

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 KAJIAN PUSTAKA**

##### **2.1.1 INOVASI PRODUK**

###### **2.1.1.1 PENGERTIAN INOVASI PRODUK**

Pengertian inovasi produk menurut **Crawford & De Benedetto (2000:9)** Dalam Penelitian **Raeni Dwi Santy (2018:3)** adalah Inovasi digunakan dalam operasional perusahaan secara keseluruhan dimana produk baru dibuat dan dipasarkan, termasuk inovasi dalam semua fungsi/kegunaannya.

Menurut **Ebru Dogan (2016:66)** Inovasi Produk adalah barang atau jasa yang baru atau secara substansial dikembangkan dalam hal penggunaan yang dimaksudkan. Ini termasuk peningkatan/pengembangan signifikan dalam spesifikasi teknis, mekanisme dan bahan, firmware, kemudahan penggunaan atau fitur fungsional lainnya.

Menurut **Sefer dan Ercan (2011:816)** Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang baru atau ditingkatkan secara signifikan dengan sehubungan dengan karakteristik atau tujuan penggunaannya. Ini termasuk peningkatan yang signifikan dalam spesifikasi teknis.

**Wawan,dkk (2015)** Inovasi produk menurut Business Dictionary Inovasi produk bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengonsept ulang dalam rangka

meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Penemuan produk baru, meningkatkan spesifikasi dan kualitas produk, atau masukan komponen baru, materi baru atau bahkan fungsi yang baru merupakan sebuah bentuk inovasi produk yang dilakukan perusahaan.

**Thomas W. Zimmerer (2008:57)** dalam **Dede Ihya I dan Rizki Zulfikar (2018:3)** Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

**Ilham dkk (2019)** Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha yang memproduksi produk untuk memperbaiki, menyempurnakan dan mengembangkan produk yang dihasilkan selama ini.

Berdasarkan penjelasan diatas, sebuah inovasi produk adalah sebuah cara yang diusahakan oleh produsen atau perusahaan pembuatan produk, dengan tujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Selain hal tersebut, inovasi produk juga berarti dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin berkembang. Sebagai pelaku usaha, produsen seharusnya peka terhadap kebutuhan konsumennya, sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen.

#### **2.1.1.2 KONSEP INOVASI PRODUK DAN STRATEGI INOVASI PRODUK**

Menurut **Cherron Reguia (2014:149)** inovasi produk harus menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, dan dalam rangka meningkatkan daya saing pelaku usaha harus mempertahankan pangsa pasar dan mengambil inovasi sebagai bagian dari

strategi mereka. kekuatan ini mewakili peluang untuk memecahkan masalah mereka melalui inovasi produk baru atau modifikasi pada yang sudah ada.

Menurut **Aufa Atilain (2021)** konsep inovasi adalah :

### 1. Marketing Pull / Demand Pull

Inovasi bisa saja terjadi karena ketidakpuasan dari konsumen atau dari pangsa pasar Anda akan produk yang Anda keluarkan. Sehingga untuk mengatasi masalah tersebut, maka mau tidak mau harus mengadakan pembaruan terhadap suatu produk.

Selain itu, dorongan untuk melakukan suatu ide juga disebabkan karena seseorang atau sekelompok orang yang ingin membuat suatu produk yang diinginkan pasar. Misalnya pangsa pasar di Indonesia butuh pelembab yang tidak hanya bisa melindungi kulit namun juga mencerahkan.

Karena permintaan tersebut, akhirnya perusahaan membuat suatu pelembab yang sesuai keinginan pasar. Dengan begitu, produk yang dibuat sudah memiliki pangsa pasarnya tersendiri. Jikapun untuk meraih keuntungan dari pangsa tersebut, maka tetap harus dilakukan strategi marketing yang tepat.

### 2. Technology Pull

Inovasi ini terjadi karena ketidakpuasan dari peneliti baik yang internal ataupun eksternal terhadap produk yang sudah ada. Karena hal tersebut tujuan dari dilakukan pembaruan tersebut adalah untuk mengkomersilkan produk yang belum dimengerti masyarakat.

Alasan tersebutlah yang kemudian mendorong adanya inovasi produk. Bedanya, pembaruan ini yang disebabkan karena alasan ini, tidak melihat apakah pasar sedang butuh atau tidak. bisa juga dianggap untuk mencegah ketertinggalan persaingan karena teknologi yang semakin lama semakin berkembang.

### Konsep Inovasi Produk

Inovasi produk memiliki konsep yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Konsep dasar tersebut yaitu:

#### 1. Simplify (Menyederhanakan)

Konsep ini menyederhanakan suatu proses. Misalnya yang awalnya membuat produk harus disortir terlebih dahulu kemudian untuk inovasinya, tidak perlu disortir namun bisa dimaksimalkan dalam pengolahan. Dengan cara tersebut, Anda melakukan suatu inovasi terhadap produk terhadap suatu proses.

#### 2. Combine (Menggabungkan)

Konsep ini adalah menggabungkan 2 proses atau 2 produk menjadi 1 produk. Misalnya yang awalnya Mie Ramen yang diproduksi yang bertopping seafood dan ada yang bertopping daging sapi. Kemudian dari inovasi berkonsep kombinasi tersebut, dibuat Mie Ramen dengan topping seafood dan daging sapi.

#### 3. Integrate (Mengintegrasikan atau Menyatupadukan)

Konsep ini menyatukan beberapa produk. Hampir sama dengan mengkombinasi namun lebih kompleks sehingga keunggulan yang dimiliki tidak hanya 1 namun juga bisa berlipat. Dengan begitu, nilai plus yang dimiliki produk tersebut juga akan semakin besar.

#### 4. Re-Arrange (Mengatur Ulang)

Artinya adalah mengatur ulang tentang produk tersebut. Bisa dari komposisi, bisa dari produksi atau bahkan bisa dari desainnya, agar terlihat lebih menarik di mata konsumen.

#### 5. Eliminate (Menghilangkan atau Mengeliminasi atau Menyingkirkan)

Artinya adalah menghilangkan proses atau bagian tertentu yang tidak perlu dikerjakan. Misalnya dalam desain atau tampilan dari produk tersebut ada gambar bintang. Padahal kalau tidak ada gambar tersebut, desain produk tetap bagus, sehingga gambar dihilangkan. Dengan begitu, Anda melakukan inovasi untuk desain produknya agar terlihat menarik. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam artikel Redaksi Bisnis UKM (2011) Untuk melakukan sebuah inovasi, bisa memulainya dari hal-hal yang sederhana. Misalnya saja sebagai berikut :

### 1. Produk unik dan menarik

Sebagian besar pelaku usaha pastinya berusaha untuk menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya. Strategi ini memang cukup efektif, sehingga produk yang diciptakan memiliki daya saing yang cukup kuat dan mampu bertahan di tengah padatnya persaingan pasar. Selain menciptakan produk baru, mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa. Dalam hal ini bisa meningkatkan kualitasnya, memperbaharui bentuknya, atau mempercantik kemasan produknya.

### 2. Manfaatkan teknologi modern

Strategi inovasi juga bisa dijalankan dengan memanfaatkan bantuan teknologi modern dalam setiap proses produksi maupun operasional usaha. Dengan begitu bisa lebih produktif, memiliki daya saing produk yang lebih tinggi, serta bisa lebih teliti untuk mengurangi resiko kesalahan kerja yang disebabkan oleh human error.

### 3. Meningkatkan kualitas SDM

Untuk menciptakan produk yang inovatif, tentunya dibutuhkan sumber daya manusia yang berkompentensi dan memiliki kreativitas cukup tinggi. Karenanya sebelum merencanakan sesuatu yang inovatif, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan sesuai dengan perkembangan perusahaan. Sebab, tanpa tangan-tangan kreatif, mustahil sebuah produk inovatif bisa tercipta.

#### 4. Tingkatkan Pelayanan

Disamping strategi inovasi dengan menciptakan sebuah produk, perusahaan juga bisa menawarkan pelayanan khusus bagi konsumen. Misalnya saja melayani pemesanan secara online, memberikan layanan delivery order, serta menawarkan paket one stop service untuk memberikan total solusi bagi para konsumen

##### **2.1.1.3 TIPE INOVASI : INOVASI INKREMENTAL DAN RADIKAL**

Incremental innovation dan radical innovation menurut (Gillbert,2003) dalam buku **Manajemen Inovasi Lena Ellitan dan Lina Anatan (2009:38)** Incremental innovation yaitu peluasan lini produk atau penambahan modifikasi dari produk yang telah ada. Sedangkan radical innovation adalah pengembangan lini produk baru berdasarkan ide atau teknologi baru atau reduksi biaya yang substansial yang mentransformasikan “economic of a business” dan memerlukan kompetensi eksploitasi.

Kegiatan eksploitasi berhubungan dengan kegiatan memperbaiki atau memperluas produk dan proses yang sudah ada,kegiatan ini berbeda dengan eksplorasi yang mencakup sesuatu yang pada dasarnya baru, termasuk produk,proses yang baru atau kombinasi dari keduanya. Radical innovation bersifat radikal, memiliki daya cipta dan memiliki karakteristik umum. Untuk melaksanakan inovasi ini memerlukan rancangan biaya tinggi dan resiko kegagalan produk. Tetapi jika produk berhasil, perusahaan akan memperoleh reward yang besar dan kinerja yang baik.

Inovasi inkremental adalah inovasi yang mengacu pada perluasan signifikan karakteristik produk dengan adaptasi asli dari teknologi yang tersedia. Menurut

**Ojasalo (2008)** dalam penelitian **Zaki AK (2018:9)**, indikator inovasi inkremental meliputi:

1. Meningkatkan kapabilitas fungsional teknologi yang ada
2. Cara perbaikan pada skala kecil dalam nilai tambah teknologi
3. Perbaikan pada skala kecil terhadap produk yang ada saat ini.
4. Perbaikan pada skala kecil terhadap proses bisnis yang ada saat ini

Inovasi radikal adalah inovasi dengan melakukan perubahan secara keseluruhan baik komponen maupun sistem yang ada. Inovasi secara radikal jarang ditemukan di lapangan. Menurut **Ojasalo (2008)** dalam penelitian **Zaki AK (2018:10)**, indikator inovasi radikal meliputi:

1. Menciptakan produk didasarkan pada seperangkat teknik berbeda interactional justice.
2. Menciptakan produk didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah dan sering membuka baru pasar.
3. Menciptakan produk didasarkan pada hasil produk atau jasa yang dihasilkan dari cara/metode baru sama sekali.
4. Menciptakan proses didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah dan sering membuka baru pasar.
5. Menciptakan produk didasarkan pada hasil produk atau jasa yang dihasilkan dari cara/metode baru sama sekali.
6. Menciptakan proses didasarkan pada hasil produk atau jasa yang dihasilkan dari cara/metode baru sama sekali.



#### **2.1.1.4 INDIKATOR INOVASI PRODUK**

Inovasi produk merupakan sesuatu yang penting untuk perusahaan karena dengan adanya inovasi yang baik akan meningkatkan kemampuan bersaing, dibawah ini adalah salah satu indikator menurut **Thomas W. Zimmerer dkk (2008:57)** dalam **Dede Ihya dan Rizki Zulfikar (2018:12)** indikator inovasi produk yaitu:

1. Perubahan desain

Perubahan desain adalah perubahan detail pekerjaan yang bisa terjadi akibat adanya perubahan, sehingga menyebabkan pengusaha harus dapat mengikut perkembangan zaman.

2. Inovasi teknis

Inovasi teknis merupakan keinginan pelanggan untuk selalu mencari produk yang lebih baik dan pengerjaannya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

3. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk – produk baru, serta memperbaiki atau memodifikas produk – produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen.

## **2.1.2 TEKNOLOGI INFORMASI**

### **2.1.2.1 PENGERTIAN TEKNOLOGI INFORMASI**

Menurut **Ilham M, Tanti H dan Fendy S (2019)** Definisi teknologi informasi adalah studi, desain, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, terutama dalam perangkat keras dan aplikasi perangkat lunak komputer. Teknologi informasi menggunakan komputer elektronik dan perangkat lunak komputer untuk memodifikasi, menyimpan, memproses, melindungi, mengirimkan dan memperoleh informasi secara aman. Teknologi informasi tidak hanya penting sebagai alat komunikasi.

Menurut **Rintho (2018:3)** Teknologi Informasi adalah suatu Teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan atau menyebarkan informasi.

Sedangkan menurut **Azwar Aziz (2012:35)** Teknologi informasi yaitu meliputi segala hal berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi.

Menurut **Arief Rahmana (2009:13)** Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan perangkat

komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Menurut **S Alam, M Munizu, and J Jillbert (2018)** Informasi teknologi terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk mendukung perusahaan sistem Informasi.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah teknologi yang menunjang bagi sebuah perusahaan untuk mengembangkan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman dan akan berdampak pada kemudahan untuk mengoperasikan usahanya tersebut dengan tersistem secara baik.

#### **2.1.2.2 MANFAAT TEKNOLOGI INFORMASI**

Menurut **Zotalia Aprilisa (2017)** Dengan memanfaatkan teknologi informasi di bidang bisnis akan memberikan dampak positif yang besar untuk jalanya bisnis yang kita bangun. Berikut beberapa manfaat penting teknologi informasi dalam bidang bisnis:

- 1). Munculnya peluang bisnis baru (E-business), dengan semakin majunya teknologi dan informasi akan mendorong beberapa orang untuk menciptakan beberapa peluang yang sangat menguntungkan dan sebagai modal bisnis yang sangat menguntungkan. Contohnya pemanfaatan kemajuan teknologi dan komunikasi adalah google. Di mana

search engine google banyak digunakan untuk mencari sesuatu di internet dan perusahaan google akan mendapatkan banyak keuntungan.

2). Mengurangi biaya produksi dan operasional, kemajuan teknologi dan informasi dapat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya produksi sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang besar dengan mengeluarkan pengeluaran yang sedikit. dan mengurangi operasional sehingga perusahaan dapat menambah jumlah produksi di setiap barang produksinya.

3). Mempermudah proses komunikasi dan monitoring setiap karyawan, mempermudah proses komunikasi dan monitoring setiap karyawan yang bekerja, sehingga karyawan tidak perlu repot-repot datang ke ruang rapat dan berkumpul bersama, dan bisa melakukan teleconference untuk saling berkomunikasi mengenai beberapa ide. Hal tersebut membuat rapat menjadi lebih praktis dan juga dapat mengawasi kinerja para karyawan.

4). Akses informasi dan penyebaran informasi, mempublikasikan berita melalui internet dapat tersebar luas dengan cepat dibandingkan dengan menggunakan fax atau pos. Kita dapat menyebar luaskan informasi ke seluruh dunia dan dapat berinteraksi langsung melalui komputer.

5). Komunikasi yang cepat, fasilitas yang ada di internet banyak membuktikan kecepatannya berkomunikasi dengan orang yang dituju, seperti E-mail yang telah

banyak digunakan untuk mengirim dan menerima dokumen. Chat atau video conferencing juga mempercepat komunikasi.

Jadi peran perkembangan teknologi informasi pada saat ini tidak bisa dipisahkan dari dunia bisnis, karena perkembangan teknologi informasi dapat memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Namun selain memberikan manfaat dalam bidang bisnis

### **2.1.2.3 INDIKATOR TEKNOLOGI INFORMASI**

Menurut **Sarosa dan Zowghi (2003)** dalam penelitian **Dede Ihya dan Rizki Zulfikar (2018:18)**, istilah teknologi informasi adalah semua teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyebarkan informasi. Adapun Indikator atau alat ukur dari Teknologi Informasi dapat diukur dengan 4 indikator sebagai berikut :

#### **1. Intensitas Teknologi Informasi**

Seberapa mampu perusahaan mampu menggunakan teknologi yang bisa mendukung proses produksi agar yang dihasilkan tersebut lebih variatif.

#### **2. Investasi pada teknologi**

Dengan semakin majunya perkembangan zaman sebuah perusahaan haruslah mampu lebih berani dalam membeli atau mengadakan alat produksi yang lebih canggih ataupun modern untuk menunjang kegiatan produksi di sebuah perusahaan.

### 3. Kemudahan bertukar Informasi

Trend manusia pada saat ini lebih mudah dalam berinteraksi dan bertukar informasi umumnya melalui media sosial yang melekat sebagai gaya hidup di masyarakat. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha diharapkan seorang pengusaha haruslah mampu mengembangkan hal tersebut untuk mempermudah seorang konsumen dalam berinteraksi.

### 4. Kemudahan akses bekerjasama

Dalam hal ini penggunaan teknologi informasi mampu dijadikan sebagai sebuah teknik promosi yang lebih mudah dan lebih cepat dalam proses memperkenalkan suatu produk ke pasar yang akan dituju.

## **2.1.3 DAYA SAING**

### **2.1.3.1 PENGERTIAN DAYA SAING**

Menurut **Ebru Dogan (2016:63)** Menjelaskan Daya saing adalah untuk memperoleh pertumbuhan jangka panjang, menciptakan lapangan kerja dan menentukan bagaimana perusahaan akan mengelola kemampuan mereka untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan.

Menurut **Porter (2000)** dalam penelitian **Dede Ihya I dan Rizki Zulfikar (2018:4)** mendefinisikan daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui

pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi.

Menurut **Tumar Sumihardjo (2008:8)** dalam penelitian **Nur Hayati (2015:157)** memberikan penjelasan tentang istilah daya saing ini, yaitu: “Kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu.”

Menurut **Daryanto (2010)** dalam penelitian **Agus Pitoyo dan E.Ssuhartono (2018:113)** Pengertian daya saing pada sebuah perusahaan merupakan kemampuan mempertahankan posisi pasar dalam memenuhi suplai produk dengan tepat waktu dan harga kompetitif secara fleksibel untuk merespon perubahan dari permintaan secara cepat dan melalui diferensiasi produk sukses dengan meningkatkan kapasitas inovasi dan pemasaran yang efektif.

Sedangkan menurut **Arief Rahmana (2009:13)**. Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Kemampuan ini sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Secara berjenjang, suplai tepat waktu dan harga yang kompetitif dipengaruhi oleh dua faktor penting lainnya, yaitu fleksibilitas (kemampuan untuk melakukan adaptasi terhadap keinginan konsumen) dan manajemen diferensiasi produk.

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan.

#### **2.1.3.2 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING**

Menurut **Rulyanti Susi Wardhani & Yulia Agustina (2015:67-68)** faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah (1) Faktor Modal Kerja (2) Faktor Kemasan Produk (3) Faktor Network (4) Faktor Pengembangan Usaha (5) Faktor Sumber Daya Manusia.

Selanjutnya pendapat lainya, dikemukakan oleh **Agus Rahayu (2008:65)** yang menyebutkan ada beberapa aspek yang dapat menjadi daya tarik suatu organisasi hingga organisasi tersebut akan memiliki daya saing, antara lain: “(1) aspek pertumbuhan pasar, yang mencakup: ukuran pasar, tingkat pertumbuhan dan potensi pasar; (2) aspek intensitas persaingan, mencakup: jumlah organisasi, kemudahan untuk masuk dan produk substitusi; serta (3) aspek akses pasar.”



### **2.1.3.3 INDIKATOR DAYA SAING**

Menurut **Porter (2008:419)** dalam penelitian **Fatria TN (2015:25)** daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus akan mampu meningkatkan kinerja.

- 1) Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.
- 2) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
- 3) Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

### **2.1.4 HASIL PENELITIAN TERDAHULU**

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini.

**TABEL 2.1****Tabel Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Kesimpulan</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Ilham M, Tanti Handrian a, Fendy Suhariadi (2008,ISS N : 1522 -0222)	Pengaruh Inovasi Teknologi Informasi, Produk, Pekerjaan, Dan Pelayanan Terhadap Pengembangan Kinerja AkademikDan Pelayanan Terhadap Pengembangan Kinerja Akademik Laboratorium Bisnis Di IndonesiaLabo ratorium Bisnis Di Indonesia	Penerapan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Academic Business Integration Laboratory. Inovasi Produk berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Bisnis Laboratorium Academic Integration	Variable X Teknologi Informasi dan inovasi produk	Variabel Y terhadap peningkata n kinerja bisnis
2	Ebru Dogan	Pengaruh inovasi terhadap daya saing.	Inovasi yang menjadi dasar pembangunan dan dinamisme	Variabel Y Daya saing	Variabel X Inovasi

			di semua perekonomian juga merupakan penentu daya saing didefinisikan sebagai jumlah institusi		
3	Dede Ihya I dan Rizki Zulfikar	Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Pada Sentra Topi Margaasih Bandung	Secara Simultan dan parsial menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing	Variabel X1 X2 dan Y	Subjek Sentra Topi
4	Arief Rahmana (ISSN : 1907-5022)	PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING	UKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi	Variable X Teknologi Informasi Variabel Y Daya Saing	Subjeknya UKM

		USAHA KECIL MENENGAH	ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI		
5	Shinta Avriyanti (ISSN 2550-1034)	PENGARUH INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA	Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan usaha di tengah Pandemi Covid-19 pada UMKM bidang kuliner di	Variable X Inovasi Produk dan Teknologi informasi	Variabel Y Perkembangan

			<p>Kabupaten Tabalong. Tidak terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap perkembangan usaha di tengah Pandemi Covid-19 pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong</p>		
6	<p>Ismail Bakan dan Zumrut Hatice Sekkeli (2017- ISSN:2148-6689)</p>	<p>TYPES OF INFORMATI ON TECHNOLOG Y CAPABILITY AND THEIR IMPACTS ON COMPETITIV ENESS</p>	<p>kemampuan TI perusahaan dan sub dimensinya memiliki efek positif pada daya saing. semua proses manajemen sebagai manajemen teknologi.</p>	<p>Variabel X Teknologi Informasi Variabel Y Daya Saing</p>	-

7	S Alam, M Munizu, and J Jillbert (2018- ISSN 1755- 1315)	Effect of use of information technology on innovation capability, competitiveness, and firm performance: Case of manufacturing industry in South Sulawesi	This study found that the variable of use of information technology has a positive effect on innovation capability. Use of information technology also has a positive effect on competitiveness and firm performance. Then, the variable of innovation capability has a positive impact on competitiveness.	Variabel X Teknologi informasi	Variabel Y kinerja perusahaan
8	Mediany, Kriseka Putri,	Pengaruh Penggunaan Teknologi	Daya Saing yang dimiliki para pelaku	Variabel X Teknologi Informasi	-

<p>Astri Ghina, &amp; Febi Sandital (2017. SSN : 2355-9357)</p>	<p>Informasi Terhadap Daya Saing UMKM Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung</p>	<p>umkm ini belum optimal, sehingga perlu adanya gebrakan dalam menciptakan nilai produk untuk konsumen supaya produk yang dihasilkan dapat menarik hati konsumen dan membelinya secara berkesinambungan salah satunya dengan cara menerapkan teknologi informasi.</p>	<p>Variabel Y Daya Saing</p>	
-----------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	--

## **2.2 KERANGKA PEMIKIRAN**

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Restoran Mie Ramen merupakan tempat usaha di bidang kuliner makanan, Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, pemilik perusahaan harus bisa menciptakan inovasi produk karena ini adalah penentu bagi kelangsungan hidup perusahaan tersebut, terlebih masih banyak perusahaan yang menggeluti usaha di bidang yang sama. teknologi informasi juga merupakan faktor penting untuk meningkatkan daya saing karena akan berpuluang lebih unggul dari perusahaan lain.

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan memenangkan daya saing.



Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing dari usaha makanan ialah dengan melakukan inovasi produk, artinya dengan adanya inovasi produk, variasi makanan yang tersedia semakin banyak dan menarik pelanggan dengan berbagai macam jenis pilihan. Jika tidak ada inovasi produk yang dilakukan, maka konsekuensinya usaha tersebut akan sulit berkembang dan bertahan dari para pesaingnya.

Selain inovasi produk, teknologi informasi juga menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing. Pelaku usaha harus memahami dan memanfaatkan teknologi informasi, untuk mempertahankan pelanggan serta mendapatkan pelanggan baru.

Menggunakan inovasi produk baru untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

### **2.2.1 HUBUNGAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING**

**Khalil dan Olafsen (2010)** menyatakan untuk mencapai dan mempertahankan daya saing, perusahaan harus terus berinovasi untuk membuat produk baru (baik barang maupun jasa) agar hubungan dengan pelanggan saat ini tetap terjalani dengan baik.

### **2.2.2 HUBUNGAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP DAYA SAING**

Menurut **Ismail dan Zumrut (2017:212)** teknologi informasi memainkan peranan besar. Dengan pengenalan komputer, dunia bisnis berubah. Teknologi telah menjadi bagian utama kehidupan sehari-hari. Menggunakan bisnis teknologi informasi memiliki kemampuan untuk melihat perubahan dan menanggapi jauh lebih cepat daripada yang biasanya mereka lakukan untuk memperoleh daya saing. Dengan peningkatan teknologi informasi akan menjadi lebih mudah, lebih murah, dan lebih cepat. Ini menjadi faktor yang sangat penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing.

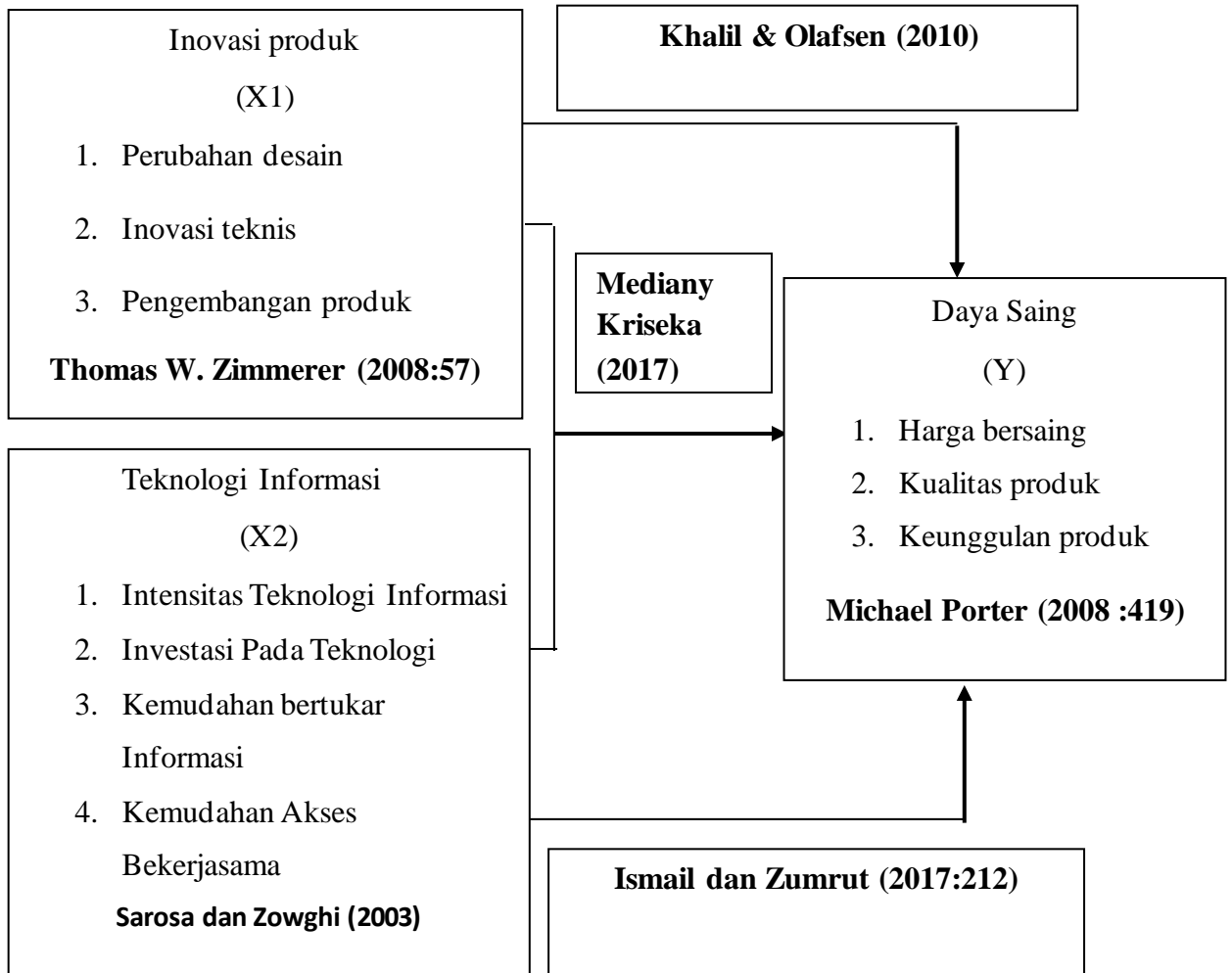
### **2.2.3 HUBUNGAN INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP DAYA SAING**

Inovasi produk dan teknologi informasi menjadi semakin meningkat kompleksitas, biaya, dan risikonya sebagai timbal balik dari perubahan proses bisnis, tekanan persaingan yang tinggi, dan perubahan drastis dan cepat dari teknologi itu sendiri. Teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub system dari organisasi. Dengan demikian, teknologi memiliki implikasi kritis terhadap daya saing dan keuntungan jangka panjang. Untuk tetap bertahan dan unggul dalam persaingan pasar, perusahaan perlu memberikan perhatian dan mampu memperoleh keunggulan daya saing dari peluang teknologi informasi untuk mendukung strategi bisnis serta meningkatkan operasi dan layanannya. Dalam hal

ini, keberhasilan organisasi atau perusahaan sebagian ditentukan oleh daya tanggap dan adaptasi terhadap inovasi produk dan teknologi informasi.

Menurut **Medianny Kriseka (2017)** dalam Penelitian **Dede Ihya dan Rizki Zulfikar (2018:4)** Pengaruh antara teknologi informasi dan inovasi terhadap daya saing secara simultan bisa dikategorikan baik dan memiliki pengaruh yang signifikan, pada kondisi ini menjadi peluang bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya dan memperoleh pangsa pasar sebesar-besarnya.

Sehingga penulis merangkum berbagai pendapat serta teori menyangkut inovasi produk, teknologi informasi dan daya saing dalam suatu bagan paradigma penelitian, sebagai berikut :



**Gamvar 2.1**

**Paradigma Penelitian**

## **2.3 HIPOTESIS**

Menurut Sugiyono (2008:93) hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara terhadap rumusan penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum diketahui jawaban yang empirik.

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti adalah :

H1 : Diduga Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap Daya saing usaha pada Restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung

H2 : Diduga Teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap Daya saing usaha pada Restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung

H3 : Diduga Inovasi produk dan Teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap Daya saing usaha pada Restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung