

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Teknologi Informasi**

###### **2.1.1.1 Definisi Teknologi Informasi**

Untuk menjalankan suatu usaha diperlukan pemanfaatan teknologi informasi yang baik untuk proses produksi maupun pemasaran sehingga para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dan tidak tertinggal oleh para pesaing usahanya. Ada beberapa pengertian mengenai teknologi informasi.

**Thompson et al (1991; 1994)** dalam **Rahmawati (2008:109)** mendefinisikan “Pemanfaatan teknologi sebagai manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan”. **Porter dan Millar (1985)** dalam **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”.

**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 menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan teknologi informasi adalah alat yang dapat membantu manusia untuk mengolah, memproses suatu data dan menghasilkan suatu informasi yang bermanfaat dalam kegiatan bisnis. Dalam hal ini teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam proses produksi maupun pada saat memasarkan produk yang dibuat pelaku usaha tersebut.

#### **2.1.1.2 Manfaat dan Tujuan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi dewasa ini menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi. Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan teknologi informasi pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Adapun yang menjadi tujuan dari adanya teknologi informasi menurut **Sutarman (2009:17)** dalam **Nurmalasari (2013)**, “untuk memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan

pekerjaan”. Sedangkan Manfaat Teknologi informasi menurut **Soegoto (2014:504)** terdapat ada dua manfaat, yaitu :

#### 1. Manfaat Pribadi

- Teknologi Informasi membantu kita bekerja lebih cerdas dan bukan lebih keras.
- Teknologi Informasi membuat kita dapat bekerja jauh dari kantor.
- Teknologi Informasi membuat kita tau informasi meskipun sedang di perjalanan.

#### 2. Manfaat Bagi Bisnis

- Teknologi Informasi dapat membuat kita lebih dekat dengan konsumen.
- Teknologi Informasi dapat membantu kita untuk menurunkan biaya.
- Teknologi Informasi membantu kita agar lebih fleksibel.

### **2.1.1.3 Faktor-Faktor Pemanfaatan Teknologi Informasi**

**Menurut Thompson (1991)** dalam **Filiaty (2012)** adalah sebagai berikut :

#### 1. Faktor Sosial

Faktor sosial diartikan sebagaimana tingkat dimana seseorang individu menganggap orang lain meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan teknologi informasi. Faktor sosial ditunjukkan dari besarnya dukungan dari besarnya dukungan kerja, atasan dan organisasi.

## 2. Kesesuaian Tugas

Kesesuaian tugas teknologi informasi secara lebih spesifik menunjukkan hubungan pemanfaatan teknologi dengan kebutuhan tugas. Tugas diartikan sebagai segala tindakan yang dilakukan oleh individu dalam memproses inputan menjadi output. Karakteristik tugas mencerminkan sifat dan jenis tugas yang memerlukan bantuan teknologi.

## 3. Konsekuensi Jangka Panjang

Diukur dengan jangka panjang dari output yang dihasilkan apakah mempunyai keuntungan di masa yang akan datang, seperti peningkatan kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih penting. Untuk beberapa individu, motivasi untuk menggunakan teknologi informasi dapat dihubungkan dengan rencana pada masa yang akan datang tidak hanya memenuhi kebutuhan pada saat ini.

## 4. Kondisi Yang Memfasilitasi

Merupakan pemanfaatan teknologi informasi meliputi faktor obyektif yang ada di lingkungan kerja yang memudahkan pemakai dalam melakukan suatu pekerjaan. Dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi, kondisi yang memfasilitasi dapat dimasukkan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi.

## 5. Kompleksitas

Kompleksitas didefinisikan sebagai tingkat inovasi yang dipersepsikan suatu yang relatif sulit untuk dimengerti dan digunakan

## 6. Affect (Perasaan Individu)

Dapat diartikan bagaimana perasaan individu, apakah menyenangkan atau tidak menyenangkan. Dalam melakukan pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi.

### 2.1.1.4 Indikator Teknologi Informasi

Menurut **Thompson (1991;1994)** dalam **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.

## **2.1.2 Inovasi Produk**

### **2.1.2.1 Definisi Inovasi Produk**

Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut (**West 2000:18**) dalam **Djodjobo dan Tawas (2014:1217)**. **Thomas W. Zimmerer (2008:57)** dalam **Alamsyah (2015:177)** bahwa “Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan”. Menurut **Kusumo (2006: 22)** dalam Jurnal **Raeni Dwi Santi (2014:3)** mendefinisikan “inovasi sebagai mekanisme untuk menyesuaikan perusahaan secara dinamis lingkungan, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menciptakan pemikiran baru, ide dan penawaran baru produk inovatif dan peningkatan layanan pelanggan yang luar biasa.”

Menurut **Zimmerer (1996)** dalam **Suryana (2006:14)** dalam Jurnal **Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017:31)** “Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan

peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan “(*innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people’s live*). Menurut **Sandee (1995)** dalam Jurnal **Raeni Dwi Santi (2018:5)** mengatakan bahwa “inovasi adalah strategi penting bagi industri kecil untuk memperkuat posisi kompetitif mereka.”(*innovation is an important strategy for small industries to strengthen their competitive position*). Definisi dari gagasan inovasi produk oleh **Crawford dan De Benedetto (2009: 9)** dalam Jurnal **Raeni Dwi Santy (2014:3)** inovasi produk adalah "inovasi yang digunakan dalam operasi keseluruhan perusahaan tempat produk baru dibuat dan dipasarkan termasuk proses inovasi di semua fungsional / kegunaan".

Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan inovasi produk adalah suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen. Dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.

#### **2.1.2.2 Proses Inovasi Produk**

Menurut **Zimmerer** dalam buku **Buchari Alma (2009:71)** Inovasi adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat. 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.

### 2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk

Menurut Thomas W. Zimmerer et al; (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. 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 Keunggulan Bersaing

#### 2.1.3.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Menurut **Hajar dan Sukaatmadja (2016:6591)** Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan **Porter (1990:3)** dalam **Supranoto (2009)**. Menurut **Porter (1994)** dalam Jurnal **Raeni Dwi Santy (2018:4)** "Keunggulan kompetitif tidak dapat dipahami dengan melihat suatu perusahaan secara keseluruhan, tetapi memiliki keunggulan kompetitif asal, berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan

dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirim dan mendukung produk-produknya.

**Day dan Wensley (1998)** dalam **Slamet (2013:72)** mengemukakan bahwa keunggulan bersaing seharusnya dipandang sebagai suatu proses dinamis ketimbang sebagai hasil akhir. Dikemukakan pula sebagai suatu proses yang terdiri atas sumber keunggulan, keunggulan posisi, dan prestasi hasil akhir serta investasi laba untuk mempertahankan keunggulan. **Barney (2010:9)** dalam **Djodjono dan Tawas (2014:2017)** keunggulan bersaing adalah perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas.

### **2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing**

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

### **2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing**

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 mengidentifikasi peluang dengan caracara 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.

#### 2.1.4 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	Suryo Pratolo Jurnal Akuntansi & Investasi Vol. 1 No. 2 Hal: 68-76 ISSN: 1411- 6227)	Teknologi Informasi Dan Peran Akuntan Manajemen Suatu Pendukung Manajemen Strategik Dalam Pencapaian Keunggulan Kompetitif	Dari Hasil Pengujian Hipotesis Didapatkan Kesimpulan Penelitian Yaitu Teknologi Informasi Dan Peran Akuntan Manajemen, Berpengaruh Nyata Terhadap Pencapaian Keunggulan Kompetitif.	Tidak Sama Menggunakan Variabel Akuntan Manajemen Dan Manajemen Strategik.	Sama-Sama Menggunakan Variabel Teknologi Informasi Dan Keunggulan Bersaing Dalam Meneliti.
2	Arief Rahmana, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 ISSN: 1907- 5022	Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah	UKM Perlu Memanfaatkan TI Untuk Meningkatkan 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	Penggunaan Variabel Teknologi Informasi Sebagai Variabel Independen Dan Daya Saing Sebagai Variabel Dependen	Peneliti Menggunakan Variable Inovasi Sebagai Variabel Independen

			Ekspor Dan Peluang Bisnis Lainnya		
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 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 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	Setyani Sri Haryanti dan Linda Nursusila Jurnal ISSN 2337-568X AKTUAL Vol. 2 No. 1 Edisi Juni 2016	Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar Di Kabupaten Sukoharjo).	Hasil uji instrumen Penilaian Model Pengukuran (Outer Model) dengan Penilaian convergent validity memiliki loading factor terhadap konstraknya yang signifikan secara statistik, Penilaian Discriminant Validity memenuhi kriteria, Penilaian Composite Reliability seluruh item yang menjelaskan konstruk pada penelitian ini mempunyai reliabilitas yang cukup tinggi.	Sama-sama menggunakan variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing dalam meneliti.	Objek penelitian terhadap Kerajinan Gitar Kabupaten Sukoharjo.
6	Eko Budi Setiawan Jurnal Sains, Teknologi dan Industri, Vol. 12 No. 2, Juni 2015, pp.204-211	Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Kapasitas Inovasi Dan Daya Saing Daerah (Studi Kasus	Analisis Pengaruh Nilai Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan ETicketing Terhadap Loyalitas	Sama-sama menggunakan variabel Teknologi Informasi dan Keunggulan Bersaing dalam meneliti.	Objek penelitian terhadap PT. Kereta Api Indonesia.

	ISSN 1693-2390 print/ISSN 2407-0939 online	Pemanfaatan Web Portal Inovasi KUKM dalam Pengembangan Kapasitas Inovasi dan Daya Saing Daerah oleh Komunitas Pengrajin Bordir di Kabupaten Tasikmalaya)	Pengguna Jasa Kereta Api).		
7	Cherroun Reguia European Scientific Journal June 2014 /SPECIAL/ edition vol. 1 ISSN: 1857-7881 (Print) eISSN 1857-7431	<i>Product Innovation And The Competitive Advantage.</i>	<i>Company's continuance is related to its capacity in developing competitive advantages in its products that allows it to obtain customers' fidelity and widening its market share Through Product innovation.</i>	Sama-sama menggunakan variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing dalam meneliti	Tidak sama menggunakan variabel Teknologi Informasi.
8	Seongbae Lim dan Silvana Trimi Journal of Business & Management Volume 3, Issue 1 (2014), 01-12 ISSN 2291-1995 E-ISSN 2291-2002	<i>Impact Of Information Technology Infrastructure Flexibility On The Competitive Advantage Of Small And Medium Sized Enterprises.</i>	<i>Moreover, the result of the univariate analysis indicates that the SMEs' highest benefit of having ITIF is the improvement of product quality and an increased flexibility of product design. These results emphasize the importance of ITIF for SMEs and cloud computing, as a means for achieving this flexibility.</i>	Sama-sama menggunakan variabel Teknologi Informasi dan Keunggulan Bersaing dalam meneliti.	Tidak sama menggunakan variabel Inovasi Produk.

## 2.2 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 penjual keripik 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)** dalam **Rahmawati (2008:109)**.

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.

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 dalam **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 pengusaha keripik singkong pedas 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)**.

### **2.2.1 Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Menurut **Arief Rahmana (2009)** UKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era 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.

Informasi merupakan alat bagi manajemen untuk secara efisien dan efektif mencapai tujuannya, sehingga dalam era sekarang ini peran penting teknologi informasi telah diakui sedemikian rupa. Dalam perkembangan selanjutnya, perubahan peran teknologi informasi yang mula-mula sebagai alat efisiensi menjadi enabler bagi perusahaan dalam meraih keunggulan kompetitif ini telah memunculkan istilah baru: strategic information system atau bahkan information as competitive weapon **Indriantoro (1996)** dalam **Pratolo (2015)**. Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

### **2.2.2 Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan menurut **Curatman, et.al. (2016:62)**. Menurut **Hurley dan Hult (1998)** dalam **Haryanti dan Nursusila (2016)** yang menyatakan bahwa perusahaan dengan inovasi produk yang lebih besar akan lebih berhasil mencapai keunggulan bersaing. Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

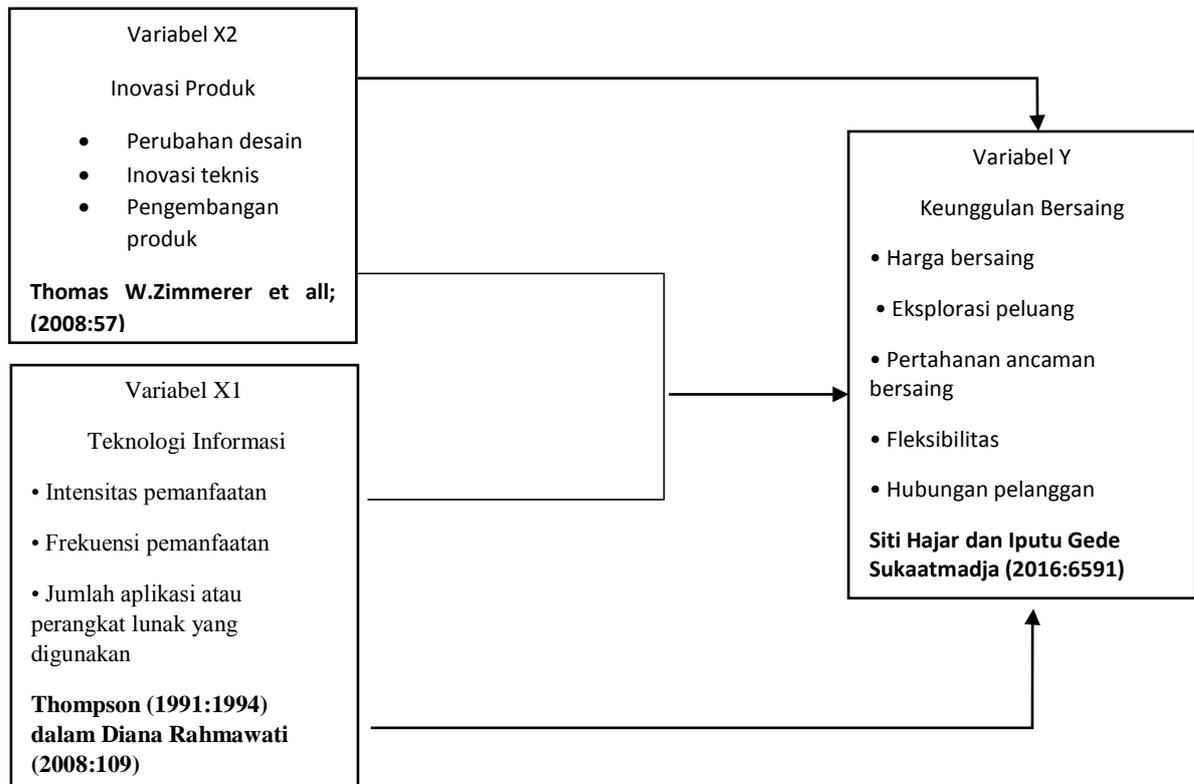
### **2.2.3 Teknologi Informasi dan Inovasi Produk dan terhadap Keunggulan Bersaing**

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Dewanta dan Wiguna (2013)** dan penelitian yang dilakukan oleh **Setyawati, et.al. (2014)** diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing. 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.

Teknologi informasi dan inovasi produk dapat berpengaruh bersamaan terhadap keunggulan bersaing sebuah perusahaan karena kedua variabel tersebut di dalam dunia bisnis sangatlah penting karena dapat menentukan sebuah perusahaan dapat unggul atau tidak dengan kompetitornya. Keunggulan bersaing yang diharapkan adalah keunggulan bersaing yang berkelanjutan, sehingga bisa menopang dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitornya serta kondisi pasar yang kurang baik. Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Dan berikut ini merupakan gambar paradigma berfikir dari penelitian ini :

### Paradigma Penelitian



**Gambar 2.1**

### 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:

H1: Variabel Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas di Cimahi

H2: Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas di Cimahi

Hipotesis Utama: Terdapat pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas di Cimahi.