BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Penerapan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing pada pengusaha UKM Hijab di mall jatinagor town square, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan teknologi informasi pada zona mode mall jarinagor town square di ukur melalui tiga indikaror yaitu pengunaan internet dalam aktivitas bisnis ,kepuasan internaet dalam usaha dan membantu transaksi online.berdasarkan hasil analisis deskriptif penrapanteknologi informasi di zona mode mall jarinagor town square berada dalam kategori cukup. Hal ini dikaranakan kurangnya kemampuan dan kecakapan karyawan dalam menjalankan atau mengoperasikan computer, kurangnya pengalaman dalam bekerja dan bukan merupakan seseorang yang ahli dibidangnya seperti lulusan teknik atau komputer. Untuk indicator tertingi terdapat pada indicator penggunaanintrnet daklam aktivitas bisnis dan untuk indicator terlemahnya terdapat pada membantu transaksi online.
2. Inovasi produk pada zona mode mall jarinagor town square di ukur melalui tiga indikator yaitu : tingkat pengembangan produk, tingkat modifikasi produk pesaing, dan tingkat disain produk baru yang mengikuti tren. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Inovasi produk di zona mode mall jarinagor town square

berada dalam kategori cukup. Hal ini dikaranakan kurangnya kemampuan dan kecakapan karyawan dalam menjalankan atau mengoperasikan computer, kurangnya pengalaman dalam bekerja dan bukan merupakan seseorang yang ahli dibidangnya seperti lulusan teknik atau komputer. Hal ini disebabkan karena masih adanya beberapa dari distributor yang tidak bisa mengembangkan produknya sesuai dengan permintaan konsumen, karena keterbatasan teknologi yang dimilikinya seperti halnya dijaman sekarang ini yang banyak pedagang yang memamnfaatkan teknologi informasi untuk berjualan *online* namun ada beberapa pedagang atau distributor yang masih menjalankan usahanya dengan hanya berjualan di tempat. Sehingga mereka tidak mengetahui perkembangan teknologi atau permintaan pasar yang sedang diminati para konsumen. Untuk indikator tertingi terdapat pada indikator tingkat pengembangan produk dalam aktivitas bisnis dan untuk indikator terlemahnya terdapat pada tingkat modifikasi produk daya saing.

3. Daya saing pada zona mode mall jarinagor town square di ukur melalui tiga indikator yaitu : keunikan produk, kualitas produk dan daya saing. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Inovasi produk di zona mode mall jarinagor town square berada dalam kategori cukup. Hal ini disebabkan karena masih adanya beberapa dari distributor yang tidak bisa mengembangkan produknya sesuai dengan permintaan konsumen, karena keterbatasan teknologi yang dimilikinya seperti halnya dijaman sekarang ini yang banyak pedagang yang memamnfaatkan teknologi informasi untuk berjualan *online* namun ada beberapa pedagang atau distributor yang masih menjalankan usahanya dengan

hanya berjualan di tempat. Sehingga mereka tidak mengetahui perkembangan teknologi atau permintaan pasar yang sedang diminati para konsumen. Untuk indikator tertingi terdapat pada indikator keunikan produk dalam aktivitas bisnis dan untuk indikator terlemahnya terdapat pada kualitas produk daya saing.

4. Dari hasil hasil analisis dapat disimpulkan terdapat pengaruh Penerapan Teknnologi Informasi (X1) dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Daya Saing (Y) adalah sebagai berikut :
    a. Dari hasil pengujian secara parsial untuk menguji pengaruh Penerapan Teknologi Informasi (X1) terhadap Daya Saing pada zona mode Mall Jatinangor Town Square diperoleh hasil pengaruh yang signifikan terhadap Daya Saing dengan arah hubungan positif, maka semakin baik kemampuan Teknologi Informasi maka Daya Saing akan meningkat.
    b. Dari hasil pengujian secara parsial untuk menguji pengaruh Inovasi Produk (X2) terhadap Daya Saing pada zona mode Mall Jatinangor Town Square diperoleh hasil pengaruh yang signifikan terhadap Daya Saing dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Inovasi Produk maka Daya Saing akan meningkat.
    c. Dari hasil pengujian secara simultan yang dilakukan penulis membuktikan ada pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara variabel Penerapan Teknologi Informasi (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Daya Saing.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh Penerapan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing pada pengusaha UKM Hijab di mall jatinagor town square, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai penerapa terhadap Informasi pada indicator yang paling lemah yaitu membantu transaksi online, maka disarankan pelaku pada mode zona hijab Mall Jatinangor Town Square harus lebih bisa membina tenaga kerja dengan cara memberikan pelatihan baik softkill maupun hardskill.
2. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai penerapan terhadap Inovasi pada indikator yang paling lemah yaitu tingkat modifikasi produk pesaing, maka disarankan pelaku pada mode zona hijab Mall Jatinangor Town Square untuk berinovasi daalam menciptakan mode baru hijab yang sesuai dengan tren masa kini.
3. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai penerapan terhadap Daya Saing pada indikator yang paling lemah yaitu kualitas produk, maka disarankan pelaku pada mode zona hijab Mall Jatinangor Town Square untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar sesuai dengan kualitas produk diharapkan oleh konsumen.
4. Penelitian soal fenomena Daya Saing di zona mode hijab Mall Jatinangor Town Square disrankan untuk menggunakan variabel lain seperti kepribadian karena

kepribadian dengan beberapa dimensi menentukan keberhasilan seseorang dalam kesuksesan karier dan kinerja yang baik akan mencapai prestasi dan prilaku yang positif dalam bekerja.

Daftar Pustaka

Bagas Prakoso. 2009. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Vol.2 No.1

Cooper. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.

Cuevas-Vargas, Hector, et al., (2015). *The Use of ICTs and Its Relation with The Compeririveness of Mexican SMEs*. European Scientific Journal, Vol.11 No. 13

Crawford, C. Merle, and C. Anthony Di Benedetto. 2000. *New products Management*. McGraw-Hill. USA

Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3. pp. 1214-1224.

Dini Suci Ramadhani. 2014. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing* (Studi Kasus Pada Konsumen Damarindo Digital Printing) di Padang.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: BP Undip

GL. Hery Prasetya.(2009). *Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Aliansi Stratejik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Wilayah VI Jateng dan DIY).* Prestasi Vol. 5 No. 1 - Juni 2009 ISSN 1411 – 149

Gujarati, Damodar. (2009). *Dasar-Dasar Ekonometrika*.Jakarta: Erlangga.

Gujarati, Damodar. (20011). *Ekonometrika Dasar : Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga

Hasibuan, M.S.P. (20013), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, Jakart

Heri Setiawan. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang.* Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke-VIII. November. ISSN: 2085-1375.

Heri Setiawan. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Vol 13

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

Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Hsu, Shu-Hung (2012). *Effect Competitive Strategy, Knowledge Management and EBusiness Adoption on Performance.* The Journal of Human Resource and Adult Learning, Vol. 8, Taiwan : Nanhua University

Joesron, T. & Fathorrozi. (2014). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kinyua., et al., (2013).*The Social Media and Entrepreneuship Growth (A New Business Communication Paradigm among SMEs in Nairobi*. International Journal of Humanities and Social Science, Vol 3, No. 10

Lukas, B.A. dan Ferrel, O.C.T. 2000 : *The effect of Market Orientation On Product Innovation, Journal of Academy of Marketing Science*, 28 (2), 239- 247

Maharani, et. Al (2012) . *Faktor-faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia*. Jurnal Teknik Pomits. Vol. 1, No.1

Mardikanto, 2010. *Konsep Pemberdayaan Masyarakat*, Penerbit TS, Surakarta

Sari dan Hanoum, . (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling*. Jurnal Teknik ITS. Vol. 1

Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2008. "*Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*". *Juarnal Manajemen Pemasaran Petra*.Vol. 1, No. 2

Sudarmo, (2010). *Gaya Kepemimpinan Perempuan Bagi Efektifitas Organisasi* Modul tidak diterbitkan.

Payaman J. Simanjuntak .2011.*Manajemen Evaluasi Kinerja* .Edisi 3. Jakarta. Fakutas UI

Porter, Michael, E., 2010, "*Competitif Strategy", The FreePress*, New York.

Porter, Michael. 1994. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Porter. 1993. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Memperthankan*. Jakarta: Erlangga.

Porter, Michael. 1994. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Putu Sukarmen, Andi Sularso, Deasy Wulandari. 2013. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero).* Jurnal Ekonomi dan Akuntansi Manajemen (JEAM), Vol. XII, No. 2. September.

Robbins, Stephen P. (2001) *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontrovesi*, Aplikasi. PT Prenhallindo, Jakarta.

Sugiyono. 2005. *MemahamiPenelitianKualitatif. Bandung*: Alfabeta

Sugiyono 2009. *MetodePenelitianBisnis (PendekatanKuantitatif, Kualitatif, dan R&D*). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono 2010. *Metodepenelitiankualitatifdankuantitatif& RND*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Umi Narimawati. 2010. *Analisis Korelasi dan Regresi Untuk Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta : Penerbit Andy Ofset.

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

http://www.marketing.co.id/pasar-muslim-indonesia-yang-menggiurkan/)

http://www.infobdg.com/v2/daftar-butik-busana-muslimhijab-di-bandung/