



Pengaruh Sertifikasi dan Standardisasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan dan Daya Saing UMKM

The Effect of Certification and Standardization Products on Increasing Sales and Competitive Advantages OF MSMEs

Nur Anita¹, Muhammad Luthfi Iznillah²

¹² Politeknik Negeri Bengkalis, Prodi Akuntansi Keuangan Publik, Jl. Bathin Alam – Sungai Alam.

Email: *1nuranita@polbeng.ac.id

Article Info

Article history:

Received: 25 Januari 2023

Accepted: 09 Juni 2023

Published: 30 Juni 2023

Keywords: *certification; standardization; sales; competitive advantage, MSMEs*

DOI: 10.37859/jae.v13i1.4591

JEL Classification:

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sertifikasi dan standarisasi produk terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 52 UMKM binaan CSR PT Pertamina RU II Sei Pakning. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi secara parsial berpengaruh positif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sementara standarisasi berpengaruh positif terhadap penjualan dan daya saing UMKM, sertifikasi dan standarisasi secara bersama-sama berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dan keunggulan bersaing UMKM. Penelitian ini penting karena memberikan bukti konseptual dan empiris mengenai peran sertifikasi dan standarisasi dalam meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan tindak lanjut dan rencana UMKM ke depan agar dapat bertahan dalam jangka panjang.

This study aims to examine the effects of product certification and standardization on the increase in sales and competitive advantages of MSMEs. This study uses a quantitative method with a sample of 52 SMEs assisted by CSR PT Pertamina RU II Sei Pakning. The results showed that partial certification had a positive effect in increasing the competitiveness of MSMEs. While standardization has a positive influence on sales and the competitiveness of MSMEs, certification and standardization together have a positive and significant impact on increasing sales and the competitive advantages of SMEs. This research is important because it provides both conceptual and empirical evidence regarding the role of certification and standardization in increasing sales and competitiveness of MSMEs. Thus, this research can be a reference for the follow-up of MSMEs in the future to survive in the long term.

PENDAHULUAN

Dua tantangan utama yang harus terus menjadi fokus entitas perusahaan di sektor bisnis adalah inovasi dan perbaikan berkelanjutan. Bisnis harus dapat berubah dengan cepat dalam rangka memenuhi tuntutan kemajuan teknologi yang semakin cepat. UMKM merupakan salah satu organisasi komersial yang saat ini menjamur dan berkembang dengan cukup pesat di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan produktif yang dioperasikan pada ukuran kecil atau menengah oleh individu atau badan komersial. UMKM merupakan salah satu badan usaha yang mampu bertahan di masa pandemi COVID-19 beberapa waktu lalu, dan saat ini menjamur di seluruh Indonesia.

UMKM sebagai salah satu sektor kunci perekonomian Indonesia saat ini harus mampu melindungi diri dari gempuran perusahaan pesaing. UMKM harus kompetitif dan mampu menjual barang berkualitas jika ingin mencapai hasil yang diinginkan. UMKM dapat lebih mudah mengiklankan produknya secara online di era revolusi industri keempat (e-commerce). Namun sertifikasi dan standarisasi produk penting agar barang-barang UMKM dapat lebih diminati oleh pelanggan. Standarisasi bertujuan untuk menjaga kualitas produk dan efektivitas operasional. Sedangkan sertifikasi adalah prosedur penilaian kesesuaian yang terkait dengan penyampaian jaminan tertulis dan kepatuhan produk terhadap aturan. Urgensi standarisasi dan sertifikasi adalah untuk memastikan bahwa produk UKM berada pada posisi yang lebih aman guna mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual pihak ketiga atau menghadapi tuntutan hukum. Sistem kekayaan intelektual juga dapat melindungi konsumen dari barang palsu. Karena adanya kejelasan mengenai kepemilikan dan hak UMKM atas produk atau karyanya, maka keberadaan HKI pada produk milik UMKM memudahkan UMKM masuk ke pasar.

Standarisasi kualitas dapat membantu menjaga kepercayaan konsumen dan dengan demikian akan meningkatkan keunggulan kompetitif jangka panjang (Novie dan Chikmawati, 2017). Selain itu, standarisasi sangat mendukung peningkatan produktivitas dan daya saing serta pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan mutu produk, sehingga standarisasi dapat memberikan jaminan mutu kepada konsumen (Prasetyo, 2017). Dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen, jaminan keamanan, dan perlindungan konsumen, sertifikasi dan standarisasi dapat menjadi faktor yang dapat meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM. Akibatnya, konsumen lebih cenderung membeli produk yang telah mendapatkan sertifikasi dan standarisasi dibandingkan dengan yang belum. Pitoyo dan Suhartono (2018) menemukan bahwa standarisasi produk memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap daya saing UMKM. Segati (2018) menemukan bahwa sertifikasi berdampak pada peningkatan penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sertifikasi dan standarisasi produk terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bengkalis tepatnya di Desa Sungai Pakning, Kec. Bukit Batu, dengan sampel beberapa UMKM yang telah dibina oleh PT Pertamina RU Sei Pakning, melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) "Bengkalis Mahir". UMKM yang dibina secara konsisten berusaha meningkatkan daya saing dan penjualannya secara berkala. Selain itu, mereka juga fokus pada *going concern* agar dapat bertahan dalam jangka panjang. Beberapa UMKM yang dibina telah mendapatkan beberapa sertifikasi dan standarisasi produk, sedangkan beberapa lainnya belum. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempertimbangkan bagaimana standarisasi dan sertifikasi mempengaruhi pertumbuhan penjualan dan daya saing UMKM yang didukung oleh CSR PT Pertamina RU II Sei Pakning. Dengan demikian, UMKM mampu menyusun strategi bagaimana agar usaha yang dikembangkan terus berjalan dengan meningkatkan penjualan dan daya saing sehingga mampu mencapai *going concern* dalam jangka panjang dengan sertifikasi dan standarisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan *hand-delivered survey*. Sampel penelitian dan populasi sebanyak 52 pelaku UMKM yang merupakan UMKM binaan CSR PT Pertamina RU II Sei Pakning. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert 1 sampai 4. Instrumen kuesioner terdiri dari pernyataan-pernyataan yang harus ditanggapi responden untuk menilai bagaimana standardisasi dan sertifikasi mempengaruhi kemampuan UMKM untuk bersaing dan meningkatkan penjualan.

Dengan menggunakan SPSS, data terlebih dahulu dianalisis untuk mengevaluasi keakuratan dan keterandalan instrumen penelitian. Setelah uji kualitas data berhasil, Uji Asumsi Klasik dilakukan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat bagaimana satu variabel mempengaruhi yang lain. Hasil analisis regresi ini akan dibahas di bagian pembahasan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini, sertifikasi dan standardisasi merupakan variabel X, sedangkan peningkatan penjualan dan daya saing merupakan variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan dalam penelitian ini adalah pelaku perusahaan UMKM binaan *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina RU II Sei Pakning di Kec. Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Kuesioner penelitian disebarkan dengan menggunakan metode *hand-delivered survey*, yaitu kuesioner disampaikan kepada responden atau melalui perantara kepada partisipan, serta melalui media *google form*. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menganalisis data menggunakan software SPSS. Mempertimbangkan karakteristik demografis sampel, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Demografis Sampel

Informasi		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	50%	52	100%
	Perempuan	26	50%		
Total					
Umur	20-29 tahun	19	37%	52	100%
	30-39 tahun	15	29%		
	40-49 tahun	16	31%		
	50-59 tahun	2	4%		
	Total				
Lama Usaha Berjalan	< 1 tahun	12	23%	52	100%
	1 - 2 tahun	9	17%		
	3 - 4 tahun	11	21%		
	5 – 6 tahun	13	25%		
	7 - 8 tahun	7	13%		
	Total				
Jenis Usaha	Industri Kecil	36	69%	52	100%
	Jasa	2	4%		
	Perdagangan	5	10%		
	Pertanian	7	13%		
	Peternakan	2	4%		

Penelitian ini meneliti mengenai dampak dari adanya Sertifikasi dan Standardisasi Usaha Terhadap Peningkatan Penjualan dan Daya Saing UMKM Binaan CSR PT Pertamina RU II Sei Pakning. Wawancara dan penyebaran kuesioner secara offline dan online dilakukan dengan UMKM Binaan CSR dimulai dari tanggal 24 Agustus 2022.

Teknik analisis data menggunakan software SPSS dengan terlebih dahulu melakukan pengujian Validitas dan Reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Setelah dipenuhi Pengujian kualitas data maka dilakukan Pengujian Asumsi Klasik. Uji terhadap kuesioner kemudian diselesaikan dengan Analisis Regresi Berganda untuk melihat pengaruh diantar masing masing variabel. Hasil dari analisis regresi inilah yang akan menjadi acuan penulis dalam menjabarkan pembahasan untuk diketahui dampak dari masing masing variabel X terhadap Variabel Y. Variabel X dalam penelitian ini adalah Sertifikasi (X1) dan Standardisasi (X2) sedangkan variabel Y adalah Peningkatan Penjualan (Y1) dan Daya Saing (Y2).

Penelitian ini mengajukan 6 hipotesis penelitian untuk diuji dengan menggunakan software SPSS. Berikut hipotesis penelitian yang diajukan:

H1: Sertifikasi berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan

H2: Standardisasi berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan

H3: Sertifikasi dan standardisasi berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan

H4: Sertifikasi berpengaruh positif terhadap daya saing

H5: Standardisasi berpengaruh positif terhadap daya saing

H6: Sertifikasi dan standardisasi berpengaruh positif terhadap daya saing

Uji Validitas dan Reliabilitas

Peneliti melakukan uji validitas ini untuk mengetahui validitas kuesioner yang telah disusun oleh peneliti dengan menggunakan program SPSS versi 20. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid. Hasil uji reliabilitas yang telah dihasilkan oleh SPSS 20 yang kemudian diolah menjadi data dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,958	28

Dapat dilihat pada Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha 0,958 lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan kuesioner adalah reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Termasuk uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Tabel 3. Uji Normalitas

	Asymp. Sig. (2-tailed)
X1 and X2 to Y1	,182
X1 and X2 to Y2	,181

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji One Sample Kolmogrov Smirnov menunjukkan nilai masing-masing variabel menunjukkan nilai Asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0,182 dan 0,181 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Sementara itu, hasil uji asumsi klasik lainnya menunjukkan bahwa data bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Hipotesis T-Test

Hypotheses	Path	Path Coefficient	Sig	Adj R-Squared
H1	Sertifikasi – Penjualan	0,419	0,229	0,557
H2	Standardisasi - Penjualan	0,827	0,000***	0,557

H4	Sertifikasi – Daya Saing	5,722	0,000***	0,788
H5	Standardisasi – Daya Saing	1,318	0,000***	0,788

Catatan: ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$

Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai Sig. untuk variabel Sertifikasi (X1) sebesar 0,229 dan variabel Standardisasi (X2) sebesar 0,000. Jadi berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji T dapat disimpulkan bahwa sertifikasi tidak berpengaruh terhadap penjualan. H1 ditolak. Sedangkan standardisasi berpengaruh positif terhadap penjualan dengan koefisien jalur 0,827, maka H2 diterima. Berdasarkan hasil pada Tabel 4, H4 diterima sesuai dengan hasil yang menunjukkan nilai Sig. dari Sertifikasi (X1) sebesar 0,000 dengan koefisien jalur 5,722. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sertifikasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM. Standardisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM, hal ini berdasarkan Tabel 4 yang menunjukkan nilai Sig. variabel Standardisasi sebesar 0,000 dengan koefisien jalur 1,318 sehingga H5 diterima.

Tabel 5. Uji Hipotesis F - Test

Hypotheses	Path	Sig	Adj R-Squared
H3	Sertifikasi dan Standardisasi – Penjualan	0,000***	0,557
H6	Sertifikasi dan Standardisasi – Daya Saing	0,000***	0,788

Catatan: ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$

Sertifikasi dan standardisasi secara simultan berpengaruh positif terhadap penjualan sesuai hasil yang ditunjukkan pada tabel 5. Nilai signifikansinya adalah 0,000 maka H3 diterima. Begitu juga dengan H6 yang menunjukkan hasil yang sama. sig. dari variabel “Sertifikasi dan standardisasi pada daya saing” menunjukkan nilai 0,000 yang menunjukkan bahwa secara simultan sertifikasi dan standardisasi berpengaruh positif terhadap daya saing. Oleh karena itu, H6 diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi secara parsial dapat meningkatkan daya saing UMKM. Sedangkan standardisasi dapat meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM. Secara simultan, sertifikasi dan standardisasi secara bersama-sama memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dan keunggulan kompetitif UMKM. Dengan sertifikasi, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas bahkan mampu menjangkau pasar internasional, sehingga dapat menarik konsumen yang lebih beragam. Dibandingkan dengan yang belum memiliki sertifikasi produk, konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang memiliki sertifikasi, terutama yang memiliki pangsa pasar luar negeri. Tantangan terbesar bagi UMKM dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk kurangnya modal, informasi yang tidak lengkap, memilih mitra dan distributor yang dapat dipercaya, kekuatan negosiasi, kurangnya sumber daya, kesenjangan pengetahuan, kurangnya pengalaman, kurangnya keamanan pemerintah, dan masalah pemasaran internal (Paul, 2020). Alhasil, memiliki sertifikasi bisa menjadi salah satu fondasi bagi UMKM untuk mampu bertahan dalam jangka panjang dengan menjadi lebih kompetitif. Hal ini disebabkan karena sertifikasi produk dapat melindungi pelanggan, menjamin mutu barang industri, dan menjunjung tinggi lingkungan kerja yang aman (Saputra dan Meyilani, 2015).

Untuk menjaga kualitas produk dan efektivitas organisasi, standardisasi dapat menjadi salah satu upaya yang dapat diandalkan. Standardisasi memiliki kekuatan untuk meningkatkan kaliber produk jadi. Tujuan dari standar ini adalah untuk melaksanakan tugas secara akurat, cepat, dan tanpa membuang sumber daya apa pun. Standar menentukan praktik terbaik untuk pelaksanaan pekerjaan (Míkva et al., 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa standardisasi dapat meningkatkan penjualan dan keunggulan kompetitif UMKM secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa jika UMKM ingin berkembang dalam jangka panjang, standardisasi akan menjadi sangat penting bagi organisasi.

Standardisasi mendukung peningkatan produksi, daya saing, dan pertumbuhan ekonomi UMKM, dengan menyediakan insentif dari konsumen yang bersedia membayar harga lebih tinggi sehingga produksi dan proses produksi berkelanjutan tetap terjaga (Prasetyo, 2017; dan Tran et al., 2022). Selain itu, standardisasi dapat meningkatkan mutu dan kualitas produk, sehingga berhasil dalam komersialisasi dan tingkat daya saing produk yang lebih tinggi. Lebih jauh lagi, standardisasi mutu dapat membantu menjaga kepercayaan konsumen terhadap keamanan pangan yang digunakan dalam proses pembuatannya, sehingga meningkatkan keunggulan dan daya saing berkelanjutan (Novie dan Chikmawati, 2017).

Penelitian lainnya (Chong, 2008; Gál, 2010; Kadocsa, 2008; Szerb, 2009; Tenai et al., 2009; dan Wiyadi, 2009) menunjukkan bahwa kapasitas internal, akses ke sumber daya yang produktif, kondisi dan permintaan pasar, pangsa pasar, dan pertumbuhan hasil yang berkelanjutan dapat memengaruhi daya saing UKM. Daya saing UMKM juga tidak terlepas dari pengaruh kelembagaan dan kebijakan yang relevan dengan bidang usahanya. Hal ini menunjukkan pentingnya kebijakan dan kelembagaan dalam pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Oleh karena itu, kebijakan terkait sertifikasi dan standardisasi harus lebih ditingkatkan mengingat besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM, sehingga dapat terus tumbuh dan bertahan dalam jangka panjang.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi tidak berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini dapat disebabkan karena kecilnya area yang tercakup, sehingga tanpa sertifikasi, masyarakat akan tetap memilih produk yang digunakan atas dasar kepercayaan pada keluarga, teman, atau kerabat yang menjualnya. Menurut Ehmedova (2019), keluarga, teman, atau kerabat memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk. Namun, temuan studi tersebut juga menunjukkan bahwa sertifikasi dan standardisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Akibatnya, kedua variabel tersebut tidak dapat dipisahkan dan harus bekerja sama untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Kajian ini memberikan bukti empiris bahwa sertifikasi dan standardisasi dapat memberikan manfaat bagi UMKM dengan meningkatkan penjualan UMKM dan daya saing.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sertifikasi dan standarisasi produk terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap penjualan. Standardisasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan. Selanjutnya sertifikasi dan standardisasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan penjualan. Sedangkan secara parsial maupun simultan, sertifikasi dan standardisasi berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM. Penelitian ini memiliki beberapa manfaat. Pertama, memberikan bukti empiris mengenai pentingnya peran sertifikasi dan standardisasi dalam meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM. Kedua, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku UMKM dalam merumuskan kebijakan ke depan terkait keberlanjutan organisasi. Untuk mendapatkan hasil yang lebih luas, penelitian selanjutnya dapat mengkaji ulang sertifikasi dan standardisasi dengan menghubungkannya dengan teori kepercayaan.

REFERENSI

- Chong H. G. 2008. Measuring Performance of small-and-medium sized enterprises: the grounded theory approach. *Journal of Business and Public Affairs*, Vol 2, No. 1.
- Ehmedova, Songul. 2019. The Study of Trust as Social Capital in Different Dimensions and Its Role in Entrepreneurship Relationship. *ASERC Journal of Socio-Economic Studies*, Vol 2, No. 2, pp. 119 – 135.

- Gál, A. N. 2010. Competitiveness of small and medium sized enterprises – a possible analytical framework. <http://heja.szif.hu/ECO/ECO-100115-A/eco100115a.pdf>.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kadocsa, G. 2008. Research on the Competitiveness Factors of SME. *Acta Polytechnica Hungaria*, Vol. 3, No. 4, pp. 71-84.
- Míkva, Miroslava., Prajova, Vanessa., Yakimovich, Boris., Korshunov, Alexander., and Ivan Tyurin. 2016. Standardization - One of The Tools of Continuous Improvement. *Procedia Engineering* 149, pp. 329 – 332.
- Novie, Muhafidhah., dan Zulifah Chikmawati. 2017. Pengaruh Merek dan Standardisasi Mutu Terhadap *Sustainable Competitive Advantage* Produk Makanan Berbasis UMKM di Sidoarjo. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, Vol. 1, pp. 363 – 373.
- Paul, Justin. 2020. SCOPE framework for SMEs: A New Theoretical Lens for Success and Internationalization. *European Management Journal*, No. 38, pp. 219 – 230.
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. S. E. (2018). Meningkatkan daya saing ukm dari prespektif teknologi informasi, pengelolaan pengetahuan, dan standarisasi produk (studi kasus pada ukm pengrajin alat peraga/permainan edukatif di klaten).
- Prasetyo, P. E. 2017. Standarisasi dan komersialisasi produk industri kreatif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/5092>
- Saputra M. A. and Meyilani, R., 2015. Business process improvement design of Indonesian National Standard (SNI) product certification, *International Conference on Automation, Cognitive Science, Optics, Micro Electro-Mechanical System, and Information Technology (ICACOMIT)*, pp. 46 – 51.
- Segati, A. 2018. Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, Vol. 3, No. 2, pp. 159-169.
- Szerb, L. 2009. The Competitiveness of the Hungarian SMEs after the EU Accession. Paper Presented at the MEB 2009 – 7th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, June 5-6 2009.
- Tenai, J. K., Bitok, J. K, Cheruiyot, T. K., and Maru, L. C. 2009. Moderating Variables on SME's Strategies And Competitiveness For International Trade: A Survey Of Horticultural Traders In Urban And Peri-Urban Areas In Kenya. *International Business & Economics Research Journal*, Vol.8, No. 12, pp. 105-114.
- Tran, Nhuong., Shikuku, Kelvin Mashisia., Hoffmann, Vivian., Lagerkvisst, Carl Johan., Pincus, Lauren., Akintola, Shehu Latunji., Fakoya, Kafayat Adetoun., Olagunju, Olanrewaju Femi., dan Conner Bailey. 2022. *Are consumers in developing countries willing to pay for aquaculture food safety certification? Evidence from a field experiment in Nigeria, Aquaculture, Volume – 550.*
- Wiyadi. 2009. Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 13, No.1, pp. 77-92.