

**ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN
INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI**
(Studi Pada UKM makanan di kota Semarang)

KAISAR ADIETYA

Miyasto dan Y Sugiarto
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas
Diponegoro

Small and Medium Enterprises (SMEs) are small-scale economic activities which were built based on owners' initiatives to sell a variety of products. Based on the data from Central Agency Statistics, statistics showed a decline of numbers in food industry SMEs and the annual production had been decreasing during the year 2013-2015. Therefore, this study was conducted to determine how to improve the organizational performance of the SMEs in food industry, especially in Semarang city.

This research was conducted by analyzing the factors that affect organizational performance using variables such as information technology, innovation and competitive advantage variable as an intervening variable. This research developed a theoretical model by proposing five hypotheses to be tested using Structural Equation Model (SEM) as the analytical tool. Respondents of this study are SMEs of food industry in Semarang which amounted to 119 respondents.

The results of data processing by using SEM for the theoretical models have met the Godness of Fit as follows: Value Chi Square = 45.151; df = 48; p = 5%; Probability = 0.340; GFI = 0.869; AGFI = 0.907; TLI = 1.006; CFI = 1.000; RMSEA = 0.000. The results show that the model is feasible to use. The results of this study indicate that the performance of the organization improves along with excellent information technology and competitive advantage, but the results of this study show that innovation does not positively affect organizational performance improvement.

Keywords: Information Technology, Innovation, Competitive Advantage and Organizational Improvement

I. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) bertumbuhnya pesat di Indonesia, ide-ide muncul berkat suatu inovasi yang dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk memperkuat posisi pasarnya. Sikap seorang pelaku usaha sebagai penganut inovasi adalah bagaimana cara pandang untuk melakukan perubahan yang bukan hanya untuk saat ini atau hari ini melainkan juga perubahan untuk hari esok agar dapat mulai mempersiapkan atau mengantisipasi dinamika persaingan pasar (Hana 2013). Inovasi juga dapat tercipta seiring perusahaan melihat banyak kompetitor yang muncul sehingga perusahaan mampu mengkombinasikan keunggulan kompetitor-kompetitor menjadi suatu keunggulan baru bagi perusahaan (Ofori et al. 2015). Dampak dari inovasi juga berkontribusi dalam penciptaan karakter yang bermanfaat agar lebih mudah diingat serta berpengaruh kepada peningkatan profit perusahaan, dimana profit tersebut berperan untuk kesejahteraan seluruh elemen perusahaan (Waheed et al. 2013)

Inovasi kaitanya dengan pelaku usaha kecil dan menengah perlu menerapkan peran teknologi informasi usahanya, hal ini dilakukan karena pengaruh globalisasi terhadap pesatnya perkembangan informasi sebagai wujud pengetahuan yang baru. Teknologi informasi juga berguna dalam hal mempercepat proses produksi dan memasarkan produk dengan cara lain seperti dilakukannya penjualan secara online (Setyawati 2014), bukan hanya itu perusahaan juga terbantu dengan dampak eksistensi perusahaan dalam persaingan di pasar yang sejenis (Aslizadeh 2014).

Pesaing menjadikan perusahaan menggunakan teknologi informasi untuk melakukan penetrasi pasar kepada kompetitor usaha dengan cara diferensiasi hasil usaha (Cakmak & Tas 2012). Teknologi informasi memberikan kemudahan bagi konsumen atau calon konsumen untuk dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun, keuntungan lain juga didapat ketika perusahaan dapat memantau apa saja perubahan atau strategi yang dilakukan pelaku usaha sejenis kepada perusahaannya (Chukwunonso et al. 2007). Selain dapat digunakan perusahaan untuk melakukan pemantauan kegiatan kompetitor, teknologi informasi juga dapat berfungsi sebagai tambahan informasi kepada perusahaan mengenai hal baik apa saja yang belum dilakukan perusahaan untuk menambah daya saingnya di pasar. Hal ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang berada di negara berkembang dimana mereka memantau inovasi yang dilakukan oleh perusahaan di negara maju dalam menambah nilai jual akan hasil produknya (Ling et al. 2013). Inti dari fungsi teknologi informasi adalah terciptanya efisiensi untuk mengurangi pemborosan yang dilakukan oleh perusahaan (Moghavvemi 2012). Terdapat banyak model kepengurusan organisasi dimana ada perbedaan tentang bagaimana cara memilih, membangun, menyebarkan, dan melindungi inti Kompetensi dari perusahaan tersebut (Associate 2012).

Kinerja organisasi yang bagus pada akhirnya menghasilkan beberapa hasil karya yang dinikmati kemudian menghasilkan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Keunggulan bersaing yang telah diraih perusahaan seharusnya dapat terus dipertahankan karena dengan adanya keunggulan makin banyak kompetitor yang memperhatikan titik langkah perusahaannya, oleh karena itu perusahaan harus terus konsisten dalam menjaga keunggulannya (Russell & Millar 2014).

Keunggulan bersaing dapat juga dilihat dengan melalui evaluasi pelanggan yang dapat diciptakan perusahaan melalui fasilitas-fasilitas pelayanan yang dapat menampung segala macam keluhan atau saran yang ditujukan konsumen untuk perusahaan demi perbaikan menuju yang lebih berkualitas. Pengaturan strategi yang baik menjadi kunci kesuksesan bagi perusahaan untuk dapat menjadi yang terdepan dengan adanya antisipasi dalam persaingan pasar (Tarabieh et al. 2015).

UKM adalah Usaha Kecil dan Menengah yang bergerak dalam semua jenis usaha seperti fashion, kuliner, IT, ritel dan lain sebagainya. UKM juga merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini dilakukan pada UKM sektor makanan di kota Semarang. Alasan penelitian ini dilakukan pada UKM makanan di kota Semarang dikarenakan adanya penurunan angka pertumbuhan pelaku usaha besar sedang dan kecil sektor makanan yang diungkapkan melalui data badan pusat statistik yang diperoleh pada tahun 2013-2015. Data jumlah UKM sektor makanan dan pertumbuhan indeks produksi tahunan UKM sektor makanan dapat dilihat pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah UKM Sektor Makanan Tahun 2013-2015

| Ukuran Industri | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------|--------|-------|-------|
| Usaha Menengah | 5795 | 5793 | 5741 |
| Usaha Kecil | 158651 | 73066 | 65690 |

Sumber: Badan Pusat Statistik (Data dalam satuan Unit)

Tabel 1.2
Pertumbuhan Indeks Produksi Tahunan UKM Tahun 2013-2015
(Sektor Makanan)

| Ukuran Industri | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------|-------|------|------|
| Usaha Menengah | 17.58 | 7.65 | 7.36 |
| Usaha Kecil | 6.01 | 4.76 | 4.57 |

Sumber: Badan Pusat Statistik

Data pada Table 1.1 diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah usaha menengah dan kecil sektor makanan pada tahun 2013 ke tahun 2015. Hal tersebut menjadi pertanyaan apakah kurangnya inovasi yang dilakukan pelaku Usaha tersebut sehingga tidak bisa bersaing oleh kompetitornya sehingga mengalami kerugian yang berakibat pada ditutupnya usaha karena mengalami kebangkrutan. Pada Table 1.2 pertumbuhan Indeks produksi UKM sektor

makanan dari tahun 2013-2015 yang mengalami penurunan pertumbuhan yang memperlihatkan data bahwa terjadi penurunan dari sepanjang tahun 2013 sampai dengan tahun 2015, data tersebut secara tidak langsung menggambarkan bahwa terjadi penurunan dari sisi kinerja UKM. Hal tersebut membuat keprihatinan karena UKM merupakan salah satu penyumbang atau penyokong terbesar perekonomian Indonesia dan mempunyai peran utama dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Permasalahan yang ada pada tesis ini adalah masih ada gap antara pengaruh keunggulan bersaing ke kinerja organisasi dan penurunan jumlah UKM sektor makanan yang disebabkan karena penurunan jumlah produksi yang berakibat pada penurunan kinerja. Permasalahan tersebut menyebabkan ditutupnya beberapa UKM yang disebabkan karena pertumbuhan produksi perusahaan yang menurun, oleh karenanya yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana meningkatkan kinerja organisasi UKM makanan?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diajukan 5 pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut :

1. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi?
4. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi?
5. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi?

II. TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah proses pertukaran data dan pesan tanpa kendala ruang dan waktu. Teknologi informasi juga diartikan sebagai seperangkat alat yang berbeda meliputi *hardware*, teori informasi, jaringan data, *workstation* dan kecerdasan buatan (robotika), bahwa penggunaan informasi tersebut sebagai proses sistematis yang digunakan untuk melaksanakan sebuah kegiatan. (Aslizadeh, Ahmad, 2014).

Teknologi informasi didefinisikan sebagai seperangkat teknologi yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menghasilkan, proses, dan menyebarkan informasi dalam setiap bentuk. Oleh karena itu, teknologi informasi menyediakan dukungan untuk operasional perusahaan secara efektif dan efisien. Teknologi informasi berguna untuk mengurangi biaya dalam kegiatan bisnis, terutama bagi UKM untuk mengalokasikan dan menyimpan anggaran mereka untuk penggunaan lainnya (Muafi dan Roostika, Ratna, 2014)

Teknologi informasi tidak hanya berkaitan dengan teknologi komputer dan bukan juga untuk mengolah atau memperoleh informasi, tetapi juga untuk memperbaiki cara berkomunikasi. Teknologi informasi dapat juga diartikan bahwa segala bentuk teknologi yang dibuat meliputi segala bentuk teknologi yang terlibat dalam menangkap, memanipulasi, berkomunikasi, menyajikan dan menggunakan data. Oleh karena itu teknologi informasi menyangkut segalanya mengenai hardware ataupun software, perangkat peripheral yang melekat pada computer, perangkat komunikasi, jaringan yang menghubungkan internet dan foto

copy, mesin faksimili, telpon seluler, terkait perangkat nirkabel yang dikendalikan mesin pabrik, robot, dan perekam video, (Nustini, Yuni, 2003). (Gareau 2004) dalam jurnalnya berpendapat bahwa teknologi informasi adalah sebuah alat potensial dalam memerangi dan membantu kebutuhan masyarakat. Teknologi informasi juga dapat diartikan sebagai perangkat atau proses yang memfasilitasi atau menjembatani komunikasi orang yang satu ke orang yang lainnya sehingga segala bentuk komunikasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik. Bidang teknologi informasi meliputi berbagai metode dan alat termasuk analisis sistem dan desain metodologi, alat pemrograman dan metodologi, perangkat keras komputer, perangkat lunak komputer, teknologi penyimpanan, teknologi telekomunikasi (internet), dan sistem informasi yang terintegrasi dimana menggabungkan semua elemen yang tersebut diatas kedalam suatu sistem. Oleh karena itu teknologi informasi alat yang terbaik dalam mendeteksi masalah-masalah yang terjadi di masyarakat.

Pada UKM Teknologi Informasi juga dapat bermanfaat, berikut ini penjelasan pemanfaatan IT pada UKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok:

- a) Pengembangan internal dimana UKM dapat menggunakan dan mengembangkan IT untuk memecahkan masalah sumber daya internal perusahaan;
- b) Pengembangan eksternal dimana UKM dapat menggunakan dan mengembangkan perangkat lunak TI untuk penggunaan eksternal;
- c) Komersial off diri (COTS) pelaksanaan dimana UKM dapat memperoleh produk dengan atau tanpa adaptasi IT

2.2. Inovasi

Inovasi adalah pengenalan sesuatu hal yang baru sebagai wujud keberhasilan suatu hal yang baru tersebut yang menjadikan sesuatu menjadi lebih baik. Inovasi juga dapat dinyatakan sebagai perwujudan, kombinasi, atau sintesis ilmu pengetahuan yang asli, relevan, produk yang bernilai baru, sebuah proses, atau jasa. Inovasi biasanya melibatkan kreativitas, namun keduanya tidak identik. Inovasi melibatkan tindakan atau ide-ide kreatif untuk membuat beberapa perbedaan secara spesifik dan nyata dalam domain dimana inovasi dibuat. Inovasi juga memuat transformasi suatu ilmu pengetahuan menjadi produk yang baru, yang bisa diproses juga dalam bentuk jasa guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Inovasi juga meliputi proses teknis, fisik, dan pengetahuan yang bertujuan utama untuk mengembangkan produk. Sedangkan inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktik organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru (Ofori, Daniel, 2015).

Inovasi adalah proses menciptakan produk komersial dari suatu penemuan. Manfaat dari suatu inovasi yang paling khas adalah memberikan pengetahuan,

membangun suatu merek, membangun suatu wadah baru dalam bentuk komunitas yang baru, dan membuat suatu budaya baru. Alasan beberapa perusahaan melakukan sebuah inovasi adalah inovasi membuat keuntungan bagi perusahaan, inovasi yang menghasikan produk atau jasa dengan biaya rendah atau inovasi yang memberikan diferensiasi pada produk sehingga memberikan harga yang lebih untuk tambahan biaya diferensiasi tersebut. Inovasi yang berhasil terjadi ketika produk diterima dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan proses inovasi dapat dilihat ketika rangkaian adopsi dari suatu hal yang sudah ada kemudian dilakukan diferensiasi sehingga tercipta hal yang lebih baru yang nilai dan manfaatnya dirasakan lebih (Ibrahim 2009).

2.3 Keunggulan Bersaing

Sebuah keunggulan kompetitif bermakna jika hal itu berkaitan dengan aspek yang dihargai oleh pasar. Pelanggan perlu merasakan perbedaan yang konsisten dalam aspek penting antara produk produsen atau jasa dan orang-orang dari pesaingnya. Perbedaan ini harus berhubungan dengan beberapa aspek produk / pengiriman yang termasuk kunci membeli kriteria untuk pasar. "Aspek produk / pengiriman variabel-variabel yang mempengaruhi persepsi pelanggan dari produk atau layanan, kegunaannya dan ketersediaannya. Beberapa contoh aspek tersebut adalah kualitas produk, harga dan layanan purna jual. Kriteria yang membeli kunci adalah variabel dan kriteria bahwa pelanggan digunakan dalam membuat keputusan pembelian mereka. Mereka berbeda untuk industri yang berbeda dan segmen pasar yang berbeda.

Menciptakan keunggulan kompetitif, perusahaan perlu mempunyai kemampuan untuk memanfaatkan kemampuan untuk menangani masalah tertentu sebagai kemampuan tumbuh dari waktu ke waktu, untuk memanfaatkan dan menciptakan sumber daya baru, seperti keterampilan (melalui teknologi baru atau aplikasi perangkat lunak), atau untuk membuka peluang baru untuk pengembangan jenis baru produk. Sebuah perusahaan dikatakan memiliki keuntungan kompetitif ketika perusahaan melaksanakan strategi penciptaan nilai yang pada prosesnya akan menghasilkan tenaga-tenaga profesional. Akhirnya, hasil kinerja yang unggul dan keunggulan dalam produksi mencerminkan keunggulan kompetitif (Associate, S.A, 2012).

Keunggulan kompetitif adalah keuntungan lebih dari pesaing yang diperoleh dengan menawarkan konsumen nilai yang lebih besar, baik dengan cara harga yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi, Porter (2001). Porter (2001) mendefinisikan keunggulan kompetitif sepanjang tiga dimensi yaitu biaya, diferensiasi dan fokus dengan pesaing yang mencoba untuk mengatur diri mereka untuk dapat lepas dari "kepuangan" dengan tanpa keunggulan kompetitif. Porter menunjukkan bahwa diferensiasi menghasilkan sebuah biaya lebih rendah dibandingkan dengan pesaing. Diferensiasi adalah satu-cara untuk meraih keunggulan kompetitif. Biasanya, hal ini berasal dari organisasi skala besar mengembangkan efisiensi mereka karena pengalaman berulang mereka dari proyek yang dikerjakan atau menggunakan kekuasaan mereka untuk meningkatkan biaya yang lebih rendah. Cara lain untuk mendapatkan keuntungan

kompetitif adalah berhubungan dengan nilai yang dilihat oleh pelanggan, baik melalui unsur-unsur yang menarik dan spesifik dalam penawaran (diferensiasi) atau membuat konsumen merasa bahwa semua kebutuhan mereka sudah ditemukandengan kualitas terbaik dan harga yang bersaing.

Keunggulan kompetitif adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan. Banyak prioritas kompetitif diidentifikasi dalam literatur. Bahkan, Putih berbagai literatur menemukan beberapa langkah untuk memperoleh keunggulan bersaing (Russel, Suzana N, 2014).

2.4 Kinerja Organisasi

Kinerja organisasi dapat dilihat sebagai suatu konstruksi multi-dimensi yang terdiri dari lebih dari sekedar kinerja keuangan. Kinerja organisasi digambarkan sebagai sejauh mana organisasi ini mampu memenuhi kebutuhan stakeholder dan kebutuhan sendiri untuk bertahan hidup. Kinerja organisasi diukur dari segi ROA (*Return on asset*) dan rasio pertumbuhan penjualan sebagai Rasio ini mengukur rasio kinerja keuangan (Majeed, S., 2011).

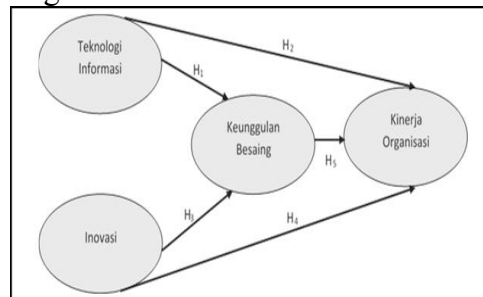
Komponen kinerja organisasi adalah kinerja pasar dan kinerja keuangan yang dapat dan laba atas investasi dan laba bersih untuk kinerja keuangan. Dimensi lebih lanjut dalam pengukuran kinerja yang berdasarkan sumber data kinerja. Data primer yang dikumpulkan langsung dari perusahaan ke sekunder Data yang dikumpulkan dari sumber eksternal dan database. Dalam kepuasan pelanggan, jumlah keluhan, penjualan dan pangsa pasar untuk kinerja pasar. Singkatnya, kinerja organisasi adalah membangun multi dimensi mulai dari kinerja keuangan atau kinerja pasar di perusahaan sempit untuk kinerja organisasi di luasnya. Kinerja organisasi harus diukur secara subjektif bila memungkinkan untuk memeriksa pengaruh bahwa orientasi pelanggan dan layanan tambahan memiliki lebih dari itu (Tarabieh, Saaed M.Z A, 2015).

Kinerja organisasi adalah elemen paling penting dalam manajemen dan bisnis penelitian. Berbagai macam definisi kinerja perusahaan telah diusulkan dalam literatur dimana sering mengacu pada seberapa efisien dan efektif suatu perusahaan memanfaatkan sumber daya dalam menghasilkan hasil ekonomi. Dalam literatur strategi bisnis, ada dua aliran utama pemikiran tentang faktor-faktor penentu kinerja organisasi. Pengukuran kinerja dapat dibagi menjadi empat tahap: desain, implementasi, penggunaan, dan pemeliharaan sistem pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja sendiri sebagai proses mengukur efisiensi dan efektivitas tindakan. Pengukuran kinerja juga dapat didefinisikan mengukur input, output, atau tingkat aktivitas dari suatu peristiwa atau proses, (Abdi, Abdiaziz Mohamed, 2013).

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan uraian dalam kajian pustaka, maka dapat digambarkan ke dalam

kerangka pemikiran sebagai berikut:



Berdasarkan model kerangka pemikiran teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: “Teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing”

H2: “Teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi”

H3: “Inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing”

H4: “Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi”

H5: “Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi”.

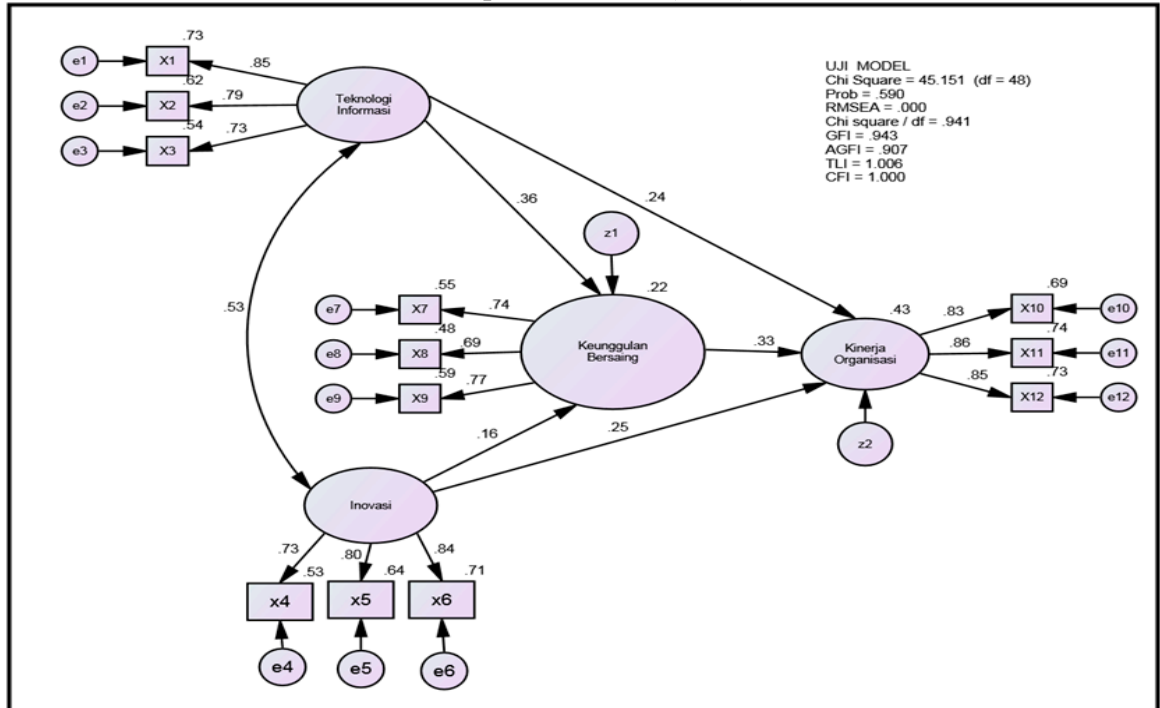
III. METODE PENELITIAN

Sampel penelitian ini adalah pelaku UKM makanan di Semarang yang berjumlah 119 responden. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah UKM makanan kota Semarang yang berjumlah sekitar 71.431 per tahun 2015. Sampel diambil dengan teknik *simple random sampling* yang dipilih dengan acak serta menggunakan *purposive sampling* dimana pemilihan sampel yang ada bertujuan untuk memenuhi persyaratan tertentu. Penelitian ini menggunakan sampel UKM makanan kota Semarang yang tersebar di tembalang, sampangan, pleburan karena lokasinya yang berdekatan dengan kampus dan tlogosari dimana lokasi ini berdekatan dengan permukiman yang semakin berkembang dimana keempat lokasi tersebut berada dibawah administrative pemerintah kota Semarang.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara full model. Analisis hasil pengolahan data pada tahap *full model* SEM dilakukan dengan melakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Hasil pengolahan data untuk analisis *full model* SEM ditampilkan pada Gambar 4.1, Tabel 4.1. Teori dan hasil penelitian menunjukkan hubungan antara variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah dan sebagai dasar pembuatan atau penggambaran kerangka berpikir penelitian ini. Pada hipotesis pertama berdasarkan penelitian dari Gloria Obiageli, 2015 penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh dari penerapan teknologi informasi terhadap kinerja organisasi. Hipotesis kedua berlatar belakang pada penelitian Ahmad Aslizadeh, 2014 yang menunjukkan hubungan positif antara teknologi informasi ke keunggulan bersaing. Hipotesis ketiga dibangun berdasarkan penelitian dari Jersone Tasso Moreira Silva, 2013 yang menyatakan pengaruh positif antara inovasi terhadap kinerja organisasi. Hipotesis keempat Fawzy Soliman, 2013 memberi gambaran bahwa terdapat dampak positif terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis kelima Sabah Agha, 2012 terdapat pengaruh dan hubungan positif antara kinerja organisasi ke keunggulan bersaing.

Gambar 4.1
Hasil Pengujian
Structural Equation Model (SEM)



Uji kelayakan full model SEM ini dengan menggunakan Chi-Square, CFI, TLI, CMIN/DF dan RMSEA berada dalam rentang nilai yang diharapkan. Uji terhadap hipotesis model menunjukkan bahwa model ini sesuai dengan data atau fit seperti yang terlihat pada Tabel 4.1 berikut ini

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Kelayakan Model
Structural Equation Model (SEM)

| Goodness of Fit Indeks | Cut-off Value | Hasil Analisis | Evaluasi Model |
|-------------------------|------------------|----------------|----------------|
| Chi – Square | Diharapkan kecil | 45,151 | Baik |
| Significant Probability | ≥ 0.05 | 0,590 | Baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0,943 | Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0,907 | Baik |
| TLI | ≥ 0.95 | 1,006 | Baik |
| CFI | ≥ 0.95 | 1,000 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0,000 | Baik |

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2016

Untuk uji statistik terhadap hubungan antar variable yang nantinya digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis penelitian yang telah diajukan. Uji statistik hasil pengolahan dengan SEM dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi hubungan antar variable yang ditampakkan melalui nilai Probabilitas (p) dan Critical Ratio (CR) masing-masing hubungan antar variable. Proses pengujian statistic ini tampak pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Standardized Regression Weight

| | | Estimate |
|---------------------|--------------------------|----------|
| Keunggulan_Bersaing | <--- Teknologi_Informasi | .358 |
| Keunggulan_Bersaing | <--- Inovasi | .165 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Inovasi | .251 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Keunggulan_Bersaing | .332 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Teknologi_Informasi | .244 |
| X3 | <--- Teknologi_Informasi | .734 |
| X2 | <--- Teknologi_Informasi | .787 |
| X1 | <--- Teknologi_Informasi | .854 |
| X9 | <--- Keunggulan_Bersaing | .769 |
| X8 | <--- Keunggulan_Bersaing | .695 |
| X7 | <--- Keunggulan_Bersaing | .740 |
| X10 | <--- Kinerja_Organisasi | .829 |
| X11 | <--- Kinerja_Organisasi | .861 |
| X12 | <--- Kinerja_Organisasi | .853 |
| x6 | <--- Inovasi | .842 |
| x5 | <--- Inovasi | .800 |
| x4 | <--- Inovasi | .727 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Setelah semua asumsi dapat dipenuhi, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana diajukan pada bab sebelumnya. Pengujian 5 hipotesis penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai Critical Ratio (CR) dari suatu hubungan kausalitas dari hasil pengolahan SEM sebagaimana pada tabel 4.3 berikut

Tabel 4.3
Regression Weight Structural Equational Model

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|---------------------|--------------------------|----------|------|-------|------|
| Keunggulan_Bersaing | <--- Teknologi_Informasi | .380 | .146 | 2.613 | .009 |
| Keunggulan_Bersaing | <--- Inovasi | .155 | .124 | 1.251 | .211 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Inovasi | .255 | .114 | 2.235 | .025 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Keunggulan_Bersaing | .359 | .122 | 2.945 | .003 |
| Kinerja_Organisasi | <--- Teknologi_Informasi | .281 | .137 | 2.045 | .041 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Hasil perhitungan yang diperoleh dari CR sebesar 2,613 dengan probabilitas sebesar 0,009 yang lebih kecil dari 0,05. Menandakan bahwa teknologi informasi mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing, dengan demikian H1 diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi yang memadai akan meningkatkan keunggulan bersaing UKM.

Hasil perhitungan yang diperoleh dari CR sebesar 2,045 dengan probabilitas sebesar 0,041 yang lebih kecil dari 0,05. Menandakan bahwa teknologi informasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi, dengan demikian H2 diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi yang memadai akan meningkatkan kinerja organisasi UKM.

Hasil perhitungan yang diperoleh dari CR sebesar 1,251 dengan probabilitas sebesar 0,211 yang lebih besar dari 0,05. Menandakan bahwa inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing, dengan demikian H3 ditolak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi yang tinggi dari pelaku usaha tidak akan meningkatkan keunggulan bersaing UKM. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan mayoritas responden bahwa produk original lebih disukai konsumen karenanya pelaku usaha enggan melakukan perubahan produk/inovasi terhadap produk karena ketakutan akan berimbasnya kualitas produk baru pada citra perusahaan yang ditanam dari awal berdirinya perusahaan, sehingga mayoritas dari UKM (responden) yang ada tidak melakukan inovasi pada produk usahanya.

Hasil perhitungan yang diperoleh dari CR sebesar 2,235 dengan probabilitas sebesar 0,025 yang lebih kecil dari 0,05. Menandakan bahwa inovasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi, dengan demikian H4 diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi yang tinggi dari pelaku usaha akan meningkatkan kinerja organisasi UKM.

Hasil perhitungan yang diperoleh dari CR sebesar 2,945 dengan probabilitas sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Menandakan bahwa keunggulan bersaing mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi, dengan demikian H5 diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing yang tinggi dari perusahaan akan meningkatkan kinerja organisasi.

4.1. Pembahasan

4.1.1. Pembahasan Hipotesis 1

Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing

Teknologi informasi akan mempengaruhi keunggulan bersaing UKM, dimana dengan adanya teknologi informasi yang memadai tentunya akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing, dimana Teknologi informasi adalah seperangkat teknologi yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menghasilkan, proses, dan menyebarkan informasi dalam setiap bentuk. Oleh karena itu, teknologi informasi menyediakan dukungan untuk operasional perusahaan secara efektif dan efisien. Teknologi informasi berguna untuk mengurangi biaya dalam kegiatan bisnis, terutama bagi UKM untuk mengalokasikan dan menyimpan anggaran mereka untuk penggunaan lainnya (Muafi dan Roostika, Ratna, 2014). teknologi informasi yang baik adalah teknologi yang mampu membangun

informasi yang berguna dalam membangun keunggulan bersaing perusahaan. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Cakmak, P.I. & Tas, E., 2012), yang menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

4.1.2. Pembahasan Hipotesis 2

Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Organisasi

Teknologi informasi mampu mempengaruhi kinerja organisasi UKM, dimana teknologi informasi terkait dengan kecepatan dan ketepatan dalam hal yang semula dilakukan secara manual digantikan dengan suatu program atau sistem yang membuat waktu pengerjaan dan eksekusinya lebih singkat. Teknologi informasi dalam hubungannya dengan kinerja organisasi memiliki seperangkat elemen yang mendukung terwujudnya kinerja organisasi yang lebih baik karena dipengaruhi oleh kecepatan, ketepatan dan keakuratan.

Usaha kecil dan menengah perlu meningkatkan teknologi informasinya melalui membenahan sistem dan pemeliharaan perangkat teknologi informasi agar pelaku UKM dapat lebih efisien dalam mengoperasikan, memperoleh informasi serta dapat menggunakannya sebagai media promosi atau pengenalan diri secara luas kepada masyarakat agar dapat mengembangkan usahanya.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Obasi Chizurumoke Clarismary, dkk, (2015) yang menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi.

4.1.3. Pembahasan Hipotesis 3

Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing, dimana masalah inovasi dalam perusahaan menjadi gejala yang penting diamati sejak mulai timbulnya tuntutan untuk memiliki keunggulan bersaing dalam suatu usaha agar dapat bertahan dipasar. Konsep keunggulan bersaing sangatlah penting dalam dunia usaha bahkan dalam lingkup *home industry*. Teori keunggulan bersaing biasanya dihubungkan dengan membangkitkan atau meningkatkan kinerja organisasi. Biasanya peningkatan keunggulan bersaing di kalangan perusahaan menimbulkan pengaruh positif atas peningkatan produktivitas usaha sekaligus peningkatan inovasi, namun dalam proses penelitian ini pelaku usaha sebagai responden tidak melakukan inovasi dalam produk mereka karena masih adanya krasa tidak percaya diri dan pengalaman yang kurang baik terhadap respon produk baru oleh pasar. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Minoja, Mario (2010) yang menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

4.1.4. Pembahasan Hipotesis 4

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Organisasi

inovasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi Inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi

praktek organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Kinerja organisasi dapat dilihat sebagai suatu konstruksi multi-dimensi yang terdiri dari lebih dari sekedar kinerja keuangan. Kinerja organisasi digambarkan sebagai sejauh mana organisasi ini mampu memenuhi kebutuhan stakeholder dan kebutuhan sendiri untuk bertahan hidup. Inovasi yang tinggi dapat menjadi kunci pendorong bagi setiap pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja organisasi yang maksimal. Pernyataan ini mengandung arti bahwa jika UKM memiliki produk-produk andalan serta dapat menghasilkan identitas bagi usahanya maka kinerja organisasinya akan meningkat dan pertumbuhan usahanya akan terjaga. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jersone Tasso Moreira Silva, dkk, (2013) yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi.

4.1.5. Pembahasan Hipotesis 5

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Organisasi

Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi. Keunggulan bersaing adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan. Kinerja organisasi adalah membangun multi dimensi mulai dari kinerja keuangan atau kinerja pasar di setiap unit perusahaan untuk kinerja organisasi di perusahaan secara keseluruhan.

Keunggulan bersaing dapat menjadi kunci untuk mendorong kinerja organisasi yang lebih baik. Hal ini mengandung arti bahwa jika suatu usaha memiliki keunggulan bersaing maka ketahanan akan merek dan kualitas produknya akan kuat dan mapu bertahan di pasar. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Associate, S.A., (2012) yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi.

V. SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1. Simpulan Hipotesis

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak lima hipotesis. Kesimpulan dari lima hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Teknologi informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Pemahaman dan penerapan teknologi informasi dengan baik akan menciptakan atau memberikan dampak keunggulan bersaing perusahaan yang lebih baik.

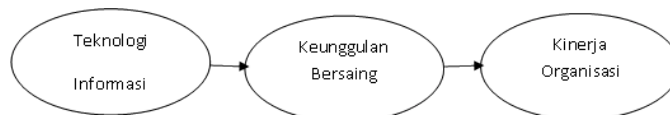
2. Teknologi Informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Teknologi informasi yang digunakan secara efektif dan efisien akan memberikan kinerja organisasi yang menjadi lebih baik.
3. Inovasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Tingginya inovasi perusahaan belum tentu akan memberikan keunggulan bersaing yang lebih baik.
4. Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Persepsi mengenai inovasi yang lebih baik akan memberikan kinerja organisasi yang lebih baik.
5. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Semakin besar keunggulan bersaing akan mempengaruhi dan memberikan kinerja organisasi yang lebih baik.

5.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian

Sesuai uraian pada bab 1 bahwa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan keunggulan bersaing yang berdampak kepada meningkatnya kinerja organisasi melalui pengaruh teknologi informasi dan inovasi pada UKM sektor makanan kota Semarang.

Hasil penelitian dan analisis telah menjawab masalah penelitian tersebut yang secara signifikan menghasilkan empat proses untuk meningkatkan kinerja organisasi UKM makanan di kota Semarang, dua adalah proses secara tidak langsung melalui keunggulan bersaing dan dua proses yaitu:

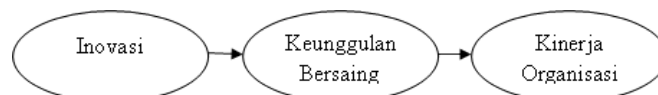
Pertama, kinerja organisasi dapat ditingkatkan melalui peningkatan keunggulan bersaing yang dapat dilakukan dengan peningkatan teknologi informasi, seperti yang tersaji dalam Gambar 5.



Gambar 5.1 Meningkatkan Kinerja Organisasi – Proses 1

Menerapkan teknologi informasi yang dilakukan UKM makanan kota Semarang dengan efisiensi biaya promosi, wadah sarana promosi, dapat meningkatkan keunggulan bersaing, sehingga dampak dari meningkatkan keunggulan bersaing adalah dapat meningkatkan kinerja organisasi pada UKM makanan kota Semarang.

Kedua, kinerja organisasi dapat ditingkatkan melalui peningkatan keunggulan bersaing yang dapat dilakukan dengan peningkatan inovasi yang tersaji dalam Gambar 5.2



Gambar 5.2 Meningkatkan Kinerja Organisasi – Proses 2

Menerapkan inovasi perusahaan yang dilakukan perusahaan UKM makanan kota Semarang, modifikasi produk, penciptaan produk baru, dan penciptaan konsep produk, dapat meningkatkan keunggulan bersaing, sehingga dampak dari meningkatkan keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja organisasi pada UKM makanan kota Semarang.

Menjawab rumusan masalah yang diajukan yang dikembangkan sebuah model penelitian yang terdiri dari empat variabel penelitian, yaitu : teknologi informasi dan inovasi sebagai variabel eksogen serta keunggulan bersaing dan kinerja organisasi sebagai variabel endogen. Pengujian ini dilakukan dengan teknik analisis adalah *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil pengujian dari masing-masing nilai indeks yang diberikan responden menunjukkan nilai indeks sedang dari setiap variabel. Hasil pengujian dengan analisis SEM adalah nilai Chi Square sebesar 45,151 dan nilai probabilitas sebesar 0,590. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang diuji merupakan model yang *fit*, sedangkan untuk hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hanya empat hipotesis yang diteliti dapat dibuktikan.

Hasil pengujian dengan SEM tersebut menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh positif (hipotesis ditolak) terhadap keunggulan bersaing. Inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing ditunjukkan dengan rendahnya nilai indeks pada indikator ketergantungan dari tanggapan responden. Dimana responden dengan keadaan usaha UKM yang dijalankannya sekarang belum melakukan inovasi pada produk yang dimilikinya sehingga keunggulan bersaing mereka rendah.

5.3. Implikasi Kebijakan/ Manajerial

Implikasi kebijakan dalam penelitian ini dapat disarankan melalui poin-poin sebagai berikut:

1. Teknologi Informasi

UKM diharapkan dapat meningkatkan penggunaan komputer, dapat menggunakan koneksi internet dalam usahanya, serta dapat menggunakan aplikasi social media untuk mengembangkan bisnisnya

2. Inovasi

UKM diharapkan dapat melakukan proses inovasi terhadap usahanya, selain itu dapat menghasilkan produk inovasi agar tidak terjadi monoton produk, serta dapat melakukan pengembangan organisasi dalam usahanya.

3. Keunggulan Bersaing

UKM diharapkan dapat menggali keunikan produk yang dimiliki, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, serta dapat menerapkan harga yang bersaing agar tercipta persaingan yang sehat di pasar.

4. Kinerja Organisasi

UKM diharapkan dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui ketepatan dalam menjalin hubungan dengan konsumen dan stakeholder, serta memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya alam yang dimiliki secara maksimal.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan yang ditemukan , yaitu:

1. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini belum terpenuhi / ditolak, perlu diberlakukan penelitian lagi dengan hubungan variabel tersebut.
2. Tidak semua responden dari target responden awal mau diwawancarai dan mengisi kuesioner.

5.5. Agenda Penelitian Mendatang

Hasil-hasil penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian dapat dijadikan sumber ide bagi pengembangan penelitian ini dimasa yang akan datang, maka perluasan penelitian yang disarankan dari penelitian ini adalah menambah variabel independen yang mempengaruhi keunggulan bersaing. variabel yang disarankan adalah orientasi pasar, kepemimpinan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, A.M., Yassin, A. & Ali, S., 2013. "Innovation and Business Perfomance in Telecommunication Industry in Sub-saharan African Context: Case of Somalia", **Asian Journal Of Management Sciences & Education**, Vol. 2, No. 4, pp.53–67.
- Aslizadeh, A., 2014. "Impact of Using Information Technology on Creating a Sustainable Competitive Advantage for Companies ; (Case study : Golestan Food Companies)", **Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences**, Vol. 4, pp.1595–1603.
- Associate, S.A., 2012. "Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance", **International Journal of Business and Management** , Vol.7, No.1, pp.192–205.
- Cakmak, P.I. & Tas, E., 2012. "The Use of Information Technology on Gaining Competitive Advantage in Turkish Contractor Firms", **World Applied Sciences Journal**, Vol. 18, No. 2, pp.274–285.
- Chukwunonso, F. et al., 2007. Franklyn Chukwunonso, Joshua O. Omoju, David Ikani and Mohammed B. Ribadu.
- Clarismary, O.C., 2015. "Change in Information Technology and Organizational Perfomance : a study of Consolidated Hallmark", **International Journal of Management and Commerce Innovations**, Vol. 3, No. 1, pp.579–587.
- Gareau, S.E., 2004. "The development of guidelines for implementing information technology to promote food security". , pp.273–285.
- Hana, U., 2013. "Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge", **Journal of Competitiveness** , Vol. 5, No. 1, pp.82–96.
- Ibrahim, A.R., 2009. "The Relationship of Intellectual Capital , Innovation and Organizational Performance : a Preliminary Study in Malaysian SMEs", **International Journal of Management Innovation Systems**, Vol. 1, No. 1, pp.1–13.
- Ling, L.S., Tee, O.P. & Eze, U.C., 2013. "The Effects of Information Technology

- Applications on Collaborating Capability in Achieving Organisational Competitive Advantages in", **International Journal of Business and Management**, Vol. 8, No. 13, pp.1–15.
- Majeed, S., 2011. "The Impact of Competitive Advantage on Organizational Performance", **International Journal of Business and Management**, Vol.3, No. 4, pp.191–197.
- Minoja, M., Zollo, M. & Coda, V., 2010. and competitive advantage, Vol. 10, No. 4, pp.395–405.
- Moghavvemi, S., 2012. "Competitive Advantages Throught it Innovation Adoption by SMES", **Journal Social Technologies**, Vol. 7564, No. 1, pp.24–39.
- Muafi & Roostika, Ratna, 2014."Organizational Performance and Competitive Advantage Determinants of Creative SMEs", **European Journal Of Economics And Management** , Vol. 1, No. 2, pp.7-25
- Nustini, Y., 2003. "Dupont Analysis of an Information Techonolgy", **JAAI**, Vol. 7, No. 2, pp.139–158.
- Ofori, D. et al., 2015. "Innovation and Knowledge Sharing : A New Competitive Advantage in the Mobile Telecommunication Industry in Ghana", **Science Journal of Business and Management**,Vol. 3, No. 5, pp.157–163.
- Porter, Michael, 2001. **Competitive Strategy**. Jakarta : PT. Gramedia.
- Russell, S.N. & Millar, H.H., 2014. "Exploring the Relationships among Sustainable Manufacturing Practices , Business Performance and Competitive Advantage: Perspectives from a Developing Economy", **Journal of Management and Sustainability** ,Vol. 4, No. 3, pp.37–54.
- Sciences, M. et al., 2011. "Gaining Competitive Advantage and Organizational Perfomance Through Customer Orientation , Innovation, Differentiation", Vol. 1, No. 5, pp.80–91.
- Setyawati, A., 2014. "Effect of Strategic Decision , Innovation , and Information Technology Adoption on Competitive Advantages and MSME Performance Studies at MSME Food and Beverage Industry Sector in Bandung Raya", **Europan Journal Business and Management** , Vol. 6, No. 35, pp.52–58.
- Tarabieh, S.M.Z.A., Ahmad, Z.A. & Siron, R., 2015. "The Synergistic Impact of Customer Orientation and Supplementary Services on Competitive Advantage and Organizational Performance (Pilot Survey)", **International Review of Management and Business Research**, Vol. 1, No. 2, pp.484–499.