# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

## 2.1 Kajian Pustaka

### 2.1.1. Teknologi Informasi

#### 2.1.1.1. Definisi Teknologi Informasi

Teknologi diartikan sebagai ilmu terapan dari rekayasa yang diwujudkan dalam bentuk karya cipta manusia yang didasarkan pada prinsip ilmu pengetahuan. Menurut **Prayitno dalam Ilyas (2001),** teknologi adalah seluruh perangkat ide, metode, teknik benda-benda material yang digunakan dalam waktu dan tempat tertentu maupun untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Sedangkan menurut **Akhmad Fauzi** dalam bukunya *"Pengantar Teknologi Informasi"* (2008): Teknologi Informasi (Informotion technology-IT) adalah yang memanfaatkan komputer sebagai perangkat utama untuk mengolah data menjadi informasi yang bermanfaat.

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 **Mc Keown (2011)** mendefinisikan Teknologi Informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan untuk menggunakan informasi tersebut dalam segala bentuknya.

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.

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh **Lantip dan Rianto (2011:4)** teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembanganya sangat pesat.

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

### 2.1.1.2. Manfaat Teknologi Informasi

Menurut **Abdulhak (2005:413)** terdapat klasifikasi pemanfaatan Teknologi Informasi yaitu sebagai berikut :

1. Mengaktifkan jaringan

   Kebanyakan bisnis saat ini tidak hanya menggunakan situs web mereka secara efektif, tetapi mereka juga menggunakan website social networking seperti Twitter dan Facebook. Website ini memungkinkan sesorang atau organisasi untuk berbagi update berita dan informasi lainnya dengan cepat dengan satu sama lain dan dengan konsumen. Ini penyebaran informasi yang menguntungkan sangat penting dalam upaya perusahaan untuk memasarkan jasa dan produk. Teknologi informasi juga memungkinkan pelanggan untuk berkomentar berkaitan dengan barang yang mereka inginkan.

2. Menyediakan lapangan kerja

   Teknologi Informasi telah menciptakan tingkat konektivitas yang belum pernah terjadi sebelumnya, dengan program dan perangkat telekomunikasi memungkinkan bisnis untuk tetap terhubung secara global untuk gaya hidup mobile. Hasil akhirnya adalah berbagai besar kesempatan kerja bagi pekerja potensial di seluruh dunia. Selain itu, pekerja tidak lagi menghabiskan seluruh hari kerja mereka dalam bilik karena mereka sekarang dapat menggunakan telecommute.

3. Manfaat Pemasaran barang dan jasa

   Teknologi informasi menawarkan peluang perusahaan pemasaran yang sangat baik melalui Internet. Misalnya, perusahaan dapat melakukan riset online untuk mencari tahu apa sebenarnya yang diinginkan pelanggan dan kemudian membuat iklan yang menarik bagi orang-orang. Jika Anda pergi

ke sebuah situs web yang iklan liburan pantai, Anda cenderung melihat iklan mengenai tiket pesawat atau penjualan pakaian renang. TI membantu perusahaan untuk menjangkau audiens mereka dengan cepat dan efektif.

### 2.1.1.3 Indikator Teknologi Informasi

Menurut **Sarosa dan Zowghi (2003)** dalam electronic jurnal of information system evaluation vol. 6 issue 2 pp. 165-176, istilah teknologi informasi adalah semua teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan memproses dan menyebarkan informasi, adapun Indikator atau alat ukur dari Teknologi Informasi dapat diukur dengan 4 indikator sebgai berikut :

- Intensitas Teknologi Informasi

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

- Investasi pada teknologi

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

- Kemudahan bertukar Informasi

  Trend manusia pada saat ini lebih mudah dalam berinteraksi dan bertukar informasi umumnya melalui media sosial yang melekat sebagai gaya hidup di masyarakat. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha diharapkan

seorang pengusaha haruslah mampu mengembangkan hal tersebut untuk mempermudah seorang konsumen dalam berinteraksi.

- Kemudahan akses bekerjasama

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

### 2.1.2. Inovasi Produk

#### 2.1.2.1. Definisi 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. **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.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan inovasi produk adalah suatu cara bagi perusahaan untuk menuangkan sebuah pemikiran mengenai produk baru ataupun pengembangan produk yang sudah ada dengan kemasan yang lebih menarik untuk kemajuan sebuah perusahaan dan demi kepuasan seorang konsumen.

### 2.1.2.2. Konsep Inovasi Produk

Menurut **Wahyono (2008)** mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan
2. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerpkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Menurut **Rogers dalam LAN (2007:116)** mengatakan bahwa inovasi mempunyai atribut sebagai berikut:

1. Keuntungan Relatif

   Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.
2. Kesesuaian

   Inovasi juga sebaiknya mempunyai sifat kompatibel atau kesesuain dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. Kerumitan

   Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. Kemungkinan Dicoba

   Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase “uji publik”, dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. Kemudahan diamati

   Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana sebuah inovasi bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya.

#### 2.1.2.3 Strategi Inovasi Produk

Untuk melakukan sebuah inovasi, bisa memulainya dari hal-hal yang sederhana. Misalnya saja sebagai berikut :

1. Produk unik dan menarik

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

2. Manfaatkan teknologi modern

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

3. Meningkatkan kualitas SDM

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

4. Tingkatkan Pelayanan

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

Menurut **I Ketut Gede (2006. Hal : 104)** strategi inovasi adalah sebuah cara untuk mengatasi persaingan usaha. Dan didalam persaingan bisnis manufaktur terdapat 3 indikator yaitu : warna, material dan bentuk dari produk itu sendiri. Sebuah perusahaan bisnis tidak ada salahnya mencobanya untuk meningkatkan daya saing bisnis. Jangan pernah berhenti untuk berinovasi, karena para pesaing juga tidak pernah lelah untuk berkreasi. Seorang pengusaha bisa dikatakan sukses apabila mereka tidak hanya berhasil merintis sebuah usaha, namun juga berhasil memajukan bisnisnya di tengah gempuran pasar yang semakin hari semakin padat. Ramainya persaingan pasar dan munculnya beragam jenis peluang usaha menuntut para pengusaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi bisnis. Dikutip dari (http://strategiinovasi.google.com)\ Pada tanggal 27 Oktober 2017.

### 2.1.2.4 Proses Inovasi

Menurut **Buchari Alma (2010:10),** proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah : keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan

faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor environtment mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagipengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha, apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas.

Sedangkan menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2009:8)** proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna/manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memerhatikan "market oriented" atau apa yang sedang laku dipasaran.

### 2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk

Menurut **Thomas W. Zimmerer et all; (2008:57)** indikator inovasi produk yaitu:

1. Perubahan desain

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

2. Inovasi teknis

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

3. Pengembangan produk

   Pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk – produk baru, serta memperbaiki atau memodifikasi

produk – produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen.

### 2.1.3 Daya Saing

#### 2.1.3.1. Definisi 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.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah kemampuan suatu usaha untuk dapat bersaing dengan usaha yang lainnya

dengan mengandalkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dan menyesuaikan pangsa pasar yang ditujunya.

### 2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing

Daya saing yang diperebutkan oleh setiap perusahaan yang mencari keuntungan tidak semata – mata dilakukan dan dikejar, namun juga ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing tersebut menurut para ahli, diantaranya : Menurut **Tulus Tambunan ( 2008 : 5 ),** Daya saing dari perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting diantaranya:

- Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja
- Keahlian pengusaha
- Ketersediaan modal
- Sistem organisasi dan manajemen yang baik
- Ketersediaan teknologi
- Ketersediaan informasi
- Ketersediaan input – input lainnya seperti energi, dan bahan baku

Sedangkan pendapat lain dikemukakan oleh **Porter ( Tulus Tambunan, 2001 : 99 ),** yang menyatakan Faktor – faktor yang harus dimiliki oleh setiap negara atau perusahaan untuk dapat bersaing, antara lain :

- Teknologi
- Tingkat Enterpreneurship yang tinggi
- Tingkat Efisiensi atau produktifitas yang tinggi
- Kualitas atau mutu yang baik dari barang yang dihasilkan

- Promosi yang meluas dan agresif
- Pelayanan teknikal dan non teknikal yang baik
- Tenaga kerja dengan tingkat keterampilan
- Etos Kreatifitas serta motivasi yang tinggi
- Skala ekonomis
- Inovasi dan difirensiasi produk
- Modal dan saana serta prasarana yang baik
- Jaringan distribusi
- Proses produksi yang dilakukan dengan sistem Just in – time

### 2.1.3.3 Indikator Daya Saing

Indikator daya saing yang dipelajari adalah dilihat dari indikator-indikator keunggulan biaya, keunggulan diferensiasi, dan keunggulan fokus. Indikator-indikator daya saing tersebut menggunakan konsep Daya Saing dari **Michael Porter (1994).** Sedangkan menurut **Surrachman (2007:7)** Daya saing diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Tingkat sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar.
2. Tetap mempertahankan pendapatan.
3. Meningkatkan kemampuan kompetitif.

Menurut **porter (2008;419**) persaingan sangatlah penting bagi keberhasilan atau keunggulan perusahaan, **Porter (2008;419)** dalam **Tri Yulianto (2013),** menyebutkan bahwa ada beberapa indikator yang dapat mengukur daya saing antara lain :

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

## 2.2 Penelitian Terdahulu

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

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama | Judul | Kesimpulan | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Budi Hermana (2010) | MENDORONG DAYA SAING DI ERA INFORMASI DAN GLOBALISASI: PEMANFAATAN MODAL INTELEKTUAL DAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI BASIS INOVASI DI PERUSAHAAN | Modal utama yang sangat penting untuk mendorong laju inovasi adalah modal intelektual dan modal teknologi informasi yang harus dimanfaatkan secara integratif ke dalam proses bisnis. | Penggunaan variabel teknologi informasi dan inovasi sebagai variabel independen, serta daya saing sebagai variabel dependen | Penelitian yang dilakukan di sebuah perusahaan, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada UKM |
| 2. | Arief Rahmana, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 | PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN | UKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan | Penggunaan variabel teknologi informasi | Peneliti menggunakan variable inovasi sebagai variabel |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ISSN: 1907-5022 | DAYA SAING USAHA KECIL MENENGAH | daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. | sebagai variabel independen dan daya saing sebagai variabel dependen | independen |
| 3. | Mediany Kriseka Putri, S.K.G., M.A.B, Dr. Astri Ghina, S.Si., M.S.M, dan Febi Sandita e-Proceeding of Management : Vol.4, No.2 Agustus 2017<br><br>ISSN : 2355-9357 | PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI KOMPUTER TERHADAP DAYA SAING UMKM PADA SENTRA INDUSTRI KAOS SUCI BANDUNG | Penerapan teknologi komputer sentra kaos suci di Kota Bandung berkaitan dengan daya saing yang di capai para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. | Penggunaan variabel teknologi informasi sebagai variabel independen dan daya saing sebagai variabel dependen | Peneliti menggunakan variable inovasi sebagai variabel independen |
| 4. | Mohammad Rizal Saifullah Kebijakan dan Manajemen Publik : Volume 3, Nomor 2, Mei-Agustus 2015<br><br>ISSN 2303 - 341X | ADOPSI INOVASI DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA UMKM KAMPUNG SEPATU DI TAMBAK OSOWILANGON, KECAMATAN BENOWO, KOTA SURABAYA | Adopsi teknologi informasi pada UMKM kampung sepatu di Tambak Osowilangon, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya belum optimal dan sulit dilakukan. | Penggunaan variabel teknologi informasi dan inovasi sebagai variabel independen | Penggunaan variabel daya saing sebagai variabel dependen |
| 5. | Wheny Khristianto<br><br>Seminar Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat- Dies Natalis FISIP Unila | PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DI USAHA KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA USAHA KECIL MENENGAH | Pemanfaatan teknologi komputer oleh UKM di wilayah Gedong Meneng masih belum dioptimalkan | Penggunaan variabel teknologi informasi sebagai variabel independen | Penggunaan inovasi sebagai variabel independen dan variabel daya saing sebagai variabel |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Tahun 2012 | DI WILAYAH GEDONG MENENG) | untuk hal-hal yang memberikan nilai yang lebih strategis bagi perkembangan usaha. | | dependen |
| 6. | I Gemiharto<br><br>Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016 | PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENGEMBANGAN KAPASITAS INOVASI DAN DAYA SAING DAERAH (Studi Kasus Pemanfaatan Web Portal Inovasi KUKM dalam Pengembangan Kapasitas Inovasi dan Daya Saing Daerah oleh Komunitas Pengrajin Bordir di Kabupaten Tasikmalaya) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan inovasi dan daya saing daerah, memiliki peran signifikan dalam mendorong peningkatan kapasitas inovatif para pelaku KUKM. | Penggunaan variabel teknologi informasi dan inovasi sebagai variabel independen, serta daya saing sebagai variabel dependen | Penelitian yang dilakukan di komunitas pengrajin bordir, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Sentra Topi |
| 7. | Marie-claude Boudreau *Academy of Management Executive, 1998 Vol. 12 No. 4* | *GOING GLOBAL: USING INFORMATION TECHNOLOGY TO ADVANCE THE COMPETITIVENES OF THE VIRTUAL TRANSNATIONAL ORGANIZATION* | *Adoption of the virtual organization and its suporting technologies raises issues about the identity and culture of an organization* | Penggunaan variabel teknologi informasi sebagai variabel independen dan daya saing sebagai variabel dependen | Penggunaan variabel inovasi sebagai variabel independen |
| 8. | Paolo Guerrieri, Valentina Meliciani<br><br>*Structural Change and Economic Dynamics 16 (2005) 489–502* | *TECHNOLOGY AND INTERNATIONAL COMPETITIVENESS: THE INTERDEPENDENCE BETWEEN MANUFACTURING AND PRODUCER SERVICES* | *Technology policy focussing on the development and use of new technologies can impact positively on a country's competitiveness in FCB services, an area that is to be strategic for its high rate of growth and its linkages with the manufacturing sector.* | Penggunaan variabel teknologi informasi sebagai variabel independen dan daya saing sebagai variabel dependen | Penggunaan variabel inovasi sebagai variabel independen |
| 9. | Rajesh K. Singh and Suresh K. Garg | *THE COMPETITIVENESS OF SMES IN A* | *To sustain a fair level of competitiveness in* | Penggunaan variabel daya saing sebagai | Penelitian yang dilakukan pada UKM di China |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | *Management Research Review Vol. 33 No. 1, 2010 pp. 54-65* | *GLOBALIZED ECONOMY OBSERVATIONS FROM CHINA AND INDIA* | *both the domestic and global markets, SMEs must strive to utilize information and communication technologies to reach the right markets in costeffective ways.* | variabel dependen | dan India, sedangkan peneliti melakukan penelitian di Sentra Topi Cigondewah Bandung |

## 2.3 Kerangka Pemikiran

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

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

Selain inovasi, Teknologi informasi tentunya memliki peran penting dalam meningkatkan daya saing, mengingat teknologi informasi menawarkan bermacam keuntungan di samping memiliki kerumitan. Trend perkembangan teknologi informasi saat ini tertuju pada pertumbuhan dan perkembangan teknologi mobile yang pesat dengan keunggulannya dalam fleksibilitas. Perkembangan teknologi informasi di Indonesia tumbuh mengikuti tingkat literasi masyarakat, dari daerah

perkotaan menuju ke desa atau wilayah yang kecil. Teknologi informasi pada sektor bisnis sendiri cukup mendapat respon yang baik dikalangan pelaku usaha.

### 2.3.1 Teknologi Informasi Terhadap Daya Saing

Teknologi diartikan sebagai ilmu terapan dari rekayasa yang diwujudkan dalam bentuk karya cipta manusia yang didasarkan pada prinsip ilmu pengetahuan. Menurut **Prayitno** dalam **Ilyas (2001),** teknologi adalah seluruh perangkat ide, metode, teknik benda-benda material yang digunakan dalam waktu dan tempat tertentu maupun untuk memenuhi kebutuhan manusia.

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.

### 2.3.2 Inovasi Produk Terhadap Daya Saing

Inovasi sebagai suatu proses digambarkan sebagai proses yang siklus dan berlangsung terusmenerus, meliputi fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi **(Damanpour et all; dalam Brazeal, D.V. dan Herbert, T.T. 1997).**

**Prakosa (2005:51)** menjelaskan bahwa daya saing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru (hingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lain sejenis). Keunggulan daya saing tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.

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.

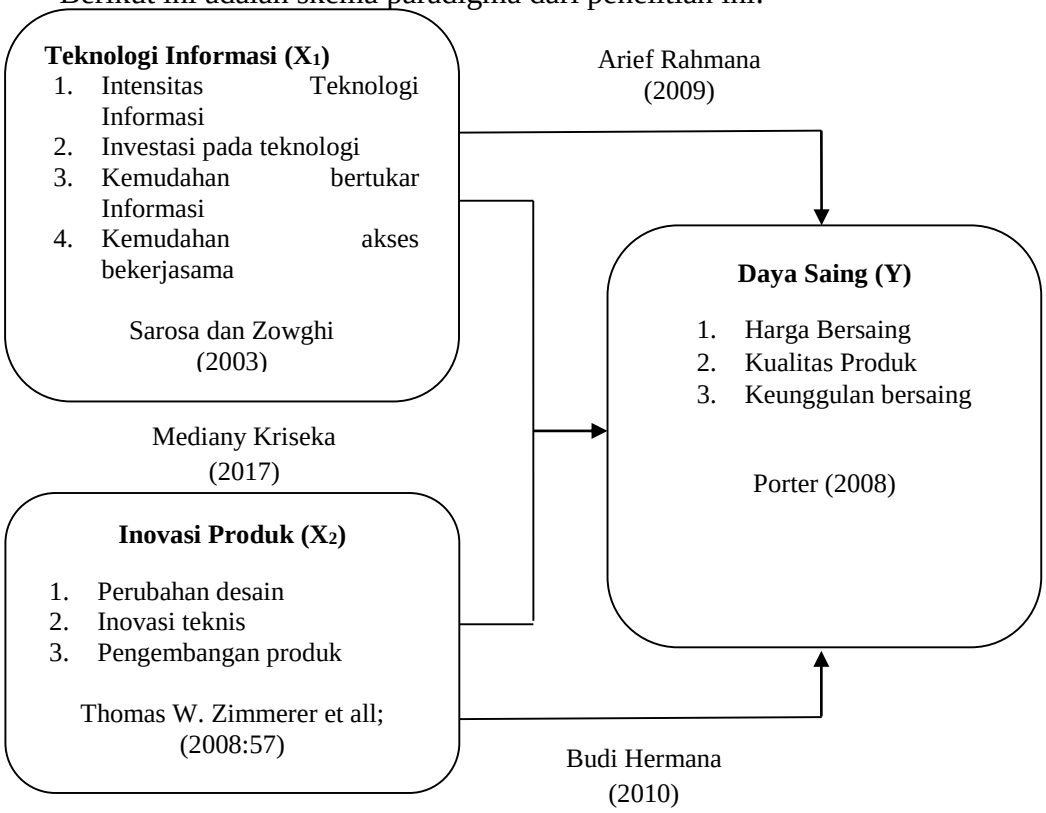
### 2.3.3 Teknologi Informasi dan Inovasi Produk dan terhadap Daya Saing

Inovasi teknologi menjadi semakin meningkat kompleksitas, biaya, dan resikonya sebagai timbal balik dari perubahan proses bisnis, tekanan persaingan yang tinggi, dan perubahan drastis dan cepat dari teknologi itu sendiri. Teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub sistem dari organisasi. Dengan demikian, teknologi memiliki implikasi kritis terhadap daya saing dan keuntungan jangka panjang.

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.

Berikut ini adalah skema paradigma dari penelitian ini:




**Gambar: 2.1**
**Skema Paradigma Penelitian**

## 2.3 Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2011:64)** menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut :

> "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta –fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik".

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

Sub 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