PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING PADA SENTRA TOPI MARGAASIH BANDUNG

Dede Ihya I[1] **Rizki Zulfikar**[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
Bheechee@gmail.com

ABSTRACT

Increasingly tough business competition, forcing every business company to survive by compete and also survive by choosing exactly which strategy will be run by company. The tightness of business competition today is of course felt also by small and medium entrepreneurs. Everyone agrees that the growth and development of the economy in a country can not be separated from the role of private entrepreneurs large, medium and small. The purpose of this study to find out how the use of information technology and product innovation on competitiveness.

Sampling method used is saturated sampling consisting of 64 respondents. The method of analysis in this study using descriptive and verifikatif analysis consisting of multiple linear regression analysis. Product moment correlation analysis, and coefficient of determination used to measure the magnitude of the influence of information technology and product innovation on competitiveness.

The result of the research based on descriptive analysis for the variable of information technology is on good enough category, product innovation variables are in good enough category, and competitiveness variable is in good enough category. Correlation test results show that information technology and product innovation have a significant effect on competitiveness. The results of hypothesis testing states that the influence of information technology and product innovation partially affect the competitiveness. In addition simultaneously information technology and product innovation affect the competitiveness

Keywords: Information technology, Product innovation, and Competitiveness

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin keras, memaksa setiap perusahaan bisnis untuk bertahan dengan bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan. Hanya perusahaan yang mampu menyesuaikan dengan keadaan lingkungan yang mampu bertahan dan mampu mengembangkan usahanya. Untuk itu, suatu perusahaan bisnis harus mampu memilih strategi yang tepat untuk perusahaan tersebut.

Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan dengan pesat, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan setiap pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mempunyai daya saing. Persaingan yang semakin ketat menuntut masing-masing UKM harus selalu melakukan yang terbaik dalam setiap kegiatannya. Agar tetap survive, produknya harus bisa diterima konsumen.

Semua orang sepakat bahwa tumbuh dan berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran para pengusaha swasta besar, menengah maupun kecil. Usaha kecil adalah perusahaan skala kecil yang mampu bertahan karena usaha kecil juga berperan dalam pemerataan perekonomian Indonesia dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta memiliki potensi menghasilkan devisa negara sebagai mana. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “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.” Dikutip dari https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah pada tanggal 27 Oktober 2017.

Pada halnya yang terjadi pada industri topi, khususnya di Kota Bandung. Dengan semakin banyaknya permintaan konsumen akan produk topi, maka banyak perusahaan yang berlomba – lomba untuk memproduksi berbagai macam ragam produk topi yang diinginkan oleh

konsumen. Salah satu jenis produk topi yang banyak sekali diminati belakangan ini adalah topi jenis *SnapBag*. Topi jenis ini menjadi salah satu jenis topi utama yang diproduksi oleh para pengusaha, karena banyaknya konsumen yang meminati topi jenis ini, dan menjadikan industri pembuatan topi, khususnya di Kota Bandung menjadi semakin kompetitif.

Berdasarkan data diatas pelaku usaha topi di kawasan Margaasih Bandung pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 pelaku usaha tidak mengalami keanaikan atau penurunan meskipun penjualan mereka menurun pada tahun 2013 ke 2014, karena para pelaku usah dapat mempertahankan penjualan usaha mereka. Akan tetapi pada tahun 2015 sampai dengan 2016 para pelaku usaha tidak bisa mempertahankan usahanya hal ini diperkuat dari data diatas pada 2015 dan 2016 para pelaku usaha mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya.

Berdasarkan tabel survey awal tentang teknologi informasi di Sentra Topi Margaasih Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada indikator intensitas teknologi informasi yaitu 73,3% pengusaha dalam mendesain produk belum menggunakan aplikasi teknologi informasi, Pada faktor kemudahan akses bekerjasama menyatakan 70% pengusaha belum melakukan pemasaran melalui internet. Dapat disimpulkan bahwa pengusaha yang ada disentra ini belum memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai kemudahan untuk memajukan usaha yang dimilikinya karena pengetahuan yang dimiliki pengusaha masih terbatas dalam penggunaan teknologi yang semakin berkembang.

Berdasarkan tabel survey awal tentang inovasi di Sentra Topi Margaasih Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada inovasi teknis yaitu 66.3% produk yang dipesan tidak bisa selesai sebelum deadline yang dijadwalkan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa pesanan yang ada terkadang mundur dari deadline yang di tetapkan karena beberapa faktor diantaranya adalah keterbatasan SDM yang dimiliki dan alat bantu produksi yang terkadang mengalami gangguan sehingga menganggu aktivitas produksi.

Berdasarkan tabel survey awal tentang daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada indikator harga bersaing yaitu 63.3% pengusaha sulit menerapkan harga yang cenderung lebih murah dibanding pengusaha di sentra ini. Pada faktor daya saing menyatakan 66.7% pengusaha yang ada tidak memiliki ciri khas berbeda dengan produk yang di produksi dengan pengusaha lain.

Dalam rangka meningkatkan daya saing yang dimiliki, maka Sentra Topi Margaasih Bandung harus meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dan informasi sehingga dapat menunjukan daya saing dengan kompetitor lain. Untuk itu penulis merasa tertarik dengan yang telah dipaparkan diatas maka penulis mengambil judul penelitian **"PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING PADA SENTRA TOPI MARGAASIH BANDUNG".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah di uraikan di atas penulis mengidentifikasikan masalah-masalah yaitu sebagai berikut:

1. Semakin banyaknya pengusaha yang bergerak di bidang usaha pembuatan topi di daerah Bandung.
2. Pengusaha yang ada belum memiliki ilmu yang cukup untuk menggunakan teknologi informasi secara baik.
3. Belum efektifnya dilakukan pemasaran melalui internet sehingga usaha yang ada disini belum cukup dikenal
4. Pemesanan produk yang dipesan oleh setiap konsumen tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan.
5. Ketidakmampuan pengusaha yang ada disentra untuk mempekerjakan karyawan yang khusus dalam mendesain produk yang mengikuti perkembangan zaman.

1.2.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap inovasi yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung

3. Bagaimana tanggapan responden terhadap daya saing yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
4. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan inovasi terhadap Daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung secara parsial dan simultan.

1.3Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai inovasi yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai daya saing yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan inovasi terhadap Daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung secara parsial dan simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai yang berguna bagi berbagai pihak. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penulis

Menambah pengetahuan khususnya mengenai teknologi informasi, inovasi dan daya saing serta sebagai bahan pembanding antara teori yang didapat dibangku kuliah dengan pelaksanaan dilapangan.

2. Penulis Lainnya

Hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat menjadi gambaran bagi penulis lainnya yang membutuhkan informasi tentang teknologi informasi, inovasi dan daya saing.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, serta dapat memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk mengetahui seberapa pentingnya teknologi informasi dan inovasi usaha untuk mendapatkan daya saing.

2. Pihak Terkait

Tulisan ini dibuat penulis diharapkan dapat mengembangkan dan menambah wawasan serta masukan informasi mengenai teknologi informasi dan inovasi terhadap daya saing.

3. Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna dan dapat menjadi tambahan informasi bagi pihak lainnya yang membutuhkan informasi mengenai teknologi informasi, inovasi dan daya saing.

2. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.1 Kajian Pustaka

a. Teknologi Informasi

Menurut Arief Rahmana (2009**)** Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan perangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menguhungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Menurut Bambang Warsita (2008:135) teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (hardware, software, useware) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna.

Menurut Lantip dan Rianto (2011:4) teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembanganya sangat pesat.

b. Inovasi Produk

Inovasi Produk Menurut Nelly et all; (2001) bahwa, inovasi produk menunjukan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk.

Menurut Thomas W. Zimmerer (2008:57) Bahwa, inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Menurut Dourgerty (1996) bahwa, inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, dan persaingan.

c. Daya Saing

Menurut Porter (2008:419) persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau

kegagalan perusahaan. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan yang dari hari ke hari semakin ketat maka setiap perusahaan harus mampu membaca peluang Daya Saing yang dimilikinya. Menurut Porter (2000) dalam penelitian Surachman (2007:4) mendefinisikan daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus akan mampu meningkatkan kinerja.

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

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Teknologi Informasi Terhadap Daya Saing

Menurut Arief Rahmana (2009**)** UKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat diera globalisasi ini arena semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Studi kasus di Eropa juga menunjukkan bahwa lebih dari 50% produktifitas dicapai melalui investasi di bidang TI. UKM dikatakan memiliki daya saing global apabila mampu menjalankan operasi bisnisnya secara reliable, seimbang, dan berstandar tinggi.

2.2.2 Inovasi Produk Terhadap Daya Saing

Menurut **Budi Hermana (2010)** menyatakan Proses inovasi yang berbasis manajemen pengetahuan tersebut harus dilakukan secara berkelanjutan agar perusahaan terus bertahan dengan tingkat daya saing yang tinggi. Inovasi bukanlah sesuatu yang sederhana dan juga bukan suatu resep mujarab yang bisa diperoleh dengan mudah oleh setiap organisasi yang mempunyai penyakit dengan gejala yang sama yaitu rendahnya daya saing.

2.2.3 Teknologi Informasi dan Inovasi Produk dan terhadap Daya Saing

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

2.3 Hipotesis

H_1: Variabel Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Daya Saing pada Sentra Topi Margaasih Bandung

H_2: Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Daya Saing pada Sentra Topi Margaasih Bandung

Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Topi Margaasih Bandung

3. Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:38) Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa objek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti dan dipelajari. Objek dalam peneitian ini adalah Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Pada Sentra Topi Margaasih Bandung, Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden para pengusaha Sentra Topi Margaasih Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian menurut Sugiyono (2009**)** adalah metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang

signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut :

"Desain Penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data."

Menurut **Sugiyono (2009:13)** penjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

Proses penelitian meliputi :

1. Sumber Masalah
   Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.
2. Rumusan Masalah
   Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut:
   a. Bagaimana tanggapan responden terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung.
   b. Bagaimana tanggapan responden terhadap inovasi produk yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
   c. Bagaimana tanggapan responden terhadap daya saing yang ada di Sentra Topi Margaasih Bandung
   d. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap Daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung secara parsial dan simultan.
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
   Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.
4. Pengajuan Hipotesis
   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (factual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing pada Sentra Topi Margaasih Bandung.
5. Metodologi Penelitian
   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.
6. Menyusun Instrument Penelitian
   Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data. instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari Sentra Topi Margaasih Bandung yang termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan data kuantitatif adalah dengan menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.
7. Kesimpulan
   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*Independent variable*)
   Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), Sugiyono (2009:39). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu Teknologi Informasi (X1) dan Inovasi Produk (X2).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)
   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, Sugiyono (2009:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Daya Saing (Y).

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator dan skala-skala variabel yang terkait dalam penelitian ini, secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel yang disajikan pada halaman 13.

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder.

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pengusaha yang menjadi objek penelitian. Data primer ini berupa data:
   a. Persepsi responden mengenai pemanfaatan teknologi informasi
   b. Persepsi responden mengenai inovasi produk
   c. Persepsi responden mengenai daya saing
2. Data skunder yaitu: sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan mauapun tidak dipublikasikan. Sementara untuk data sekunder diambil dari perpustakaan dan penelitian terdahulu.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Teknik Penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi yang di peroleh penulis pada sentra topi margaasih Kota Bandung adalah sebanyak 64 pelaku usaha. Sedangkan sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh* atau *sensus*, maka jumlah sampel yang akan diambil sama dengan jumlah populasi yaitu 64 sentra topi margaasih.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka *(Literary Research)*
   Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.
2. Studi Lapangan *(Field Research)*
   Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :
   a. Observasi
      Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan.Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan perusahaan. Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.
   b. Wawancara
      Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.
   c. Kuesioner
      Yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh

keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif / kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

3.2.5.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.Analisis ini digunakan dengan melibatkan variabel-variabel independen (X_1 dan X_2) dan dependen (Y).dan diuji dengan menggunakan:

a. Uji Asumsi Klasik
   - Uji normalitas
   - Uji multikolinearitas
   - Uji heteroskedastisitas
   - Uji autokorelasi

b. Analisis Korelasi

c. Analisis Koefisien Determinasi

3.2.5.3 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.Dan menggunakan Uji T dan Uji F.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh hasil persamaan regresi yang akan dibentuk adalah sebagai berikut dengan tabel yang terlampir pada halaman 15.

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, dalam hal ini variabel Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing, persamaan linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$\mathbf{Y= 2.003 + 0.462X_1+ 0.260X_2+}$$

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 2.003 artinya jika Teknologi informasi dan Inovasi produk bernilai 0, maka Daya saing akan tetap bernilai 2.003.

Koefisien Regresi Variabel Teknologi informasi sebesar 0.462 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Teknologi informasi sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Daya saing sebesar 0.462.

Koefisien Regresi Variabel inovasi produk sebesar 0.260 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan inovasi produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Daya saing sebesar 0.260.

4.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berdasarkan pengolahan SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.876 berdasarkan kriteria (0.81 – 1.00), korelasi Teknologi informasi dan inovasi produk dengan Daya saing memiliki tingkat korelasi tinggi.

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.795 berdasarkan kriteria korelasi (0.61 – 0.80) Inovasi produk dengan Daya saing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi.

4.3 Uji Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.767 atau 76.7% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Teknologi informasi dan Inovasi produk terhadap Daya saing sedangkan sisanya sebesar 23.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

4.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Dari output tabel 4.32 diatas didapatkan nilai f_{hitung}sebesar 100.295, 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 = 64 – 3 = 61 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 61) sebesar 3.15 dikarenakan f_{hitung}> f_{tabel} (100.295>3.15) 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 Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing di Sentra Topi Margaasih Bandung.

Dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 100.295 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Teknologi Informasi dan Inovasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Daya Saing di Sentra Topi Margaasih Bandung.

4.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Dari output tabel 4.30. diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Teknologi informasi (X_1) sebesar 5.933, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α/2 ; n-k-1) = 0.05/2 ; 64 – 2 – 1 = (0.025 ; 61) yaitu 2.000, dikarenakan t_{hitung} > t_{tabel} (5.933>2.000) dan sig (0.000< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Teknologi informasi terhadap Daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung.

Dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 5.933 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing di Sentra Topi Margaasih Bandung.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Informasi Terhadap Daya Saing Pada Sentra Topi Margaasih Kota Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi Informasi yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu intensitas teknologi informasi, investasi pada teknologi, kemudahan bertukar informasi, dan kemudahan akses bekerjasama. Pernyataan pengusaha mengembangkan informasi dengan media yang dekat dengan konsumen memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan pengusaha menggunakan teknologi sebagai media untuk mempromosikan produk memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan Teknologi Informasi pada pengusaha ini masih perlu dibenahi.
2. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan termasuk dalam kategori cukup baik, terdiri dari 3 indikator yaitu perubahan desain, inovasi teknis, dan

pengembangan produk, . Pernyataan pengusaha melakukan berbagai macam desain unik memperoleh skor tertinggi memperoleh kategori cukup baik, sedangkan pernyataan pengusaha memperluas pasar produk topi memperoleh skor terendah memperlihatkan perolehan cukup baik. Maka dari itu hal tersebut harus lebih dapat disadari oleh pengusaha.

3. Daya Saing yang ada termasuk dalam kategori cukup baik, terdiri dari 5 indikator yaitu harga bersaing, kualitas produk dan keunggulan bersaing, . Pernyataan pengusaha melakukan produksi yang baik untuk ketahanan produk yang memperoleh skor tertinggi kategori cukup baik, sedangkan pernyataan pengusaha menggunakan bahan yang sesuai dengan standar pembuatan topi yang memperoleh skor terendah kategori cukup baik. Maka dari itu Daya Saing dari setiap pengusaha harus lebih ditingkatkan untuk kemajuan usahanya yang ada.
4. Secara simultan dan parsial, penelitian ini menunjukan adanya pengaruh antara Teknologi Informasi dan inovasi terhadap Daya Saing, hal ini ditunjukan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari Teknologi Informasi dan inovasi terhadap Daya Saing pada Sentra Topi Margaasih Kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya mengenai Teknologi Informasi, informasi dan Daya Saing, yaitu sebagai berikut :

1. Penerapan Teknologi Informasi masih berjalan cukup baik, oleh karena itu adapun hal yang disarankan kepada para pengusaha adalah dengan mengikuti pengetahuan perkembangan zaman diantaranya adalah pengusaha harus lebih mampu mendesain produk dengan software yang semakin berkembang, selain itu pengusaha harus mampu memasarkan melalui jaringan media social atau internet agar perkembangan usaha yang dimiliki oleh pengusaha lebih berkembang karena kemudahan yang diperoleh oleh konsumen.
2. Inovasi yang ada pada perusahaan berjalan cukup baik, namun adapun hal yang disarankan kepada para pengusaha yaitu pengusaha diharapkan lebih inovatif dalam membuat produk yang menarik untuk konsumen. Selain itu ciri khas menjadi point penting bagi konsumen agar selalu mengenal produk yang ada dan bisa meluaskan pangsa pasar yang dimiliki oleh pengusaha tersebut
3. Daya Saing masih berjalan cukup baik. Namun terdapat hal yang disarankan untuk pengusaha adalah dengan memberikan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing dan menawarkan kualitas produk yang memiliki daya tahan yang baik sehingga konsumen lebih cenderung memilih produk yang ditawarkan oleh pengusaha tersebut.
4. Pengaruh antara Teknologi Informasi dan inovasi terhadap Daya Saing pada perusahaan bisa dibilang baik, pada kondisi ini harusnya bisa dimanfaatkan oleh pengusaha dalam mengembangkan Teknologi Informasi yang lebih berkembang sesuai dengan mengikuti perkembangan zaman dengan diikuti oleh inovasi yang diciptakan oleh pengusaha demi tercapainya Daya Saing yang diharapkan oleh perusahaan.

6. Daftar Pustaka

Boudreau, Marie-Claude, Loch, Karen D, Robey, Daniel, and Straud, Detmar. 1998. **Going Global: Using Information Technology To Advance The Competitiveness Of The Virtual Transnational Organization.** Academy of Management Executive.

Cooper , Donal R and William Emory, **Business Research Methods.Sixth editions,** Edisi Indonesia, Penerbit:Erlangga,Jakarta,1999

Deming, W. E. 1982. ***Quality, Productivity and Competitive Position*. M.I.T.** Center for Advanced Engineering Study.

Ghozali, Imam. 2001. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.** Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2006. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.** Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2009. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hana,Urbancova . 2013 **. *Competitive Adventage Achievment through Innovation and Knowledge*** . (Vol. 5, Issue 1, pp. 82-96, March 2013 ISSN 1804 171X

Hermana, Budi. **Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi sebagai Basis Inovasi di Perusahaan.**

Hays, W.L. 1969. ***Statistics*. London: Holt, Rinehart & Winston.**

Hudson MA, Smart A, Bourne M. 2001. **Theory and practice in SME performance measurement systems.** ***International Journal of Operations & Production Management* 21** (8): 1096-1115.

Husein Umar. 2002. ***Metode Riset Bisnis*.** Jakarta. PT. Gramedia.

Husein Umar. 2005. ***Metode Penelitian*.** Jakarta: Salemba Empat.

Jamal, Erizal. **Inovasi Teknologi Pertanian Mendukung Daya Saing Produk Pertanian.**

Khristianto, Wheny. 2012. **Penggunaan Teknologi Informasi di Usaha Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Wilayah Gedong Meneng)**Larsen, P. & A. Lewis. (2007). **Haw Award Winning SMEs The Barriers to Innovation**. *Journal Creativity and Innovation Management*, 141-151.

Li, S., Ragu-Nathan,B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. (2006). **"The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance,"** Omega 34 (2006) 107 – 124

Mulyana dan Sutapa.2014. ***Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion.*** Jurnal Manajemen Teknologi Vol.13 | No.3 | 2014

Narimawati, Umi, 2008. ***Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*.** Bandung: Agung Media.

Narimawati, Umi, Sri Dewi Anggadini dan Lina Ismawati. 2010. ***Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM.*** Bekasi: Penerbit Genesis.

Narimawati, Umi, 2010. **Metedologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi**. Jakarta: Genesis

Narimawati,Umi et all; 2011, ***Penulisan karya Ilmiah*.** Bekasi: Genesis

Nasution,M.N. 2005. ***Total Quality Management.*** PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Nur Indriantoro. 2002. ***Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*.** Cetakan 2. Yogyakarta: BPFE.

Parkman I.D., Samuel S.H,. and Helder . S.,2012 , **Creative Industries . Aligning Enteprenurial Orientation and Inovation Capacity,** Journal of Research in Marketing and Entepreneurship . Vol. 14, No 1 ,p.95-114.

Porter, M.E. 2004. ***The Competitive Advantages of Nations,*Harvard Business Review.**

Prabowo. 1996. ***Memahami Penelitian Kuantitatif*.** Yogyakarta: Andi Offset.

Putri, Mediany Kriseka, Ghina, Astri, dan Sandita, Febi. 2017. **Pen** Prabowo. 1996. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi Offset.**garuh Penggunaan Teknologi Komputer Terhadap Daya Saing Umkm Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung.** e-Proceeding of Management. ISSN 2355—9357

Rahmana, Arief. 2009. **Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah**

Saifullah, Mohammad Rizal. 2015. **Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi (Adopsi Inovasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada UMKM Kampung Sepatu Di Tambak Osowilangon, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya)**. Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik. ISSN 2303—341X

Setiyadi, Wigrantoro Roes. **Teknologi Informasi Dan Daya Saing**

Sugiyono. 2005. ***Metode Penelitian Administrasi.*** Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2007. ***Metode Penelitian.*** *Bandung*: Alfabeta

Sugiyono. 2009. ***Metode Penelitian Kuantitatif*****, Kualitatif dan R&D.** Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*****.** Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2014, ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D***, ALFABETA, CV. Bandung, ISBN : 979-8433-64-0.

Sugiyono. 2016. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***. Bandung: Alfabeta

Terziovski, Mile. 2010. ***Innovation Practice and its Performance Implications in Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Manufacturing Sector: A Resource-Based View*****.** Strategic Management Journal. 31 (8): pp. 892-902, which has been published in final form at http://doi.org/10.1002/smj.841

Terziovski , mile (2007). **Building Innovation Capability in Organization" An international cross-case perspective.** London: Imperial College Press. Chapter 1. 1-18

Zimmerer, T. W., dan Norman M. S. 2002. ***Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil.*** Edisi Bahasa Indonesia. Pratiknyo, S dan Tarmidzi, E. T. Jakarta: PT Prenhallindo

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Teknologi Informasi (X1)	teknologi informasi adalah semua teknologi yang digunakan untuk mengumpukan memproses dan	1. Intensitas Teknologi Informasi	- Tingkat penggunaan teknologi produksi	Ordinal

	menyebarkan informasi. (Sarosa dan Zowghi 2003)	2. Investasi pada teknologi 3. Kemudahan bertukar Informasi 4. Kemudahan akses bekerjasama	- Tingkat kemampuan pengetahuan pengusaha - Tingkat modal - Tingkat kesiapan SDM yang dimiliki - Tingkat kecepatan informasi - Tingkat gaya hidup konsumen - Tingkat kegiatan promosi - Tingkat keefektivan informasi	
Inovasi Produk (X2)	inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. (Thomas W. Zimmerer 2008:57)	1. Perubahan desain 2. Inovasi teknis 3. Pengembangan produk	- Tingkat perkembangan zaman - Tingkat keinginan konsumen - Tingkat harapan konsumen - Tingkat kepuasan konsumen - Tingkat frekuensi pembuatan produk baru - Tingkat modifikasi produk yang sudah ada	Ordinal
Daya Saing (Y)	persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Oleh karena itu untuk	1. Harga bersaing	- Tingkat harga yang ditetapkan	Ordinal

	menghadapi persaingan yang dari hari ke hari semakin ketat maka setiap perusahaan harus mampu membaca peluang Daya Saing yang dimilikinya. (Porter 2008:419)	2. Kualitas produk 3. Keunggulan bersaing	- Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk - Tingkat daya tahan produk - Tingkat kesesuaian kualitas dengan harga - Tingkat nilai yang dimiliki - Tingkat penjualan produk	

Hasil Estimasi Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.003	.642		3.120	.003
	Teknologi Informasi	.462	.078	.561	5.933	.000
	Inovasi	.260	.066	.370	3.916	.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876[a]	.767	.759	1.08604

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

b. Dependent Variable: Daya Saing

Koefisien Korelasi Parsial

Correlations

		Teknologi Informasi	Daya Saing
Teknologi Informasi	Pearson Correlation	1	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	64	64
Daya Saing	Pearson Correlation	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	64	64

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Inovasi	Daya Saing
Inovasi	Pearson Correlation	1	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	64	64
Daya Saing	Pearson Correlation	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	64	64

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876[a]	.767	.759	1.08604

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

b. Dependent Variable: Daya Saing

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.003	.642		3.120	.003
	Teknologi Informasi	.462	.078	.561	5.933	.000
	Inovasi	.260	.066	.370	3.916	.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.595	2	118.297	100.295	.000[a]
	Residual	71.949	61	1.179		
	Total	308.544	63			

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

b. Dependent Variable: Daya Saing