yang semakin baik dan daya saing. Teknologi Informasi juga terbukti mempunyai dampak positif pada kinerja organisasi (Apulu & Latham, 2011). Kebijakan pemerintah dalam menggerakkan ekonomi keuangan digital dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi perekonomian serta akses masyarakat terhadap sumber daya, termasuk keuangan (inkludivitas). Dorongan terhadap pemanfaatan ekonomi keuangan digital dilakukan dengan tetap memperhatikan aspek kehati-hatian. Digitalisasi membawa konsekuensi risiko, antara lain *shadow banking*, *cybersecurity*, AML-CFT, proteksi data, dan risiko operasional yang dapat mengganggu stabilitas ekonomi makro dan stabilitas sistem keuangan. Tantangan bagi regulator adalah perlunya menyeimbangkan antara upaya mengoptimalkan manfaat dan sekaligus memitigasi risiko.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa inovasi, digital marketing dan aplikasi akuntansi merupakan faktor penentu peningkatan daya saing industri pangan di Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pimpinan UMKM perlu beradaptasi dan siap menghadapi perubahan ekonomi yang terjadi secara global, regional, dan lokal. Inovasi, digital marketing dan aplikasi akuntansi merupakan senjata penting yang dapat digunakan untuk meningkatkan dan memperkuat suatu usaha sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing yang setara atau lebih besar dari usaha asing dan dengan demikian mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini hanya mengkaji konteks industri pangan di tingkat UMKM. Ke depan, studi banding antara perusahaan pangan dan industri lain baik skala kecil dan skala besar harus dilakukan untuk membangun pemahaman yang mendalam tentang kesesuaian, kesamaan, dan kontras pengembangan bisnis di tingkat yang berbeda. Studi semacam itu akan meningkatkan pemahaman tentang gambaran keseluruhan secara menyeluruh dan dapat digunakan untuk membuka jalan bagi pengembangan industri pangan di Provinsi Lampung khususnya dan Indonesia umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. G. (2014). Predicting e-readiness at firm-level: An analysis of technological, organizational, and environmental (TOE) effects on e-maintenance readiness in manufacturing firms. *International Journal of Information Management*, 34(5), 639–651.
- Agus, A. A., Isa, M., Farid, M. F., & Permono, S. P. (2015). An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2).
- Ali, A., Rahman, M. S. A., & Ismail, W. N. S. W. (2012). Predicting continuance intention to use accounting information systems among SMEs in Terengganu, Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 6(2), 295–320.

- Amabile, Teresa M, Regina Conti, Heather Coon, J. L. dan M. H. (1996). Assessing The Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*.
- Apulu, I., & Latham, A. (2011). Drivers for Information and Communication Technology Adoption: A Case Study of Nigerian Small and Medium Sized Enterprises. *International Journal of Business and Management*, 6(5).
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Buhalis, D. (2004). eAirlines: strategic and tactical use of ICTs in the airline industry. *Information & Management*, 41(7), 805–825.
- Burgess, S., & Paguio, R. (2016). Examining ICT application adoption in Australian home-based businesses: An innovation-decision process approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(2), 276–299.
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15-21.
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2017). Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Indo Burger). In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 1, 445–454.
- FAO. (2017). *The State of Food and Agriculture, Leveraging Food Systems for Inclusive Rural Transformation*.
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh digital marketing system, terhadap daya saing penjualan susu kambing etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 104–119.
- Herwiyanti, E., Pinasti, M., & Puspasari, N. (2020). *Riset UMKM : Pendekatan Multi Perspektif*. Deepublish.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan eCommerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159-168.
- Khotimah, H., & Budi, S. (2020a). Analisis Peran Inovasi, kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117-130.
- Khotimah, H., & Budi, S. (2020b). Analisis Peran Inovasi, kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117–130.
- Kurnia, S., Choudrie, J., Mahbubur, R. M., & Alzougool, B. (2015). E-commerce technology adoption: A Malaysian grocery SME retail sector study. *Journal of Business Research*, 68(9), 1906–1918.
- Kurniawan, R., & Diptyana, P. (2011). Telaah Pemanfaatan Software Akuntansi oleh Usaha Kecil Dan Menengah. *Review Akuntansi Indonesia*, 1(2), 107–116.
- Kusrini, & Koniyo, A. (2007). *Tuntutan Praktis Membangun Sistem Informasi Akuntansi dengan Visual Basic dan Microsoft SQL Server*. Andi Offset.
- Lányi, B., Hornyák, M., & Kruzsliz, F. (2021). The effect of online activity on SMEs' competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.

- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118.
- Lestiawan, H., & M. (2014). Purwarupa Pembelajaran Mandiri Sistem Aplikasi Akuntansi Umkm Berbasis Web Dalam Pemberdayaan Usaha Masyarakat Jawa Tengah. *Prosiding SNATIF*, 445–452.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The Effect Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239-247.
- Plessis, M. D. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, 11(4).
- Purwati, A. S., & Suparlinah, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manfaat Penggunaan Aplikasi Akuntansi Dea Untuk Menyusun Laporan Keuangan. *Sustainable Competitive Advantage-7 (SCA-7)*, 7(1), 411–420.
- Putra, Y. M. (2019). Analysis of factors affecting the interests of SMEs using accounting applications. *Journal of Economics and Business*, 2(3), 818-826.
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.*, B11-B15.
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., & Cushing, B. E. (2015). Accounting Information Systems. *Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.*, 13(13).
- Sharma, Y. K., Mangla, S. K., Patil, P. P., & Liu, S. (2019). When challenges impede the process: For circular economy-driven sustainability practices in the food supply chain. *Management Decision*.
- Simamora, V., Albab, M. U., Putra, R. J., & Diansyah, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Daya Saing Pelaku UMKM Keripik Singkong Di Kecamatan Kebon Bawang, Jakarta Utara. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 4(2).
- Sinarwati, N. K., Sujana, E., & Herawati, N. T. (2019). Peran Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Mobile Bagi Peningkatan Kinerja UMKM. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(1), 26-32.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
- Susilawati, D., Yuliati, NN, & Khotmi, H. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Survei Pada UMKM Di Kecamatan Aikmel Lombok Timur). *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(1), 22–41.
- Syukron, M. Z., & N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 24–34.
- Teoh, M. F., Ahmad, N. H., Abdul-Halim, H., & Ramayah, T. (2022). Is Digital Business Model Innovation the Silver Bullet for SMEs Competitiveness in Digital Era? Evidence from a Developing Nation. *Vision*.
- Tiawon, H., & Kristinae, V. (2021). Aktivitas Ekonomi UKM dalam Rangka Menjaga Ketahanan Pangan Masa Pandemic Covid-19 di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 15(9), 5129-5138.
- Virameteekul, V. (2011). *Message from ministry of science and technology*. [www. thailand-](http://www.thailand-)

innovativecompanies.com/ttd_bizenterprise/Indprof/TTIC/TTIC_2011_IPO2.pdf.

- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.
- Yuniarti, E. (2013). Kajian Deskriptif Rantai Nilai untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Industri Rotan. *Jurnal Ilmiah ESAI Ekonomi, Sosial Dan Informatika*, 7(2).
- Yuniarti, E. (2018). Competitiveness Enhancement of Rattan Industry. *The 1st International Conference of Social, Technological, Innovation, Economics and Management*.
- Yuniarti, E. N. I. (2020). Analisis Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Rotan Menuju Program Making Indonesia 4.0. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1), 38–44.