Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia

Oleh :

Robin Hotmauli Silaen

robinsilaen25@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstract – *The purpose of research to find out how big the influence of Information Technology and Product Innovation on Competitive Advantage of Loccal Clothing Indonesia partially and simultaneously. This research method is descriptive and verificative method. The unit of analysis in this study is the consumer amounted to 660 in 2016 with a sample of 90 respondents. Test statistic used is test of validity, reliability, multiple regression analysis, correlation, coefficient of determination, hypothesis test, and also use the help of SPSS 21 for windows application program. The results of the analysis show Partially Information Technology affects the Competitive Advantage of 20.9%, Product Innovation affects the Competitive Advantage of 35.9%. and simultaneously Information Technology and Product Innovation give influence to Competitive Advantage equal to 56,8% which means give positive result and significant enough.*

Keywords: information technology, product innovation, competitive advantage.

PENDAHULUAN

Bandung yang dikenal sebagai pemimpin dalam dunia kreatif dan mode di Indonesia pada saat ini melahirkan inovasi baru dengan membuat toko-toko baju yang dikenal dengan nama *Clothing. Clothing* itu sendiri adalah brand yang memproduksi sendiri materi artikel-artikel designnya sendiri sesuai karakter dari konsep *clothing* nya sendiri. Hampir disetiap jalan utama di Kota Bandung terdapat satu *clothing* bahkan lebih. Pada awalnya, pemikiran untuk memproduksi baju dengan merek lokal timbul dari suatu komunitas tertentu, supaya berbeda dengan yang lain, di produksi terbatas dan untuk digunakan sendiri. Menyadari peluang yang timbul untuk menjual produk yang dihasilkan, mulailah produk ini dipasarkan ke konsumen lain walaupun jumlahnya tetap terbatas agar tidak pasaran.

Pada saat ini peran teknologi informasi membuat semakin terbuka dan ketatnya persaingan bisnis. Perkembangan teknologi ini harus bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha khususnya para pelaku usaha *clothing* guna meningkatkan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain ataupun perusahaan dengan produk yang sejenis.

Guna menjalankan strategi bisnis, perusahaan menggunakan teknologi informasi untuk mempermudah aktivitas perusahaan dan dapat bersaing dengan pesaing. Ditambah dalam dua dekade terakhir perkembangan teknologi informasi meningkat dua kali lebih cepat, perkembangan tersebut tidak dapat terlepas dari peran penting internet sebagai media yang memudahkan dalam proses transfer data dan informasi antar penggunanya. Tidak dapat dipungkiri sejak *World Wide Web* dirilis pada 1991, pengguna internet semakin bertambah tiap tahunnya termasuk di Indonesia.

Selain pengaruh teknologi informasi terhadap daya beli konsumen, inovasi produk dapat menentukan berhasilnya suatu usaha. Peningkatan kualitas produk tersebut tidak lepas dari pengembangan inovasi produk yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Konsumen umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi

clothing keberhasilan dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian perusahaan dalam menginovasikan berbagai pakaian yang sudah ada dari sebelumnya, serta perusahaan harus mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Loccal Indonesia adalah salah satu toko *clothing* yang sudah lumayan dikenal di kalangan mahasiswa bandung dan salah satu perusahaan yang memprakarsai munculnya *clothing* disekitaran Jalan Dipati Ukur Bandung. Hingga saat ini Loccal Indonesia memiliki *image* sebagai *clothing* yang konsisten dengan menjaga desainnya dengan kualitas produk yang dihasilkan. Namun seiringnya waktu dari segi penjualan Loccal Indonesia mulai mengalami kemunduran dibandingkan dengan beberapa pesaingnya sejak beberapa tahun kemarin.

Penurunan penjualan produk Loccal Indonesia tersebut juga diakibatkan munculnya *clothing* pesaing yang tiap tahun cenderung bermunculan hingga mengalihkan pandangan konsumen untuk membeli produk tersebut. Beberapa pesaing yang menjadi pesaing terberat Loccal Indonesia diantaranya di daerah Dipati Ukur adalah Our Bandung Style, Eastwood *Clothing*, Invictus dengan jarak lokasi yang berdekatan dan sama-sama menghasilkan produk dengan desain dan inovasi produk yang baik dengan harga yang lumayan terjangkau. Adapun *clothing* lainnya hingga banyaknya bermunculan FO atau *factory outlet* di Kota Bandung khususnya didaerah Dipati Ukur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat konsumen tentang teknologi informasi di *Clothing* Loccal Indonesia.
2. Bagaimana pendapat konsumen tentang inovasi produk di *Clothing* Loccal Indonesia.
3. Bagaimana pendapat konsumen tentang keunggulan bersaing di *Clothing* Loccal Indonesia.
4. Seberapa besar pengaruh pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di *Clothing* Loccal Indonesia secara parsial dan simultan.

Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai keunggulan bersaing didorong oleh pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk pada usaha *clothing* Loccal Indonesia.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pendapat konsumen tentang teknologi informasi di *Clothing* Loccal Indonesia.
2. Untuk mengetahui pendapat konsumen tentang inovasi produk di *Clothing* Loccal Indonesia.
3. Untuk mengetahui pendapat konsumen tentang keunggulan bersaing di *Clothing* Loccal Indonesia.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di *Clothing* Loccal Indonesia secara parsial dan simultan.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Praktis

a. Perusahaan
   Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pimpinan perusahaan dalam menentukan teknologi informasi yang baik dan inovasi produk yang tepat terhadap keunggulan bersaing yang berdampak pada kepuasan konsumen.
b. Pihak Lain
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain terutama untuk mengetahui lebih jauh

tentang teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing bagi perusahaan terkait.

c. Bagi Konsumen
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam pengambilan keputusan untuk pembelian.

Kegunaan Akademis

1. Penulis
   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai teknologi informasi, inovasi produk, dan keunggulan bersaing melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.
2. Peneliti lain
   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai teknologi informasi, inovasi produk, dan keunggulan bersaing dan agar dapat dijadikan sebagai pembanding dalam penelitian dengan tema yang sama.
3. Perkembangan ilmu manajemen
   Diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu-ilmu manajemen dengan keadaan yang terjadi dilapangan sehingga dengan adanya pembanding tersebut akan dapat memajukan ilmu manajemen yang ada untuk diterapkan pada dunia secara nyata.

KAJIAN PUSTAKA

Teknologi Informasi

(Porter dan Millar 1985) dikutip oleh (Widodo, *et.al*. 2016:3) menjelaskan bahwa teknologi informasi lebih dari sekedar komputer. Saat ini teknologi informasi harus dipahami secara lebih luas untuk membentuk informasi yang diciptakan oleh bisnis dan digunakan selaras dengan tujuan peningkatan serta teknologi terkait yang memproses informasi.

Sedangkan menurut (Ishak 2008) dikutip oleh (Supra 2016:10), “teknologi informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga pengiriman informasi akan lebih cepat, lebih luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya”. Selain pendapat di atas, Menurut (Amir 1996), dikutip oleh (Pratolo 2015) Teknologi informasi bukan hanya sekedar perangkat keras dan perangkat lunak tetapi mencakup perpaduan antara pengetahuan, metoda, dan teknik dalam menggunakan informasi dalam dunia bisnis.

Menurut (Thompson 1991;1994) dikutip oleh (Rahmawati 2008:109) analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi mendefinisikan pemanfaatan teknologi sebagai manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dimana pengukurannya berdasarkan :

- Intensitas pemanfaatan.

Tingkat kualitas berdasarkan sejauh mana kedalaman informasi yang dapat dipahami pengguna teknologi informasi dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk bisa membantu memenuhi kebutuhannya.

- Frekuensi pemanfaatan.

Seberapa sering pengguna teknologi informasi yang memanfaatkan fasilitas teknologi informasi untuk membantu memenuhi kebutuhannya.

- Jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Jumlah dan macam-macam aplikasi yang digunakan untuk bisa membantu pengguna teknologi informasi, seperti kelompok aplikasi berbasis internet yang tertanam di dalam komputer atau smartphone berupa media sosial yaitu Instagram, Twitter, Facebook, dan lain-lain.

Inovasi Produk

(Suryana 2003) yang dikutip oleh (Ranto 2015:137) menyatakan “inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang :

a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat).

b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan, pemasaran, dll).

(Thomas W. Zimmerer 2008:57) dikutip oleh (Alamsyah 2015:177) bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

(Crawfors dan De Benedetto 2000:9) dikutip oleh (Sugiyarti 2016:644) menyatakan bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi disegala proses fungsional/kegunaannya.

(Lukas dan Ferrell 2002:240) yang dikutip oleh (Djodjobo dan Tawas 2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu :

1. Perluasan Produk (*line extensions*)
Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.
2. Peniruan Produk (*me-too products*)
Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.
3. Produk Baru (*new-to-the-world products*)
Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Keunggulan Bersaing

(Saiman 2014:128) dikutip oleh (Djodjobo dan Tawas 2014:2017) keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha.

(Porter 1993) dikutip oleh (Curatman, *et.al.* 2016) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai strategi *benefit* dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam *market place*.

(Diosdad 2003) dikutip oleh (Tampi 2015:71) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dilihat dari posisi perusahaan dalam persaingan yang dianalisis dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut bila dibandingkan dengan para pesaingnya.

Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Menurut (Hajar dan Sukaatmadja 2016:6591) terdapat 5 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing.
2. Eksplorasi peluang, adalah mengindentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.
3. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
4. Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
5. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

Kerangka Pemikiran

Kondisi persaingan yang semakin terbuka dan kompetitif pada saat ini menuntut suatu usaha untuk dapat semakin fleksibel, adaptif dan bertindak cepat. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis maka perusahaan harus memiliki nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan lain dan menciptakan keunggulan bersaing, karena dengan memiliki keunggulan bersaing perusahaan akan mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan dan dapat menghasilkan laba yang menguntungkan perusahaan.

Peranan teknologi informasi bagi perusahaan yang paling nyata adalah semua pekerjaan akan lebih cepat dan akurat. Pemanfaatan teknologi informasi yang efektif akan mengurangi biaya yang tidak diharapkan dan dapat meningkatkan fleksibilitas. Hal ini akan terlihat dalam alur bisnis yang menjadi lebih terorganisir dan tersentralisasi.

Teknologi informasi dapat diterapkan pada semua jenis usaha dan telah menjadi kebutuhan dasar mulai dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar bahkan toko *clothing* sekalipun. Jadi sudah saatnya setiap perusahaan menggunakan teknologi informasi dalam usaha mereka agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Menurut penulis bahwa indikator sebuah perusahaan memiliki teknologi informasi yang baik adalah perusahaan yang menerapkan intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan, dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan. Hal ini mengacu pada penelitian (Thompson 1991;1994) dikutip oleh (Rahmawati 2008:109).

Perusahaan pun harus memperhatikan inovasi produk yang diproduksinya karena bila produk yang dijualnya tidak menarik atau tidak menguntungkan bagi konsumen maka produk tersebut pasti tidak akan laku di pasaran. Karena dengan inovasi produk berupa keunikan ataupun jenis produk yang benar-benar baru ketika dipasarkan maka posisi produk tersebut akan satu langkah lebih maju dibandingkan produk dari produsen lain. Menurut penulis bahwa indikator sebuah perusahaan memiliki inovasi produk yang baik adalah perusahaan yang memiliki perluasan produk (*line extensions*), peniruan produk (*me-too products*), dan produk baru (*new-to-the-world products*). Hal ini mengacu pada penelitian (Lukas dan Ferrell 2002:240) yang dikutip oleh (Djodjobo dan Tawas 2014:1217).

Keunggulan bersaing yang diharapkan adalah keunggulan bersaing yang berkelanjutan, sehingga bisa menopang dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitornya serta kondisi pasar yang kurang baik. Keunggulan bersaing dapat tercipta apabila *Clothing* Loccal Indonesia melakukan 5 alternatif strategi keunggulan bersaing adalah: harga bersaing, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman bersaing, fleksibilitas, dan hubungan pelanggan. Hal ini mengacu pada penelitian (Hajar dan Sukaatmadja 2016:6591)

Oleh karena itu agar perusahaan memiliki *competitive advantages* (keunggulan bersaing) pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal yang diantaranya adalah pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk, maka dengan meningkatkan kualitas teknologi informasi dan inovasi produk yang merupakan langkah yang harus diambil perusahaan agar keunggulan bersaing bisa tercapai.

Hipotesis

Menurut (Sugiyono 2014:93) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan variabel yang akan diuji sebenarnya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Hipotesis Utama :

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia secara simultan.

Sub Hipotesis :

H1 : Pemanfaatan Teknologi Informasi Berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia secara parsial.

H2 : Inovasi Produk Berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia secara parsial.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Adapun pengertian objek penelitian menurut (Sugiyono 2012:13), adalah “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal

objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang siginifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif menurut (Sugiyono 2014:53) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain"

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut (Sugiyono 2012:8) adalah "Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Metode ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu pengujian pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang diteliti.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Survey*.

Explanatory Survey adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Tabel 1. Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen Loccal Indonesia	Cross Sectional
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen Loccal Indonesia	Cross Sectional
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen & Produsen Loccal Indonesia	Cross Sectional
T – 4	*Descriptive* & *Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen & Produsen Loccal Indonesia	Cross Sectional

Teknik Penentuan Data

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". (Sugiyono 2014:389) Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung. Pada tahun 2016 sebanyak 7924 unit terjual dengan jumlah yang dibeli tiap bulan dalam satu tahun sebanyak 660 unit dengan asumsi.

Menurut (Sugiyono 2014:389), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2012:118).

Anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan starta yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin

yang dikutip oleh (Umar 2011:78), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

Berarti anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 86.84 orang, dibulatkan jadi 90 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan berasal dari sumber-sumber sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulisan melakukan penelitian dengan metode lapangan yaitu penulisan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti di tempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari buku-buku sumber yang dapat dijadikan acuan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *Clothing* Loccal Indonesia, Jalan Dipati Ukur No. 68B, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah :

1. Analisis regresi linier berganda dan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.
2. Analisis korelasi.
3. Analisis koefisien determinasi.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian secara Simultan (Uji F)
   - H0 : β1 = β2,= 0; berarti ditolak, secara simultan pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.
   - H1 : β1 ≠ β2 ≠ 0; H1 diterima, berarti secara simultan pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.

   Kriteria pengujian

   H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel (α = 0,05)

   Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah pyxi tidak sama dengan 0 untuk mengetahui pyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian parsial.
2. Pengujian secara Parsial (Uji t)
   - H01 : *β1* = 0 teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.
   - H11 : *β1* ≠ 0 teknologi informasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.
   - H02 : *β2* = 0 inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.
   - H12 : *β2* ≠ 0 inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada *clothing* Loccal Indonesia.

Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah H0 diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : ditolak

Jika t hitung < t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : diterima

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti. Seperti gambar berikut ini dimana :

1. Dengan tingkat signifikan (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n – 2

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan analisis *kolmogorov smirnov* dan analisis grafik *normal probability plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *asymp sig.* pada uji *kolmogorov smirnov* jika lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

Tabel 2. Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47821145
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z		,945
Asymp. Sig. (2-tailed)		,334

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Dengan menggunakan *software SPSS 21 for windows* diperoleh nilai signifikansi *(Asymp. Sig. (2-tailed))* dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,334 dan lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Teknologi Informasi	,987	1,013
	Inovasi Produk	,987	1,013

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

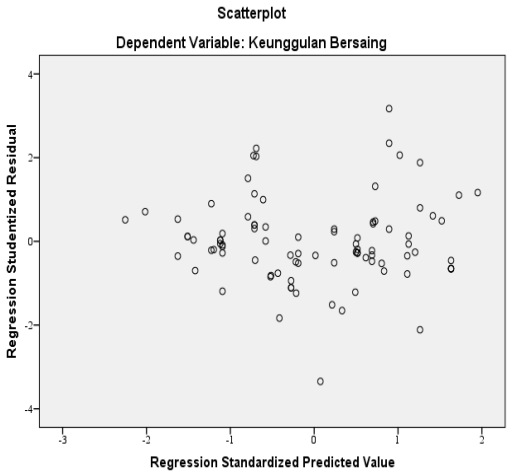
Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel di atas, nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut ini dilampirkan grafik *scatterplot* untuk menganalisis apakah

terjadi heterokedaktisitas atau terjadi heterokedaktisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan residualnya (ZPRED).



Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat. Dengan menggunakan *software* SPSS 21, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = 1,671 + 0,559 X1 + 0,766 X2

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a (konstanta)= 1,671	Artinya jika teknologi informasi dan inovasi produk bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka keunggulan bersaing akan bernilai sebesar 1,671.
b_1= 0,559	Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada teknologi informasi, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,559.
b_2= 0,766	Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada inovasi produk, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,766.

Menurut (Hasan 2002:269) dalam (Salsabila, *et.al*. 2016) analisis linier berganda adalah di mana variabel terikatnya dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.

Analisis Korelasi

Analisis korelasi simultan berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Koefisien Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754[a]	,568	,558	1,495106

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Nilai R sebesar 0,754 pada output di atas menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (Teknologi informasi, dan Inovasi produk) secara simultan dengan keunggulan bersaing. Nilai korelasi sebesar 0,754 jika mengacu pada kriteria Sugiono (2013;184) termasuk dalam kriteria hubungan yang kuat karena berada pada interval 0,60 – 0,799. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang kuat antara Teknologi informasi dan Inovasi produk dengan Keunggulan Bersaing.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewanta dan Wiguna 2013), diperoleh bahwa inovasi produk dan teknologi informasi memberikan pengaruh yang signifikan dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Tabel 5. Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Keunggulan Bersaing
Teknologi Informasi	Pearson Correlation	,490
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	90
Inovasi Produk	Pearson Correlation	,624
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	90

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

- **Hubungan Teknologi Informasi dengan Keunggulan Bersaing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara teknologi informasi dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,490. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik teknologi informasi maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,490 termasuk dalam kategori hubungan yang cukup kuat karena berada pada rentang interval 0,40-0,599.

Menurut (Porter dan Millar 1985) dalam (Widodo, *et.al.* 2016) teknologi informasi memiliki pengaruh yang kuat dalam menciptakan keunggulan bersaing baik terkait biaya ataupun diferensiasi.

- **Hubungan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0,624. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik inovasi produk maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,624 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval 0,60-0,799.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Droge dan Vickery 1994:687) dalam (Dewi 2006) yang menemukan bahwa produk dapat dijadikan sebagai salah satu sumber keunggulan bersaing.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Teknologi informasi dan Inovasi produk secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754[a]	,568	,558	1,495106

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,568 atau 56,8%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Teknologi Informasi dan Inovasi

Produk secara simultan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 56,8%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 56,8% = 43,2% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula *Beta x Zero Order*. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *beta* dan *zero order* sebagai berikut:

Tabel 7. Pengaruh Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Teknologi Informasi	,426	,490
	Inovasi Produk	,576	,624

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

- Teknologi Informasi (X1) 0,426 x 0,490 = 0,209 atau 20,9%
- Inovasi Produk (X2) 0,576 x 0,624 = 0,359 atau 35,9%
- **Total Pengaruh** = **0,568 atau 56,8%**

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh variabel Teknologi Informasi (X1) terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 20,9% dan Inovasi Produk (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 35,9%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keunggulan Bersaing adalah Inovasi Produk dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 35,9%.

Menurut (Andi Supangat 2008) dalam (Krisdiantoro 2017) mengetahui besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen (menunjukkan seberapa besar persentase keragaman Y yang dapat dijelaskan oleh keragaman X), atau dengan kata lain seberapa besar X dapat memberikan kontribusi terhadap Y.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian hipotesis secara Simultan (Uji F)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Teknologi Informasi, dan Inovasi Produk, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Probability = 0,05/5%

Kriteria: Tolak Ho jika nilai f hitung > f tabel, terima Ho jika nilai f hitung < f tabel.

Tabel 8. Uji F ANOVA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255,610	2	127,805	57,175	,000[b]
	Residual	194,475	87	2,235		
	Total	450,085	89			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Teknologi Informasi

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 57,175 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan $db1/df_1$ (banyaknya variabel bebas): 2 dan db_2: n-k-1 (90-2-1) = 87 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,101. Karena F_{hitung} (57,175) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,101) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak H0 dan menerima H1. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung.

2. Pengujian hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Teknologi Informasi dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,671	1,035		1,614	,110
	Teknologi Informasi	,559	,093	,426	6,001	,000
	Inovasi Produk	,766	,094	,576	8,124	,000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Olah data SPSS.21 terlampir, 2017

Kriteria:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 90-2-1 = 87, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,988.

- Teknologi Informasi

Teknologi Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t-hitung (6,001) lebih besar dari t tabel (1,988) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak dan menerima H_1, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing di *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung.

- Inovasi Produk

Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing karena nilai t-hitung (8,124) lebih besar dari t tabel (1,988) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak dan menerima H_2, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi Informasi pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung tergolong cukup baik. Adapun indikator yang terlemah yaitu jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan. Hal yang mengindikasikan bahwa Teknologi Informasi pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung masih tergolong lemah karena tidak semua konsumen mengetahui apa saja aplikasi berbasis internet berupa media sosial yang digunakan oleh *Clothing* Loccal Indonesia dalam melakukan penjualannya, sehingga mengakibatkan dampak terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang tidak maksimal.
2. Inovasi Produk pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung tergolong cukup baik. Adapun indikator yang terlemah yaitu perluasan produk. Hal yang mengindikasikan bahwa Inovasi Produk pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung masih tergolong lemah karena produk *Clothing* Loccal Indonesia hanya diproduksi terbatas supaya tidak pasaran sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaing lainnya, sehingga mengakibatkan dampak terhadap inovasi produk yang tidak maksimal.
3. Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung tergolong cukup baik. Adapun indikator yang terlemah yaitu harga bersaing. Hal

ini mengindikasikan bahwa Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung masih tergolong lemah karena semakin banyak bermunculan pesaing *clothing* lainnya yang menawarkan harga yang lumayan murah daripada produk *Clothing* Loccal Indonesia dan harga jual produk *Clothing* Loccal Indonesia masih dikatakan lumayan mahal dibandingkan produk pesaing lainnya, sehingga mengakibatkan dampak terhadap keunggulan bersaing yang tidak maksimal.

4. Secara parsial maupun simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha *Clothing* Loccal Indonesia di Dipati Ukur Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai berikut:

1. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai teknologi informasi pada indikator yang paling lemah yaitu jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan, maka disarankan pihak *Clothing* Loccal Indonesia menggunakan beberapa lagi aplikasi-aplikasi berbasis internet lainnya seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan membuat website perusahaannya sendiri dalam melakukan promosi penjualannya sehingga dapat diharapkan untuk meningkatkan volume penjualan serta membangun hubungan dengan pelanggan terutama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai inovasi produk pada indikator yang paling lemah yaitu perluasan produk, maka disarankan pihak *Clothing* Loccal Indonesia memproduksi barang yang baru dan belum pernah diproduksi sebelumnya oleh pesaing lain dan melakukan pembaharuan model terhadap produk yang lama sehingga produk yang dihasilkan menjadi bervariasi dan selalu mengikuti produk fashion yang sedang trend saat ini seperti dalam hal desain, model, dan lain-lain sehingga konsumen lebih tertarik pada produk baru yang dihasilkan dan merasa tidak bosan untuk berbelanja.
3. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing pada indikator yang paling lemah yaitu harga bersaing, maka disarankan pihak *Clothing* Loccal Indonesia menyesuaikan harga produk di pasaran dan memproduksi barang dengan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang dijual sehingga konsumen tidak berpaling ke pesaing lainnya.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara teknologi informasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha *Clothing* Loccal Indonesia, maka disarankan Pihak *Clothing* Loccal Indonesia untuk memberikan pelayanan yang responsif di dalam menanggapi setiap pertanyaan, masukan, dan keluhan dari konsumen di media sosial dan di dalam inovasi produk seperti produk yang dihasilkan mempunyai kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harga yang dijual sehingga tetap menjadi

pelanggan sejati dan dapat terus bersaing dan menjadi pilihan utama konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, Muhammad Iqbal. 2015. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Sepatu Kulit Di Bandung*. [Online] Jurnal Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun Tahun 2015, Halaman 169-187.

Curatman, Aang. *et.al*. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. [Online] Jurnal LOGIKA, Vol. XVIII, No. 3, Desember 2016 p-ISSN: 1978-2560 e-ISSN: 2442-5176.

Dewanta, Rendi Kurnia dan I Putu Artama Wiguna. 2013. *Pengaruh Inovasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Proyek Pada Proyek Konstruksi*. [Online] Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIX 2 November 2013 ISBN : 978-602-97491-8-2.

Dewi, Sensi Tribuana. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. [Online] Jurnal Magister Manajemen Universitas Diponegoro Tahun 2006.

Djodjobo, Cynthia Vanessa dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. [Online] Jurnal EMBA, Vol.2 No.3, September. Hal. 1214-1224. ISSN 2303-1174.

Hajar, Siti Dan I Putu Gede Sukaatmadja. 2016. *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran*. [Online] E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 10, 2016: 6580-6609 ISSN:2302-8912.

Krisdiantoro, Danang. 2017. *Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. [Online] Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (PPs UMY) ISBN: 978-602-19568-4-7.

Pratolo, Suryo. 2015. *Teknologi Informasi Dan Peran Akuntan Manajemen Suatu Pendukung Manajemen Stratejik Dalam Pencapaian Keunggulan Kompetitif*. [Online] Jurnal Akuntansi & Investasi Vol. 1 No. 2 Hal: 68-76 ISSN: 1411-6227.

Rahmawati, Diana. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi*. [Online] Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 5 Nomor 1, April 2008.

Ranto, Dwi Wahyu Pril. 2015. *Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Kemampuan Inovasi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Yogyakarta Dengan Absorptive Capacity Sebagai Variabel Intervening*. [Online] Jurnal Siasat Bisnis Vol. 19 No. 2, Juli 2015 Hal: 132-145.

Salsabila, Denada Violy. *et.al*. 2016. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Terhadap Sikap Pengguna Sistem Informasi Akademik Mahasiswa*. [Online] Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 36 No. 1 Juli 2016.

Sugiyarti, Gita. 2016. *Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Batik Di Provinsi Jawa Tengah*. [Online] Jurnal Unisbank Semarang, 28 Juli 2016 ISBN: 978-979-3649-96-2.

Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Supra, Deswati. 2016. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan, Dan Kualitas Teknologi Informasi Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrual Pada Pemerintah Kabupaten Musi*

Banyuasin. [Online] ISSN-P 2407-2184, Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu (ACSY) Volume V, No. 2, Agustus 2016, h. 9-23.

Tampi, Nicky Hannry Ronaldo. 2015. *Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran*. [Online] Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015, Hal. 68-81 ISSN 2303-1174.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Widodo, Slamet. *et.al*. 2016. *Analisis Pengaruh Budaya Kerja Dan Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. [Online] Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Tahun 2016.