BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

Profil Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci adalah sebagai berikut:

Nama : Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

Alamat : Jl. Suci Kota Bandung

Tahun Berdiri : 1985

Kawasan industri atau UKM Kaos Suci mulai ada sejak tahun 1978 dan mulai menggeliat sekitar tahun 1982. Kawasan ini masih berkembang sampai dengan saat ini dan dengan tetap mengacu pada persaingan yang kompetitif dan dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Setiap unit Industri yang ada di Kawasan Kaos Suci ini didukung oleh berbagai jenis industri pendukung seperti jasa desain, jasa sablon, jasa bordir, dan jasa jahit yang masing-masing berdiri sendiri.

Kawasan Kaos Suci ini berada di sepanjang Jl PHH Mustafa hingga sampai ke Jl Surapati yang berjarak sekitar 3 (tiga) km. Kios atau outlet yang ada di kawasan Kaos Suci yang ada di sepanjang jalan tersebut berjumlah sekitar 400 outlet dengan jumlah pengusaha kaos dan sablon sekitar 500 pengusaha. Besarnya jumah UKM di kawasan Kaos Suci ini mampu meyerap tenaga kerja langsung sekitar 2000 orang. Omset dari Kaos Suci ini dapat menyerap sekitar 5-10 Milyar Rupiah per bulannya

Skema Produksi Kaos yang banyak diterapkan di Kawasan Kaos Suci ini bersifat Job Order. Jenis-jenis usaha yang sekarang ada di Kawasan Kaos Suci diantaranya adalah jasa sablon, jasa desain, topi, jaket, spanduk, dan bahkan sampai merambah ke pembuatan billboard, neon box dan juga marchendise. Bahan baku untuk pembuatan produk di KawasanSuc I banyak diperoleh dari Kawasan Cigondewah, Pasar Baru, Binong Jati dan juga dari daerah Tamim.

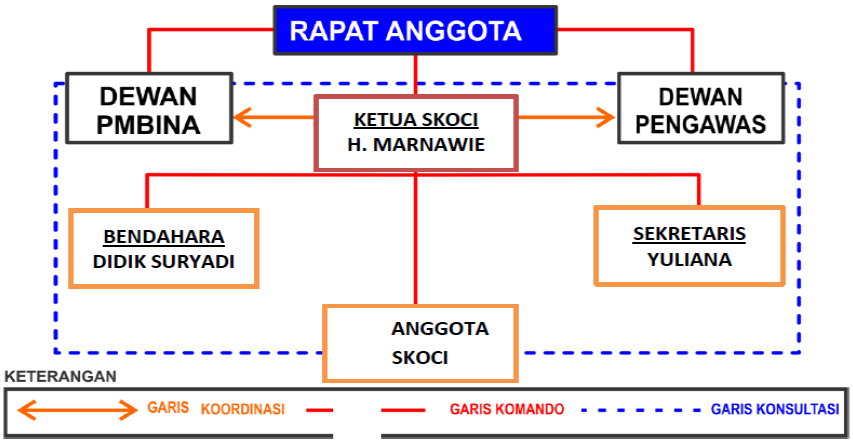
Keberadaan Kawasan Kaos Suci ini tak terlepas juga dengan adanya wadah komunitas Sentra Kaos Suci (Skoci) Bandung dan KopSenKaos (Koperasi Sentra Kaos Suci). Saat ini KopSenKaos diketuai oleh H.Marnawie Munamah. Tujuan dari adanya Skoci ini adalah Memajukan dan Mensejahterakan Perajin Industri Kaos pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur. Adapun visi dari Skoci adalah Menjadikan Kawasan Sentra Kaos Suci Bandung yang Maju, Mandiri dan Berguna bagi Pengrajin Industri Kaos. Misi-misi yang dijalankan Skoci diantaranya: 1. Selalu berperan aktif dalam Peningkatan Pendapatan Industri Kaos. 2. Sebagai Usaha yang Mandiri dalam menghadapi persaingan Global. 3. Sebagai Wadah Klaster Pokja Suci Bandung yang bersahabat demi kekeluargaan. 4. Menjadikan Klaster Pokja Suci Bandung yang bersatu padu dalam berbagai permasalahan yang dihadapi.

Aktivitas yang dilakukan komunitas ini sangat banyak dan bervariasi, diantaranya adalah Workshop, Business Meeting, Berbagai perlombaan antar UKM, Pameran dan Festival, dan berbagai kegiatan lainnya yang bermanfaat untuk

pengembangan indsutri kaos Suci seperti Workshop Skema Pembiayaan Alternatif Industri Kaos, Lomba Produksi Kaos Suci, dan sebagainya.

Skoci juga memfasilitasi UKM dengan berbagai stakeholder yang ada untuk memajukan UKM Kaos Suci. Terkait dengan hal tersebut Komunitas Kaos Suci dapat mengikuti berbagai pelatihan, kunjungan kerja, promosi dagang, pameran , dan sebagainya, baik yang dilaksanakan oleh pemerintah, BUMN, BUMD, LSM Swasta dan asing.

4.1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ukm Suci
Sumber : Sekretariat Asosiasi Sentra Kaos Suci, 2015

4.1.1.3 Uraian Tugas (*Job Description)*

Pembagian tugas wewenang dan tanggung jawab dari jabatan-jabatan yang terdapat di Sentra Kaos Suci adalah :

1. Ketua

   Tugas dan tanggung jawab ketua adalah :

   a. Membuat konsep dan menandatangani proposal, mengurus perizinan.

b. Mengkordinir jalannya suatu pekerjaan semua seksi
c. Memantau kegiatan yang dilaksanakan oleh masing-masing-masing pelaku usaha
d. Membuat konsep, mengambil keputusan dan mempertanggung jawabkan tugas-tugas secara umum yang dilaksanakan semua pelaku usaha
e. Menetapkan kebijakan pada Sentra Industri.

2. Sekertaris

Memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab :

a. Mengerjakan secara administratif tentang hal-hal yang harus dicatat atau diolah secara administratif.
b. Melakukan pencatatan segala keputusan atau kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh ketua hasil musyawarah
c. Mengurusi surat-surat, baik formil maupun nonformil yang dibutuhkan.
d. Membantu Ketua dalam mengendalikan kegiatannya.
e. Bersama Bendahara mengusahakan dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan.
f. Menyusun rumusan dan rancangan keputusan.

3. Bendahara

a. Menampung, menyimpan, membukukan uang yang ada
b. Mengeluarkan uang yang dibutuhkan dalam pembiayaan yang telah disetujui oleh ketua.
c. Bertanggung jawab terhadap keuangan yang ada.

d. Membuat laporan keuangan baik uang masuk maupun keluar

e. Memegang seluruh bukti pengeluaran.

4.1.2 Karakteristik Usaha di Sentra Industri Kaos Suci

Pada Penelitian ini, akan dibahas mengenai macam-macam karakteristik usaha yang terdapat di Sentra Industri Kaos Suci. Dalam penelitian ini responden yang diminta sebagai narasumber adalah para pemilik atau pengelola konveksi yang berada di Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci berdasarkan pada skala usaha, kegiatan kemitraan, aset dan tahun berdirinya.

Berikut ini adalah gambaran mengenai karakteristik usaha yang berada di Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci Kota Bandung:

Tabel 4.1
Karakteristik Usaha Berdasarkan Skala Usaha

No	Skala Usaha	Frekuensi	Persentase
1	**Mikro**	**58**	**81,7 %**
2	Kecil	13	18,3 %
Total		**71**	100 %

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketehui bahwa kebanyakan usaha konveksi kaos dan sablon di Sentra Kaos Suci berskala usaha mikro yakni sebanyak 71 usaha atau 81,7%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah usaha konveksi yang berskala mikro. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Tabel 4.2
Karakteristik Usaha Berdasarkan Kegiatan Usaha

No	Kegiatan Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Aliansi	15	21,13%
2	**Non Aliansi**	**56**	**78,87%**
Total		**71**	100%

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2016

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas kegiatan usaha pada sentra kaos suci tidak melakukan kegiatan aliansi strategis secara berkesinambungan yakni sebanyak 56 usaha atau 78,87%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak melakukan aliansi strategis secara berkesinambungan. Menurut Anand (2000), dan Baum (2000) menyatakan bahwa perusahaan atau usaha yang melakukan aliansi strategis dapat mempengaruhi kinerja usahanya.

Tabel 4.3
Karakteristik Usaha Berdasarkan Aset

No	Aset Usaha	Frekuensi	Persentase
1	**< Rp.50 Juta**	**58**	**81,7%**
2	Rp.50 Juta – Rp.500 Juta	10	14,1%
3	>Rp.500 Juta	3	4,2%
Total		**71**	100%

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa usaha yang memiliki aset usaha (tidak termasuk tanah dan bangunan) Rp. 0 – Rp.50 Juta yakni sebanyak 58 usaha (81,7%).artinya memiliki skala usaha mikro. Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah

menyatakan bahwa salah satu ciri usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Tabel 4.4
Karakteristik Usaha Berdasarkan Tahun Berdiri

No	Lama Mendirikan Usaha	Frekuensi	Persentase
1	< 5 Tahun	37	52,1%
2	**6 – 10 Tahun**	**28**	**39,4%**
3	>10 Tahun	6	8,5%
Total		71	100%

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Tabel diatas menjelaskan lama responden mendirikan bisisnya, yaitu kebanyakan bisnis tersebut berdiri 6 – 10 tahun 28 responden (39,4%). Menurut Putu Ardiana (2013:453) menyebutkan bahwa perusahaan yang telah lama berdiri memiliki reputasi yang lebih baik daripada perusahaan yang baru saja berdiri. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang telah lama berdiri dianggap lebih berpengalaman dalam menghadapi segala kondisi yang berhubungan dengan perkembangan usaha, namun pada nyatanya di Sentra Kaos Suci malah banyak berdatangan pelaku usaha baru yang berdiri, dikarenakan pemerintah memberikan dukungan penuh bagi para pelaku bisnis UMKM sehingga warga di sekitar Sentra termotivasi untuk mendirikan konveksi/ usaha.

4.2 Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sumber informasi pada penelitian ini adalah para pemilik *(owner)* ataupun pengelola dari usaha-usaha yang terdapat di Sentra

Industri Kaos dan Sablon Suci Kota Bandung. Berikut ini adalah gambaran mengenai responden yang dideskripsikan dengan menggunakan tabel frekuensi:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	**Laki-Laki**	**68**	**95,8%**
2	Perempuan	3	4,2%
Total		71	100%

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Tabel diatas menjelaskan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, dijelaskan bahwa kebanyakan responden adalah berjenis kelamin laki-laki, yaitu berjumlah 68 orang (95,8%). Banyaknya responden yang berjenis kelamin pria salah satunya dikarenakan karena pria mempunyai tanggung jawab lebih dalam mengorganisir sebuah perusahaan, selain itu juga pria dianggap lebih mampu untuk membawa perusahaan lebih maju dibanding wanita. Sebagaimana Menurut Millet (dalam Hasan, 2002: 16), Pria umumnya bersifat lebih tegas atau berani dan cepat mengambil keputusan dan wanita pada umumnya relatif lebih lambat dan sering ragu-ragu.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1	< 25 tahun	-	0%
2	25 - 35 tahun	6	8,5%
3	**36 – 45 tahun**	**51**	**71,8%**
4	> 45 tahun	14	19,7%
Total		71	100%

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Tabel diatas menjelaskan jumlah responden berdasarkan umur, dijelaskan bahwa kebanyakan responden adalah berusia sedang berumur 36 – 45 tahun, yaitu

sebanyak 51 (71,8%) responden. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Dyne dan Graham (2008:137) menyatakan bahwa, pengusaha atau pemilik suatu organisasi yang memiliki usia lebih tua cenderung lebih mempunyai rasa keterikatan atau komitmen padaorganisasi dibandingkan dengan yang berusia muda sehingga meningkatkanloyalitas mereka pada organisasi. Hal ini bukan saja disebabkan karena lebih lama tinggal di organisasi, tetapi dengan usia tuanya tersebut, makin sedikit kesempatan pengusaha atau pemilik untuk menemukan organisasi

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	18	25,4%
2	**SMP/SMA**	**41**	**57,7%**
3	D3/Sarjana	12	16,9%
Total		71	100%

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Tabel diatas menjelaskan jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan, dijelaskan bahwa kebanyakan responden adalah memiliki tingkat pendidikan menengah, yaitu sebanyak 41 responden (57,7%).

Dengan rentang pendidikan diatas SMA atau perguruan tinggi, pemilik usaha dianggap telah memiliki pengetahuan yang lebih mengenai organisasi, dan dianggap lebih bisa untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya, sebagaimana yang dikemukakan Hasibuan (2005 : 81) bahwa pendidikan adalah suatu indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Jadi semakin tinggi pendidikan yang didapat pemilik usaha, maka

mereka akan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan mengembangkan usaha.

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap tanggapan responden berdasarkan persentase skor tanggapan responden. Berikut ini adalah gambaran dari variabel penelitian untuk responden dan hasil tanggapannya:

4.3.1 Gambaran Mengenai Variabel Teknologi Informasi (X_1)

Pengukuran variabel teknologi informasi yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan dimensi perangkat keras, perangkat lunak, pengguna, penyimpanan data, dan telekomunikasi dan prosedur. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuisioner yang telah disebarkan pada 71 responden, maka dapat dilihat tanggapan mengenai variabel teknologi informasi pada Sentra Industri Kaos Suci adalah sebagai berikut:

4.3.1.1 Perangkat Keras

Perangkat keras adalah dimensi pengukur sejauh mana tingkat Pembaharuan hardware yang digunakan dan kestabilan dan keberagaman hardware yang digunakan. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap dimensi penggunaan perangkat keras di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Perangkat Keras

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
1.	Pembaharuan hardware yang digunakan	Sangat Baik	5	7	9,8	35	**355**
		Baik	4	11	15,5	44	
		Cukup Baik	3	17	23,9	51	
		Kurang Baik	**2**	**19**	**26,8**	38	
		Tidak Baik	1	17	23,9	17	
2.	Kestabilan dan keberagaman hardware yang digunakan	Sangat Baik	5	3	4,2	15	**355**
		Baik	4	10	14,1	40	
		Cukup Baik	3	20	28,2	60	
		Kurang Baik	**2**	**30**	**42,3**	60	
		Tidak Baik	1	8	11,3	8	
Jumlah				**142**		**368**	**710**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "Pembaharuan hardware yang digunakan" dapat diketahui bahwa 26,8% menjawab kurang baik. tingkat pembaharuan hardware yang digunakan pada sentra memiliki kategori kurang baik, hal demikian disebabkan oleh pemahaman para pelaku usaha tentang perangkat keras terbarukan masih sangat minim para pelaku usaa di sentra kaos Suci masih belum mengetahui perangkat keras seperti apa yang harus digunakan pada bisnis mereka selain itu keterbatasan anggaran untuk membeli hardware yang lebih baik.

Sedangkan pada item Pernyataan "kestabilan dan keberagaman hardware yang digunakan", dapat diketahui bahwa 42,3% menjawab kurang baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori buruk karena kurangnya pengetahuan mengenai hardware komputer.

Dapat diketahui skor total = 368/710 = 51,8% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator perangkat keras memiliki kategori kurang baik, sehingga perlu dilakukan pembekalan mengenai perangkat keras pada para pelaku usaha di Sentra Industri Kaos Suci. Menurut Sutarman (2009: 13) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer.

4.3.1.2 Perangkat Lunak

Perangkat lunak adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat kecepatan dalam memproses suatu data dan kemudahan penggunaan software. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator perangkat lunak yang digunakan di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Perangkat Lunak

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
3.	Kecepatan dalam memproses suatu data	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	10	14,1	40	
		Cukup Baik	3	29	40,8	87	
		Kurang Baik	**2**	**31**	**43,7**	62	
		Tidak Baik	1	1	1,4	1	
4.	Kemudahan penggunaan software	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	10	14,1	40	
		Cukup Baik	**3**	**33**	**46,5**	99	
		Kurang Baik	2	23	32,4	46	
		Tidak Baik	1	5	7	5	
Jumlah				**142**		**380**	710

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Kecepatan dalam memproses suatu data” dapat diketahui 43,7% menjawab kurang baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori kurang baik, hal demikian karena kurangnya pengetahuan pengelola/ user dalam mengioperasikan komputer.

Sedangkan pada item Pernyataan “Kemudahan penggunaan software”, dapat diketahui 46,5% menjawab cukup baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori cukup baik, maka daripada itu perlu diadakannya peningkatan pengetahuan dan sosialisasi terhadap penggunaan software yang dibutuhkan.

Dapat diketahui skor total = 380/710 = 53,5% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator perangkat lunak memiliki kategori cukup baik, sehingga perlu dilakukan pembekalan mengenai pengoprasian dalam penggunaan perangkat lunak yang dibutuhkan untuk kelangsungan usaha di Sentra Industri Kaos Suci. Menurut Sutarman (2009: 13) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer.

4.3.1.3 Pengguna

Pengguna (*user*) adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat Profesionalitas pengguna. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator pengguna IT di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pengguna IT

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
5.	Profesionalitas pengguna	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	16	22,5	64	
		Cukup Baik	**3**	**22**	**31**	66	
		Kurang Baik	2	21	29,6	42	
		Tidak Baik	1	12	16,9	12	
Jumlah				71		184	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "profesionalitas pengguna IT" dapat diketahui bahwa 31% menjawab cukup baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori cukup baik, maka daripada itu perlu melakukan pelatihan yang lebih efektif agar pengguna IT memiliki profesionalitas yang baik.

Dapat diketahui skor total = 184/355 = 51,8% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator pengguna IT memiliki kategori kurang baik, sehingga perlu dilakukan pembekalan mengenai pengoprasian dalam penggunaan perangkat komputer untuk kelangsungan usaha di Sentra Industri Kaos Suci. Menurut Azmi, Yan (2009: 2) informasi adalah data yang diproses kedalam bentuk yang lebih berarti bagi penerima dan berguna dalam pengambilan keputusan, sekarang atau untuk masa yang akan datang.

4.3.1.4 Penyimpanan Data

Penyimpanan data adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat Besarnya kapasitas penyimpanan data dan keamanan penyimpanan data. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator penyimpanan data pada PC yang digunakan di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Penyimpanan Data

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
6.	Besarnya kapasitas penyimpanan data	Sangat Baik	5	2	2,8	10	**355**
		Baik	4	16	22,5	64	
		Cukup Baik	3	19	26,8	57	
		Kurang Baik	**2**	**22**	**31**	44	
		Tidak Baik	1	12	16,9	12	
7.	Keamanan penyimpanan data	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	9	12,7	36	
		Cukup Baik	3	22	31	66	
		Kurang Baik	**2**	**24**	**33,8**	48	
		Tidak Baik	1	16	22,5	16	
Jumlah				**142**		**353**	710

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "Besarnya kapasitas penyimpanan data" dapat diketahui bahwa, 31% menjawab kurang baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori kurang baik, hal demikian karena kurangnya perangkat keras/ memori untuk menampung data.

Sedangkan pada item Pernyataan "Keamanan penyimpanan data", dapat diketahui bahwa 33,8% menjawab kurang baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori buruk, hal demikian karena tingkat pengetahuan pengguna IT terhadap anti virus dan sistem proteksi data yang terbatas.

Dapat diketahui skor total = 353/710 = 49,7% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator penyimpanan data memiliki kategori kurang baik, sehingga perlu dilakukan peningkatan-peningkatan terutama pengetahuan pengguna mengenai sistem proteksi data. Menurut Williams dan saywer yang dikutip oleh Seesar (2010: 6), bahwa teknologi informasi merupakan sebuah bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu

menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan atau menyampaikan informasi.

4.3.1.5 Telekomunikasi dan Prosedur

Telekomunikasi dan parosedur adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat langkah-langkah penggunaan sistem. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator telekomunikasi dan prosedur di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Telekomunikasi dan Prosedur

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
8.	Langkah-langkah penggunaan sistem.	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	5	7	20	
		Cukup Baik	3	28	39,4	84	
		Kurang Baik	**2**	**37**	**52,1**	74	
		Tidak Baik	1	1	1,4	1	
Jumlah				**71**		**179**	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Langkah-langkah penggunaan sistem” dapat diketahui bahwa 52,1% menjawab kurang baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori buruk, maka daripada itu perlu melakukan pelatihan yang lebih efektif agar pengguna IT memiliki profesionalitas dan penggunaan sistem yang baik.

Dapat diketahui skor total = 179/355 = 50,4% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator telekomunikasi dan prosedur memiliki kategori kurang baik, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas pengguna IT

dan melakukan pembekalan mengenai pengoprasian dalam penggunaan sistem. Menurut Rahmana (2009) Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar.

4.3.1.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Variabel Teknologi Informasi (X_1)

Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai teknologi informasi di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Teknologi Informasi

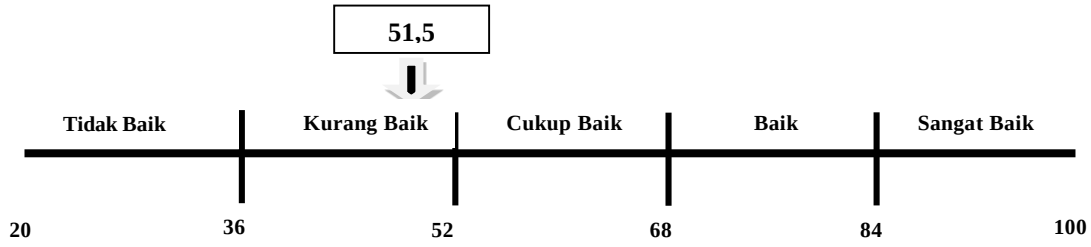
No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Perangkat Keras	368	710	51,8	Kurang Baik
2.	**Perangkat lunak**	**380**	**710**	**53,5**	**Cukup baik**
3.	Pengguna IT	184	355	51,8	Kurang Baik
4	**Penyimpanan Data**	**353**	**710**	**49,7**	**Kurang Baik**
5	Telekomunikasi dan Prosedur	179	355	50,4	Kurang Baik
Jumlah		**1464**	**2840**	**Kurang Baik**	
Skor Total		$\frac{1464}{2840} x\ 100\% = \mathbf{51,5\%}$			

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase total skor pada variabel teknologi informasi didapatkan hasil sebesar **51,5%**, hasil skor tersebut

berada pada kategori Kurang Baik, sementara indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah teknologi informasi berdasarkan indikator perangkat lunak dengan persentase sebesar 53,5% berada pada kategori cukup baik, hal demikian karena untuk mendapatkan perangkat lunak ini mudah tinggal mengunduh perangkat lunak yang dibutuhkan di internet akan tetapi masih kurangnya pengetahuan pengelola/ user dalam mengioperasikan komputer terutama mengaplikasikan perangkat lunak yang kompatibel dengan bisnis mereka, maka daripada itu perlu diadakannya peningkatan pengetahuan dan sosialisasi terhadap penggunaan software yang dibutuhkan. Sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah indikator penyimpanan data sebesar 49,7% berada pada kategori kurang baik hal demikian karena kurangnya ketersediaan perangkat keras/ memori untuk menampung data dan tingkat pengetahuan dalam penggunaan IT terhadap anti virus dan sistem proteksi data yang terbatas.

Untuk mengkatagorikan bagaimana gambaran mengenai variabel teknologi informasi pada sentra industri kaos suci Kota Bandung, maka penulis membuat pengkatagorian dalam bentuk garis kontinum sebagai berikut:



Berdasarkan garis kontinum pada gambar diatas, rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel teknologi informasi di Sentra Industri Kaos Suci

Kota Bandung (X_1) diperoleh nilai sebesar **51,5** yang dalam pengklasifikasian interval skor tersebut termasuk dalam katagori Kurang Baik. Dikareknakan masih kurangnya pengetahuan para pemilik usaha di sentra kaos suci mengenai penggunaan teknologi informasi untuk menunjang kinerja usaha mereka, karena para pelaku usaha di sentra kaos suci masih berpendapat bahwa penggunaan teknologi informasi masih bersifat optional atau pilihan , mereka beranggapan bahwa pada saat ini penggunaan teknologi informasi masih belum sangat dibutuhkan, Padahal Menurut Sutarman (2009: 17) fungsi dari teknologi informasi adalah untuk memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektivitas dan efesiensi dalam melakukan pekerjaan.

4.3.2 Gambaran Mengenai Variabel E-Commerce (X_2)

Pengukuran variabel E-Commerce yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan indikator seleksi dan nilai, kinerja dan layanan, periklanan secara intensif, perhatian personal, hubungan Komunitas, keamanan dan kehandalan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuisioner yang telah disebarkan pada 71 responden, maka dapat dilihat tanggapan mengenai variabel
e-commerce pada Sentra Industri Kaos Suci adalah sebagai berikut:

4.3.2.1 Seleksi dan Nilai

Seleksi dan nilai adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat pilihan produk yang menarik jaminan kepuasan. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator seleksi dan nilai di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Seleksi dan Nilai

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
9.	Pilihan produk yang menarik	Sangat Baik	5	2	2,8	10	**355**
		Baik	4	9	12,7	36	
		Cukup Baik	**3**	**25**	**35,2**	75	
		Kurang Baik	2	19	26,8	38	
		Tidak Baik	1	16	22,5	16	
10.	Jaminan kepuasan	Sangat Baik	5	3	4,2	15	**355**
		Baik	4	13	18,3	52	
		Cukup Baik	3	17	23,9	51	
		Kurang Baik	**2**	**31**	**43,7**	62	
		Tidak Baik	1	7	9,9	7	
Jumlah				**142**		**362**	710

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "Pilihan produk yang menarik" dapat diketahui bahwa 35,2% menjawab cukup baik. Tingkat pemilihan produk pada sentra memiliki kategori cukup baik, oleh sebab itu perlu adanya inovasi dan design yang lebih menarik supaya pelanggan dapat bebas memilih sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan pada item Pernyataan "Jaminan kepuasan", dapat diketahui bahwa 43,7% menjawab kurang baik. Tanggapan responden mengenai indikator ini lebih dominan pada kategori buruk, hal ini karena kurangnya jaminan kepuasan terhadap produk belum optimal disebabkan masih kurangnya responsivitas dalam melayani pelanggan via online.

Dapat diketahui skor total = 362/710 = 50,9% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator seleksi dan nilai memiliki kategori kurang

baik, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas produk di Sentra Industri Kaos Suci. Menurut Kotler (2001 : 64) berhasilnya perusahaan tergantung pada pandangan yang berdasarkan pada pasar dan pelanggan.

4.3.2.2 Kinerja dan Layanan

Kinerja dan layanan adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat proses belanja online dan pembelian serta konfirmasi pengiriman yang cepat dan mudah, situs web, area belanja, produk multimedia, halaman katalog dan fitur belanja yang menarik. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator kinerja dan layanan terhadap pelanggan di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kinerja dan Layanan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
11.	Proses belanja online dan pembelian serta konfirmasi pengiriman yang cepat dan mudah	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	14	19,7	56	
		Cukup Baik	3	23	32,4	69	
		Kurang Baik	**2**	**30**	**42,3**	60	
		Tidak Baik	1	4	5,6	4	
12.	Situs web, area belanja, produk multimedia, halaman katalog dan fitur belanja yang menarik	Sangat Baik	5	5	7	25	**355**
		Baik	4	12	16,9	48	
		Cukup Baik	**3**	**25**	**35,2**	75	
		Kurang Baik	2	23	32,4	46	
		Tidak Baik	1	6	8,5	6	
Jumlah				**142**		**389**	710

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Proses belanja online dan pembelian serta konfirmasi pengiriman yang cepat dan mudah” dapat diketahui bahwa 42,3% Tanggapan responden mengenai proses belanja online adalah kurang baik, hal demikian karena keterbatasan sistem yang dimiliki oleh perusahaan belum memadai.

Sedangkan pada item Pernyataan "situs web, area belanja, produk multimedia, halaman katalog dan fitur belanja yang menarik", dapat diketahui bahwa, 35,2% menjawab cukup baik. Tanggapan responden mengenai indikator ini lebih dominan pada kategori cukup baik, hal demikian karena terdapat beberapa toko online yang dimiliki beberapa usaha di Sentra Industri kaos Suci yang menarik, sehingga perlu ditingkatkan lagi.

Dapat diketahui skor total = 389/710 = 54,7% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator kinerja dan layanan memiliki kategori cukup baik, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas layanan dan strategi pemasaran secara online di Sentra Industri Kaos Suci. Hal ini sesuai dengan pendapat Irmawati (2011: 97) E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain.

4.3.2.3 Periklanan Secara Intensif

Periklanan secara intensif adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat Iklan di berbagai situs afiliasi. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator periklanan secara intensif di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Periklanan Secara Intensif

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
13.	Iklan di berbagai situs afiliasi	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	12	16,9	48	
		Cukup Baik	**3**	**28**	**39,4**	84	
		Kurang Baik	2	22	31	44	
		Tidak Baik	1	9	12,7	9	
Jumlah				71		185	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Iklan di berbagai situs afiliasi” dapat diketahui bahwa, 39,4% menjawab cukup baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori cukup baik. Meskipun belum memiliki sistem yang memadai, pengelola usaha ataupun pengguna IT harus tetap mencoba melakukan promosi dengan media iklan di berbagai situs internet karena pada saat ini terdapat beberapa situs jual beli online yang menyediakan layanannya secara gratis.

Dapat diketahui skor total = 185/355 = 52,1% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator periklanan secara intensif memiliki kategori cukup baik, meskipun ada beberapa usaha yang memiliki kemampuan dalam melakukan iklan diberbagai situs online tapi secara keseluruhan kondisi iklan belum intensif dan masih terkendala oleh peralatan dan kemampuan untuk mengakses internet. Menurut Mutaqqin (2011) internet sangat mempengaruhi dunia *marketing*, bahkan pemanfaatan internet untuk *marketing* dianggap sebagai *trend setter*. Semakin tingginya penggunaan internet berbanding lurus dengan pemanfaatannya di dunia marketing, sehingga dikatakan bahwa marketing online mulai populer sejalan dengan makin pupulernya penggunaan internet.

4.3.2.4 Perhatian Personal

Perhatian personal adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat Dukungan interaktif untuk semua pelanggan. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator perhatian personal terhadap e-commerce di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Perhatian Personal

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
14.	Dukungan interaktif untuk semua pelanggan	Sangat Baik	5	2	2,8	10	**355**
		Baik	4	13	18,3	52	
		Cukup Baik	**3**	**22**	**31**	66	
		Kurang Baik	2	21	29,6	42	
		Tidak Baik	1	13	18,3	13	
Jumlah				71		183	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "Dukungan interaktif untuk semua pelanggan" dapat diketahui bahwa 31% menjawab cukup baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori cukup baik. hal demikian karena adanya media sosial yang mampu di manfaatkan oleh para pelaku usaha untuk berkomunikasi secara langsung dengan para pelanggan.

Dapat diketahui skor total = 183/355 = 51,5% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator perhatian personal memiliki kategori kurang baik, hal demikian dikarenakan kurangnya keterampilan pengguna dalam melayani pelanggan dengan menggunakan sistem internet dan juga kendala teknis seperti gangguan jaringan internet yang mampu mengganggu aktifitas komunikasi. Kotler (2001:64) menyatakan bahwa berhasilnya perusahaan tergantung pada pandangan yang berdasarkan pada pasar dan pelanggan. Sedangkan menurut Irmawati (2011: 97) E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian,

marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain

4.3.2.5 Hubungan Komunitas

Hubungan komunitas adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat hubungan dengan komunitas melalui ruang bincang. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator hubungan komunitas pada e-commerce di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Hubungan Komunitas

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
15.	Hubungan dengan komunitas melalui ruang bincang	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	6	8,5	24	
		Cukup Baik	3	27	38	81	
		Kurang Baik	**2**	**28**	**39,4**	56	
		Tidak Baik	1	10	14,1	10	
Jumlah				71		171	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “hubungan dengan komunitas melalui ruang bincang” dapat diketahui bahwa 39,4% tanggapan responden lebih dominan pada kategori kurang baik, hal demikian karena kurangnya keterampilan sumberdaya manusianya, sehingga pihak pengelola/ pemilik usaha harus melakukan sosialisasi/ pelatihan terhadap karyawannya supaya mampu berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik.

Dapat diketahui skor total = 171/355 = 48,17% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator hubungan komunitas memiliki kategori kurang baik, hal demikian dikarenakan kurangnya ketersediaan sistem khusus dalam berkomunikasi diantara pelaku usaha dengan komunitas**,** Menurut Prihanto, (2009) dalam jurnal Muttaqin (2011) Pusat Komunikasi Bisnis UMKM Berbasis Sistem Terintegrasi ini diperuntukan bagi UMKM dalam mempromosikan usahanya, mengakses informasi faktor-faktor produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

4.3.2.6 Keamanan dan Kehandalan

Keamanan dan kehandalan adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat Keamanan informasi pelanggan dan transaksi di situs web. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator keamanan dan kehandalan pada e-commerce di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keamanan dan Kehandalan

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
16.	Keamanan informasi pelanggan dan transaksi di situs web	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	8	11,3	32	
		Cukup Baik	3	23	32,4	69	
		Kurang Baik	**2**	**33**	**46,5**	66	
		Tidak Baik	1	7	9,9	7	
Jumlah				71		174	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "Keamanan informasi pelanggan dan transaksi di situs web" dapat diketahui 46,5% Tanggapan responden lebih dominan pada kategori kurang baik. hal demikian karena kurangnya kemanan dalam transaksi pada proses e-commerce, seperti masih adanya penipuan pada beberapa situs penyedia e-commerce, sehingga perlu pengamanan dan kredibilitas dalam transaksi.

Dapat diketahui skor total = 174/355 = 49,01% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator keamanan dan kehandalan memiliki kategori kurang baik, hal demikian dikarenakan masih terdapatnya penjual nakal yang masih melakukan kecurangan dalam e-commerce, sehingga pihak pengelola harus meningkatkan kredibilitas/ kepercayaan dalam proses transaksi. Ancaman keamanan informasi adalah orang, organisasi, mekanisme, atau peristiwa yang memiliki potensi untuk membahayakan sumber daya informasi perusahaan. Ancaman dapat bersifat internal ataupun eksternal, dan dapat bersifat tidak disengaja maupun disengaja (McLeod & Schell, 2011).

4.3.2.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Variabel E-Commerce (X_2)

Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai indikator E-commerce di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.20
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel E-Commerce

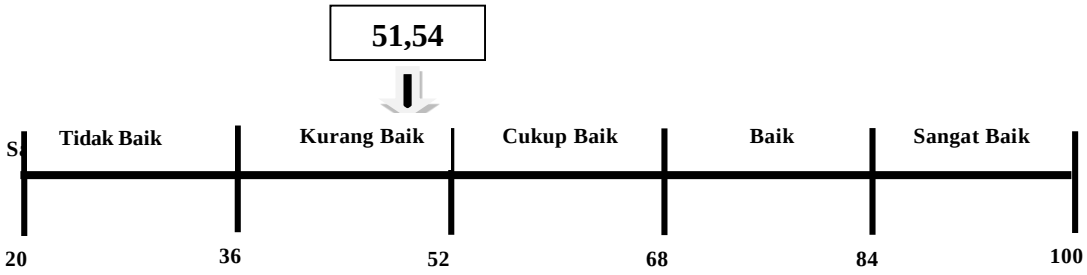
No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Seleksi dan Nilai	362	710	50,9	Kurang Baik
2.	**Kinerja dan Layanan**	**389**	**710**	**54,7**	**Cukup Baik**
3.	Periklanan secara intensif	185	355	52,1	Kurang Baik
4	Perhatian Personal	183	355	51,5	Kurang Baik
5	**Hubungan Komunitas**	**171**	**355**	**48,1**	**Kurang Baik**
6	Keamanan dan Kehandalan	174	355	49,01	Kurang Baik
Jumlah		**1464**	**2840**		
Skor Total		$\frac{1464}{2840} x\ 100\% = \mathbf{51,54\%}$		**Kurang Baik**	

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase total skor pada variabel E-Commerce didapatkan hasil sebesar 51,54%, hasil skor tersebut berada pada kategori kurang baik, sementara indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah kinerja dan layanan dengan persentase sebesar 54,7% berada pada kategori cukup baik, hal demikian karena keterbatasan sistem yang dimiliki oleh perusahaan belum memadai dan masih terdapat beberapa toko online yang dimiliki beberapa usaha di Sentra Industri kaos Suci yang menarik, sehingga perlu ditingkatkan lagi. Sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah indikator hubungan komunitas sebesar 48,1% berada pada kategori buruk, hal demikian karena kurangnya keterampilan sumberdaya manusianya, sehingga pihak pengelola/

pemilik usaha harus melakukan sosialisasi/ pelatihan terhadap karyawan supaya mampu berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik.

Untuk mengkatagorikan bagaimana gambaran mengenai variabel e-commerce pada sentra industri kaos suci Kota Bandung, maka penulis membuat pengkatagorian dalam bentuk garis kontinum sebagai berikut:



Berdasarkan garis kontinum diatas, rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel e-commerce di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung (X_2) diperoleh nilai sebesar **51,54** yang dalam pengklasifikasian interval skor tersebut termasuk dalam katagori kurang baik. e-commerce memiliki peran yang penting bagi kemudahan pelanggan dalam membeli produk, sehingga perlu di design dan dikonsep dengan sedemikian rupa. Menurut Rizal (2011) dalam Irmawati (2011:104) Bagi usaha kecil dan menengah, dengan menggunakan *e-commerce* dapat menawarkan sesuatu yang berkualitas dan terjangkau serta memiliki kepercayaan diri menghadapi pesaing. Biaya tidak kemudian menjadi kendala utama, tetapi yang terpenting bagaimana usaha kecil dan menengah dapat menunjukkan produk atau jasa yang ditawarkan melalui websitenya dan dapat dilakukan melalui penjualan secara *online.*

4.3.3 Gambaran Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Pengukuran variabel keunggulan bersaing yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan indikator keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuisioner yang telah disebarkan pada 71 responden, maka dapat dilihat tanggapan mengenai variabel keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos Suci adalah sebagai berikut:

4.3.3.1 Keunggulan Biaya

Keunggulan biaya adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat biaya produksi dan distribusi paling rendah. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator keunggulan biaya di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Keunggulan Biaya

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
17.	Tingkat biaya produksi dan distribusi paling rendah.	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	18	25,4	72	
		Cukup Baik	**3**	**22**	**31**	66	
		Kurang Baik	2	21	29,6	42	
		Tidak Baik	1	10	14,1	10	
Jumlah				71		190	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Tingkat biaya produksi dan distribusi paling rendah” dapat diketahui bahwa 31% menjawab cukup baik. Tanggapan responden lebih dominan pada kategori cukup baik. hal demikian karena memiliki akses distribusi yang baik dan kemudahan dalam memperoleh bahan baku, seperti kain, sablon, bordir dan lain-lain.

Dapat diketahui skor total = 190/355 = 53,52% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator keunggulan biaya memiliki kategori cukup baik, meski demikian perusahaan harus terus meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan distribusi barang. Menurut Groge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006:20) berpendapat bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya.

4.3.3.2 Diferensiasi

Diferensiasi adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat menciptakan lini produk yang berbeda dan menciptakan program pemasaran yang berbeda. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator diferensiasi di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Diferensiasi

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
18.	Menciptakan lini produk yang berbeda	Sangat Baik	5	2	2,8	10	**355**
		Baik	4	12	16,9	48	
		Cukup Baik	**3**	**25**	**35,2**	75	
		Kurang Baik	2	18	25,4	36	
		Tidak Baik	1	14	19,7	14	
19.	Menciptakan program pemasaran yang berbeda	Sangat Baik	5	1	1,4	–	**355**
		Baik	4	7	9,9	28	
		Cukup Baik	3	24	33,8	72	
		Kurang Baik	**2**	**29**	**40,8**	58	
		Tidak Baik	1	10	14,1	10	
Jumlah				**142**		**356**	710

Bersambung

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan “Menciptakan lini produk yang berbeda” dapat diketahui bahwa, 35,2% menjawab cukup baik. Tanggapan responden mengenai penciptaan lini produk adalah cukup baik, hal demikian karena produsen pakaian tidak hanya memproduksi kaos, jaket, dan jas melainkan menerima jasa bordir dan sablon.

Sedangkan pada item Pernyataan “Menciptakan program pemasaran yang berbeda”, dapat diketahui bahwa 40,8% kurang baik. Tanggapan responden mengenai indikator ini lebih dominan memberikan penilaian kurang baik, hal demikian karena ketrbatasan pengetahuan mengenai teknik pemasaran yang efektik, sehingga perlu mencari tahu lebih luas teknik pemasaran yang baik.

Dapat diketahui skor total = 356/710 = 50,1% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator diferensiasi memiliki kategori kurang baik, sehingga inovasi, perluasan produk dan teknik pemasaran yang dilakukan harus ditingkatkan lagi. Menurut Aqmala (2013) UKM harus tetap melakukan inovasi terus menerus dalam mengembangkan usahanya agar tidak tergerus oleh arus liberalisasi. UKM harus mampu mengambil setiap peluang dengan menyerap perkembangan ekspetasi konsumen terhadap suatu produk

4.3.3.3 Fokus

Fokus adalah indikator pengukur sejauh mana tingkat pelayanan beberapa segmen pasar. Pada tabel berikut ini menyajikan tanggapan responden terhadap indikator fokus di Sentra Kaos Suci.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Fokus

No	Pernyataan	Tanggapan	Bobot	Freq	Persen (%)	Skor Aktual	Skor Ideal
20.	pelayanan beberapa segmen pasar	Sangat Baik	5	0	0	0	**355**
		Baik	4	13	18,3	52	
		Cukup Baik	3	20	28,2	60	
		Kurang Baik	**2**	**30**	**42,3**	60	
		Tidak Baik	1	8	11,3	8	
Jumlah				71		180	**355**

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan item pernyataan "pelayanan beberapa segmen pasar" dapat diketahui bahwa 42,3% tanggapan responden lebih dominan pada kategori kurang baik. Hal demikian karena kurangnya pelayanan pada segmen passar tertentu, seperti adanya praktek diskriminasi dalam melayani pelanggan.

Dapat diketahui skor total = 180/355 = 50,7% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai indikator fokus memiliki kategori kurang baik, sehingga perlu dilakukan perbaikan-perbaikan lagi dalam melayani pelanggan. **Kotler (2001 : 64)** mengatakan bahwa berhasilnya perusahaan tergantung pada pandangan yang berdasarkan pada pasar dan pelanggan.

4.3.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai indikator keunggulan bersaing di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

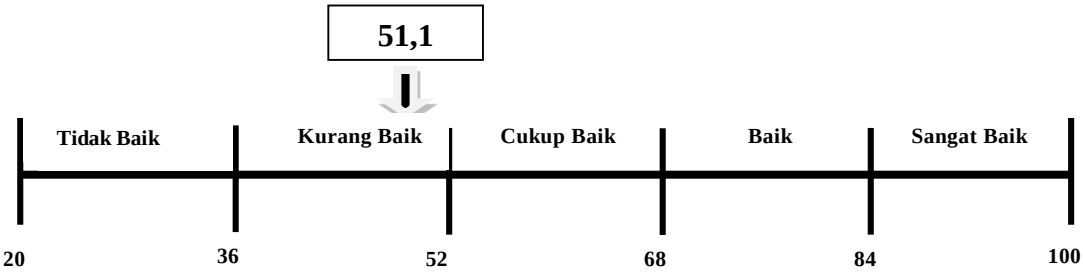
Tabel 4.24
Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keunggulan Bersaing

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	**Keunggulan Biaya**	**190**	**355**	**53,5**	**Cukup baik**
2.	**Diferensiasi**	**356**	**710**	**50,1**	**Kurang Baik**
3.	Fokus	180	355	50,7	Kurang Baik
Jumlah		**726**	**1420**		
Skor Total		$\frac{726}{1420} x\ 100\% = \mathbf{51,1\%}$		**Buruk**	

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase total skor pada variabel keunggulan bersaing didapatkan hasil sebesar 51,1%, hasil skor tersebut berada pada kategori kurang baik, sementara indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah keunggulan biaya dengan persentase sebesar 53,5% berada pada kategori cukup baik, hal demikian karena para pengusaha kaos di sentra industri suci memiliki akses distribusi yang baik dan kemudahan dalam memperoleh bahan baku, seperti kain, sablon, bordir dan lain-lain. Sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah indikator diferensiasi sebesar 50,1% berada pada kategori kurang baik, hal demikian karena produsen pakaian tidak hanya memproduksi kaos, jaket, dan jas melainkan menerima jasa bordir dan sablon, namun masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai teknik pemasaran yang efektik, sehingga perlu mencari tahu lebih luas teknik pemasaran yang baik.

Untuk mengkatagorikan bagaimana gambaran mengenai variabel keunggulan bersaing pada sentra industri kaos suci Kota Bandung, maka penulis membuat pengkatagorian dalam bentuk garis kontinum sebagai berikut:



Berdasarkan garis kontinum diatas, rata-rata skor tanggapan responden mengenai variabel keunggulan bersaing di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung (Y) diperoleh nilai sebesar **51,1** yang dalam pengklasifikasian interval skor tersebut termasuk dalam katagori buruk. Menurut Thomson, *et, al* (2004) menjelaskan bahwa kapabilitas usaha dan sumberdaya yang dimiliki oleh suatu usaha dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Disamping itu, Peter Senge (2000 :16) menyebutkan keunggulan bersaing yang terus bertahan adalah kemampuan organisasi anda untuk belajar lebih cepat dari pada pesaingnya.

4.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dan pada bab-bab sebelumnya dan kemudian akan diuji dan dibuktikan melalui uji statistik dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows.*

4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan penulis dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel teknologi informasi dan e-commerce terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Koas Suci Kota Bandung. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan *software SPSS 17.0 for windows.* Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda dengan *SPSS 17.0 for windows* sebagai berikut:

Tabel 4.25
Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.725	1.958		3.435	.001
	TI	.526	.461	.721	2.140	.008
	ECOMMERCE	.387	.465	.626	3.831	.000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel output di atas, diperoleh nilai konstan sebesar 6,725 sementara untuk bX_1 sebesar 0,526 dan bX_2 sebesar 0,387, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Dari persamaan linier berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 6{,}725 + 0{,}526X_1 + 0{,}387X_2 + \varepsilon}$$

a. Besarnya nilai konstan adalah 6,725 jika variabel teknologi informasi dan e-commerce bernilai 0, maka keunggulan bersaing akan tetap bernilai 6,725.
b. Koefisien regresi variabel teknologi informasi sebesar 0,526 artinya jika teknologi informasi meningkat, sementara e-commerce konstan (bernilai nol), maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,526. Artinya, apabila teknologi informasi meningkat, sedangkan e-commerce tidak ada perubahan maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,526 menjadi 7,251.
c. Koefisien regresi variabel e-commerce sebesar 0,387 artinya jika e-commerce meningkat, sementara variabel teknologi informasi konstan (bernilai nol), maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,387. Artinya, apabila e-commerce meningkat, sedangkan teknologi informasi tidak ada perubahan maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,387 menjadi 7,112.
d. Nilai epsilon (ε) sebesar 0,281 artinya selain variabel independen teknologi informasi dan e-commerce, terdapat variabel lain sebesar 0,281 yang mempengaruhi keunggulan bersaing, seperti variabel strategi pemasaran, harga dan kualitas produk.

Rahmidani (2015) yang menyatakan penggunaan teknologi informasi memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal

meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan electronic commerce.

4.4.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi linier berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

4.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu *SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.26

Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

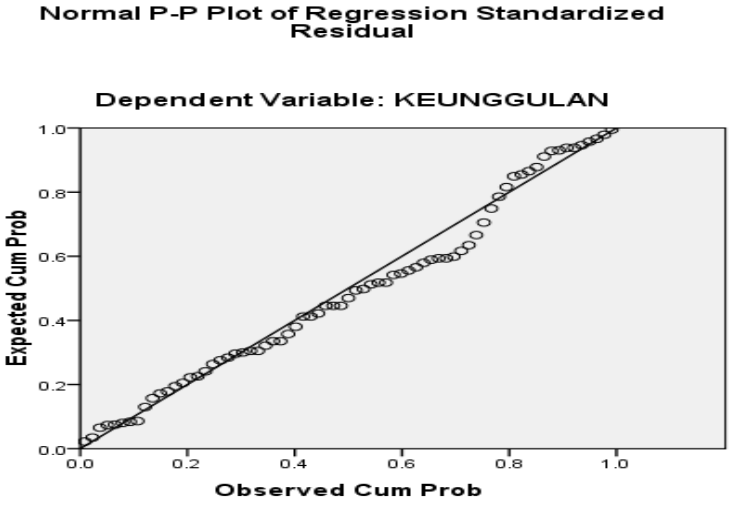
		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27032667
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.876
Asymp. Sig. (2-tailed)		.427

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel ditas didapatkan hasil nilai Asymp sig sebesar 0.427. Apabila nilai Asymp sig > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Menurut Indrawati (2015:189), Uji Normalitas data ini diperlukan karena hasil uji statistik (uji T atau uji F) akan diinterpretasikan kedalam parameter dalam populasi. Selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:



Sumber: Output SPSS

Gambar 4.2
Grafik *Normal Probability Plot*

Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

4.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Jika terdapat multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar, tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai sig. Correlations > alpha (tingkat ketelitian = 5%) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas. Uji Multikolinearitas perlu dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas di dalam model regresi berganda ini adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi (Indrawati, 2015:190). Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 17 for windows* maka hasil uji multikolinieritas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.27
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TI	.354	4.317
	ECOMMERCE	.542	6.348

Sumber: Output SPSS

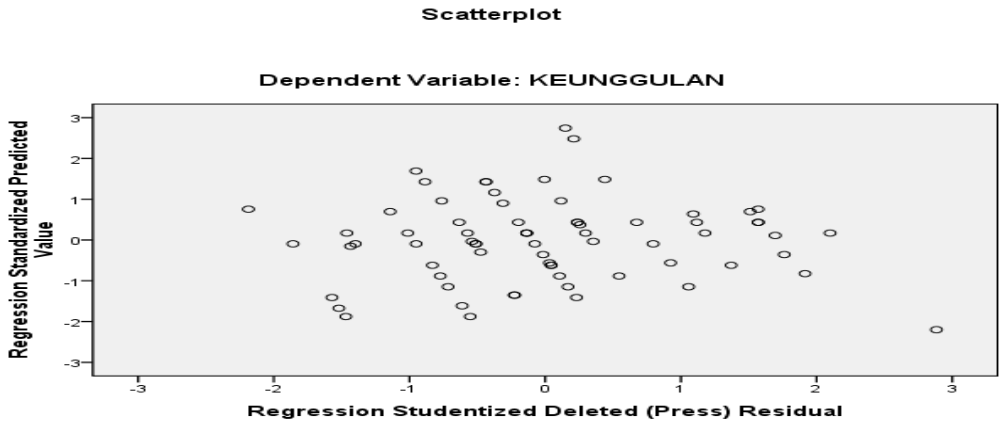
Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel teknologi informasi dan e-commerce memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF<10, Oleh karena itu

dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolineritas atau dapat dipercaya dan objektif.

4.4.2.3 Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penafsiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Berikut hasil Uji Heteroskedastitas dengan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:



Sumber: Output SPSS

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot

Berdasarkan grafik hasil penelitian di atas terlihat bahwa distribusi data tidak membentuk pola-pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0

pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Atau dengan kata lain, model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.

4.4.3 Analisis Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y), dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

4.4.3.1 Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Teknologi Informasi Dengan Variabel Keunggulan Bersaing

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara variabel teknologi informasi dan keunggulan bersaing digunakan perhitungan menggunakan *SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.28
Koefisien Korelasi Variabel Teknologi Informasi dan Variabel Keunggulan Bersaing

Correlations			
		KEUNGGULAN	TI
Pearson Correlation	KEUNGGULAN	1.000	.548
	TI	.548	1.000

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan *software SPSS 17 for windows* diatas didapatkan hasil korelasi antara variabel teknologi informasi dan keunggulan bersaing sebesar 0.548, yaitu memiliki tingkat korelasi yang sedang. Menurut Higa *et,al*, (1997), dalam Jurnal Hermana, Budi (2005:14)

teknologi memiliki implikasi terhadap daya saing dan keuntungan jangka panjang untuk tetap bertahan dan unggul dalam persaingan pasar, perusahaan perlu memberikan perhatian dan mampu memperoleh keunggulan dari peluang teknologis untuk mendukung strategi bisnis serta meningkatkan operasi dan layanannya.

4.4.3.2 Korelasi Secara Parsial Antara Variabel E-Commerce Dengan Variabel Keunggulan Bersaing

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara variabel e-commerce dengan variabel keunggulan bersaing digunakan perhitungan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.29
Koefisien Korelasi Variabel E-Commerce dan Variabel Keunggulan Bersaing

Correlations			
		KEUNGGULAN	ECOMMERCE
Pearson Correlation	KEUNGGULAN	1.000	.658
	ECOMMERCE	.658	1.000

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan *software SPSS 17 for Windows* diatas didapatkan hasil korelasi antara variabel e-commerce dan keunggulan bersaing sebesar 0.658, yaitu memiliki tingkat korelasi yang tinggi.

studi yang menyebutkan bahwa manfaat penggunaan *e-commerce* dalam bisnis adalah mendapatkan pelanggan baru dikemukakan oleh Hamill da Gregory, 1997 dan Swatman, 1999 serta Hoffman dan Novak, 2000 dalam jurnal irmawati (2011) Digunakannya *e-commerce* memungkinkan perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan baru baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar luar negeri.

4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel tidak bebas. Pengujian ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (KD). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Berikut adalah nilai dari koefisien determinasi dari hasil penghitungan dengan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.30
Koefisien Determinasi (Simultan)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327[a]	.719	.024	2.30347

a. Predictors: (Constant), ECOMMERCE, TI

b. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa nilai koeifisien determinasi atau *R-Square* adalah sebesar 0,719 atau 71,9%. Hal ini menunjukan bahwa penerapan teknologi informasi dan e-commerce mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 71,9%, Menurut Rahmidani (2015) "Penggunaan teknologi informasi memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan electronic commerce"sedangkan sisanya sebesar 28,1% (100%-71,9% = 28,1%) merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti, seperti variabel strategi pemasaran, harga dan kualitas produk.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan dengan cara nilai beta dikalikan dengan nilai zero order pada output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.31
Koefisien Determinasi (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	6.725	1.958		3.435	.001			
	TI	.526	.461	.721	2.140	.008	.405	.137	.135
	ECOMMERCE	.387	.465	.626	3.831	.000	.683	.100	.098

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

1. Teknologi Informasi (X_1) = 0,721 x 0,405 = 0,292 atau 29,2%
2. E-Commerce (X_2) = 0,626 x 0,683 = 0,427 atau 42,7%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen keunggulan bersaing adalah variabel E-Commerce sebesar 42,7% menurut Asiabugwa et al. dalam jurnal Gunawan (2014) mengatakan bahwa e-*commerce* diadopsi di dalam berbagai sektor sebagai cara untuk melakukan *positioning* atau menciptakan keunggulan bersaing untuk perusahaan, atau untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan yang cepat.

Sementara yang paling terkecil pengaruhnya adalah variabel teknologi informasi sebesar 29,2% Menurut Higa dkk (1997), dalam Jurnal Hermana, Budi (2005: 14). Teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub sistem dari

organisasi. Dengan demikian, teknologi memiliki implikasi terhadap daya saing dan keuntungan jangka panjang.. Dengan demikian pengaruh secara keseluruhan sebesar 71,9%.

4.4.5 Uji Hipotesis

4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)

Uji-T digunakan untuk menguji apakah variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara parsial untuk setiap variabel, yaitu pengaruh teknologi informasi dan e-commerce terhadap keunggulan bersaing secara parsial. Berikut ini adalah pengujian hipotesis parsial dengan taraf signifikasi (α) : 0,05, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

a) jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

b) jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

a) Pengujian Variabel Teknologi Informasi Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing

- $H_{0:}\ \beta_1 = 0$, Variabel teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing
- $H_1: \beta_1 \neq 0$, Variabel teknologi informasi berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh variabel teknologi informasi terhadap variabel keunggulan bersaing secara parsial maka digunakan uji-t, dengan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil uji-t sebagai berikut:

Tabel 4.32
Tabel Uji T (I)

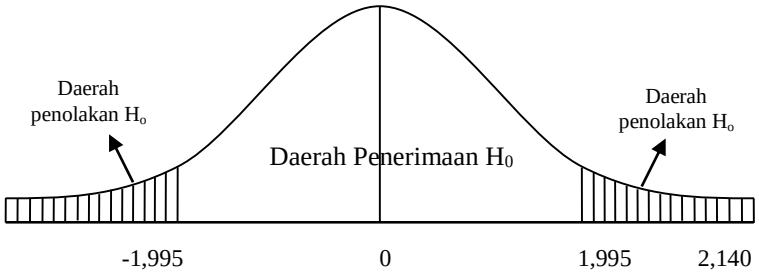
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.725	1.958		3.435	.001
	TI	.526	.461	.721	2.140	.008
	ECOMMERCE	.387	.465	.626	3.831	.000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapat bahwa t_{hitung} = 2,140 lebih besar dari t_{tabel} = 1,995. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat hubungan antara variabel teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing. Disamping itu, nilai probabilitas (sig) penelitian = 0,008 < 0,05 artinya signifikan. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Sugiyono (2012)

Gambar 4.3
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} = 2,140 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung. Menurut Higa *et,al,* (1997), dalam Jurnal Hermana, Budi

(2005:14) teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub sistem 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 dari peluang teknologis untuk mendukung strategi bisnis serta meningkatkan operasi dan layanannya.

b) Pengujian Variabel E-Commerce Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing

- H_0: $\beta_2 = 0$, Variabel e-commerce tidak berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing
- H_1: $\beta_2 \neq 0$, Variabel e-commerce berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh e-commerce terhadap variabel keunggulan bersaing secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan *software SPSS 17 for windows* didapatkan hasil uji-t sebagai berikut:

Tabel 4.33
Tabel Uji T (II)

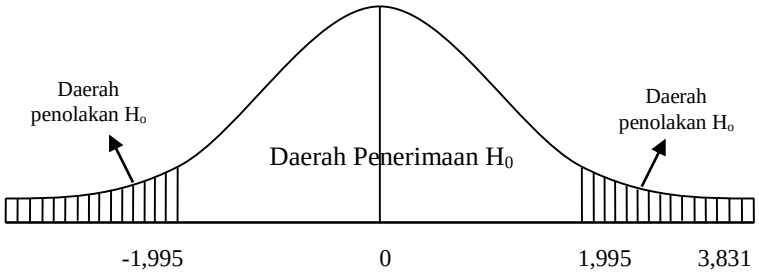
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.725	1.958		3.435	.001
	TI	.526	.461	.721	2.140	.008
	ECOMMERCE	.387	.465	.626	3.831	.000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapat bahwa t_{hitung} = 3,831 lebih besar dari t_{tabel} = 1,995. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat hubungan antara variabel e-commerce terhadap keunggulan bersaing. Disamping itu, nilai probabilitas (sig) penelitian = 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Sugiyono (2012)

Gambar 4.4
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} 3,831 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Industri Kaos Suci Kota Bandung. Menurut menurut Asiabugwa et al. dalam jurnal Gunawan (2014) mengatakan bahwa e-*commerce* diadopsi di dalam berbagai sektor sebagai cara untuk melakukan *positioning* atau menciptakan keunggulan bersaing untuk perusahaan, atau untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan yang cepat.

4.4.5.2 Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Melakukan Uji-F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F\ hitung = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Sumber: Sugiyono (2012)

Dimana:

$Jk_{regresi}$ = Koefisien Korelasi Berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nila F-kritis (F_{tabel}) dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *software SPSS 17 for Windows*. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:131), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

Adapun hipotesis simultan yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0:$\beta_1\beta_2$= 0 : Variabel teknologi informasi dan e-commerce tidak berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing

H_1:$\beta_1\beta_2 \neq 0$: Variabel teknologi informasi dan e-commerce berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing

c) Kriteria pengujian

Adapun kriteria pengujian uji hipotesis simultan dengan uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Selanjutnya untuk menguji apakah variabel teknologi informasi dan e-commerce berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing secara simultan (bersamaan) maka digunakan uji-f, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-f sebagai berikut:

Tabel 4.34
Tabel Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.588	2	9.794	4.846	.000[a]
	Residual	360.807	68	5.306		
	Total	380.394	70			

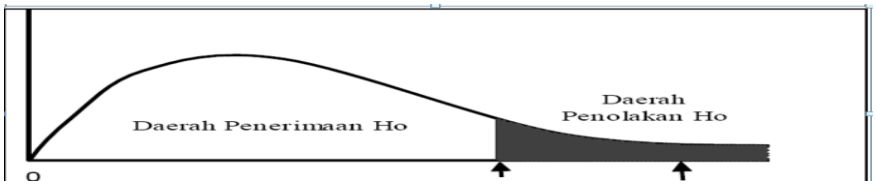
a. Predictors: (Constant), ECOMMERCE, TI

b. Dependent Variable: KEUNGGULAN

Sumber: Output SPSS

Dari output tabel diatas didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 4,846, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untuk df1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 71 – 3 = 68 sehingga didapat f_{tabel}

sebesar 3,13 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (4,846 > 3,13) dan sig (0.000 < 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel teknologi informasi dan e-commerce terhadap variabel keunggulan bersaing. Seperti di sajikan dalam gambar dibawah ini :



$F_{tabel} = 3,13$ $F_{hitung} = 4,846$

Gambar 4.5
Daerah Penerimaan H0 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Rahmidani (2015) yang menyatakan penggunaan teknologi informasi memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan electronic commerce.