

PENGARUH KAPABILITAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KAPABILITAS INOVASI TERHADAP STRATEGI DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER

^aLani Diana Wijaya, ^bVirgo Simamora
^{a,b}Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
^alanidianaw@gmail.com

Received: 2022 April 04

Accepted: 2022 June 6

Published: 2022 June 25

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner dengan strategi sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pemilik UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode analisis data *partial least square* (PLS). Berdasarkan uji statistik, hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, kapabilitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi. Sedangkan, kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi.

Kata Kunci: *Kapabilitas Teknologi Informasi, Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, Strategi*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of information technology capabilities and innovation capabilities on the competitive advantage of culinary MSMEs with strategy as an intervening variable. This research was conducted in the DKI Jakarta area. The sampling technique used purposive sampling method. This research data is primary data collected by distributing questionnaires to owners of MSMEs in the culinary field in DKI Jakarta with a sample of 100 respondents. Hypothesis testing was carried out using the partial least square (PLS) data analysis method. Based on statistical tests, the research results show that information technology capabilities has a significant effect on competitive advantage, information technology capabilities has a significant effect on competitive advantage through strategy. Meanwhile, innovation capabilities has no significant effect on competitive advantage, innovation capabilities has no significant effect on competitive advantage through strategy.

Keywords: *Information Technology Capability, Innovation Capability, Competitive Advantage, Strategy.*

PENDAHULUAN

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang tergolong dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional mengingat kegiatan usaha pada UMKM mencakup hampir di semua lapangan usaha

sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan maupun dihindarkan dari kehidupan masyarakat karena UMKM merupakan fondasi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UMKM mampu menyerap dan juga dapat menciptakan lapangan kerja yang produktif bagi masyarakat. Terus berkembangnya teknologi informasi saat ini mempengaruhi Sebagian aktivitas dari kehidupan manusia, termasuk memberikan pengaruh kepada UMKM untuk dapat menghasilkan nilai dari pemanfaatan teknologi informasi tersebut. Dilansir dari Data UMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada tahun 2017 sampai 2019 jumlah perkembangan UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan sebagai berikut :

Tabel 1
Perkembangan Data UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	Jumlah		
	2017	2018	2019
	62.922.617	64.194.057	65.465.497

Sumber : Data UMKM Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2017 - 2019

Tabel 1 diatas, menunjukkan pada tahun 2017 sampai tahun 2019 jumlah perkembangan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang menimbulkan semakin tingginya persaingan antar sesama UMKM dalam menarik minat masyarakat untuk berbelanja. Dalam persaingan yang ketat setiap UMKM di Indonesia dituntut untuk saling bersaing untuk dapat mempertahankan usahanya. UMKM diharuskan untuk dapat selalu mengoptimalkan potensi yang ada untuk meningkatkan keunggulan daya saingnya, karena UMKM akan selalu dihadapkan dengan persaingan.

UMKM yang telah menghadapi krisis pada tahun 1997 – 1998, kini kembali menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan oleh virus Covid-19. Virus Covid-19 telah menjadi masalah serius yang dihadapi secara global. UMKM Kuliner menjadi sektor UMKM yang paling terdampak karena pandemi Covid-19 saat ini. Pembatasan aktivitas masyarakat mengakibatkan menurunnya penjualan dan daya beli konsumen karna UMKM Kuliner hanya dapat memberikan pelayanan melalui *delivery*. Pandemi Covid-19 ini telah membawa perubahan besar pada pasar yang membuat pelaku UMKM Kuliner untuk menerapkan transformasi digital dalam sistem penjualannya guna bertahan dan menghadapi persaingan. Dalam persaingan yang ketat setiap UMKM Kuliner di Indonesia dituntut untuk dapat selalu mengembangkan setiap aspek seperti inovasi dan teknologi informasi guna menarik minat konsumen dalam bertransaksi.

Beberapa penelitian sebelumnya, menurut Manaf et al. (2020) ; I Putu Yadnya1 (2017) ; Cakmak & Tas (2012) mengungkapkan bahwa teknologi informasi dan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Namun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Minoja et al. (2010) ; Adietya et al. (2015) menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini mencoba untuk dapat mengatasi kesenjangan ini bahwa apakah kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner.

Pada seksi berikutnya akan disajikan kajian literatur yang diikuti dengan penjelasan mengenai metode penelitian. Hasil dari penelitian kemudian akan ditampilkan, dipresentasikan, didiskusikan dan disimpulkan.

KAJIAN LITERATUR

Kapabilitas Teknologi Informasi

Menurut Zhang et al. (2008) kapabilitas teknologi informasi merupakan kemampuan teknologi informasi sebagai kemampuan perusahaan untuk memobilisasi dan menyebarkan

sumber daya berdasarkan teknologi informasi dalam kombinasi atau penggabungan dengan sumber daya dan kemampuan – kemampuan lain. Saunders & Brynjolfsson (2016) mengatakan kapabilitas teknologi informasi didasarkan pada bagaimana kemampuan manajemen dan kemampuan sumber daya manusia memfasilitasi investasi teknologi informasi, bagaimana teknologi informasi digunakan dalam komunikasi internal dan dengan pemasok, dan kemampuan internet perusahaan. Menurut Zhu & Nakata (2007) pengukuran indikator dari kapabilitas teknologi informasi adalah kemampuan dari suatu sistem computer, kumpulan computer dan teknologi lain yang terkait dalam sebuah organisasi untuk menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Merujuk pada pemaham teoritis di atas, penelitian ini mendefinisikan kapabilitas teknologi informasi sebagai kemampuan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menciptakan nilai serta mencapai tujuan yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang didukung oleh sumber daya yang dimiliki. Menurut penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan kapabilitas teknologi informasi UMKM Kuliner adalah infrastruktur, sumber daya manusia dan kemampuan manajerial.

Kapabilitas Inovasi

Menurut Rajapathirana & Hui (2018) kapabilitas inovasi merupakan kapasitas pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar, kapasitas penerapan teknologi proses yang tepat untuk menghasilkan produk – produk baru ini, kapasitas mengembangkan dan mengadopsi produk – produk baru dan teknologi pemrosesan untuk memenuhi kebutuhan masa depan, dan kapasitas untuk menanggapi kegiatan teknologi yang disengaja dan peluang tak terduga yang diciptakan oleh pesaing. O’Cass & Sok (2014) mengatakan kapabilitas inovasi adalah sejumlah proses di dalam perusahaan yang saling berhubungan antara satu dengan lainnya dalam memfasilitasi dan untuk mencapai keberhasilan mengimplementasikan pengembangan produj. Kunci dalam keberhasilan suatu perusahaan terletak pada kemampuannya dalam melakukan dan mengembangkan inovasi. Menurut Sok et al. (2013) kapabilitas inovasi mempunyai indikator yakni mampu meningkatkan kualitas produk yang ada, mampu mengembangkan produk – produk baru dan pemanfaatan teknologi terbaru.

Merujuk pemahaman teoritis di atas, penelitian ini mendefinisikan kapabilitas inovasi sebagai kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam menciptakan dan mengembangkan inovasi terbaru yang berkualitas pada suatu produk serta dapat mengatasi berbagai tantangan dalam pasar. Menurut penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan kapabilitas inovasi UMKM Kuliner adalah meningkatkan kualitas produk yang ada dan mengembangkan produk baru yang unik.

Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler & Armstrong (2012) keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Porter (1998) mengatakan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja perusahaan untuk bersaing dan berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan bagi pelanggan dan dapat mempertahankan diri dari tekanan – tekanan kompetitif pasar. Untuk menghadapi persaingan tersebut, ketepatan strategi yang dilakukan oleh perusahaan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan. Menurut Li et al. (2006) dalam mengukur keunggulan bersaing perusahaan yaitu dengan menggunakan indikator: harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk dan time to market. Merujuk pada pemahaman teoritis di atas, penelitian ini mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam kinerja yang lebih unggul dibandingkan pemilik usaha lainnya dalam pasar yang sama melalui sumber daya yang kompeten. Menurut penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan keunggulan bersaing UMKM Kuliner adalah harga, produk, kualitas dan *delivery dependability*.

Strategi

Menurut Wheelen et al. (2018) strategi adalah tujuan yang diambil sebelum mengambil suatu tindakan, dan menunjukkan pemahaman bersama tentang visi dan misi perusahaan. Strategi dapat dimulai dengan konsep bagaimana menggunakan dan mengimplementasikan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal. Strategi diterapkan guna mencapai suatu tujuan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. David (2009) mengemukakan bahwa strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Merujuk pada pemahaman teoritis di atas, penelitian ini mendefinisikan strategi sebagai suatu tindakan yang diambil oleh pelaku usaha dalam merumuskan Langkah guna mencapai tujuan pengembangan dan keunggulan bisnis. Menurut penelitian ini, indikator yang digunakan untuk menjelaskan strategi UMKM Kuliner adalah mempertimbangkan lingkungan internal UMKM dan memperhatikan lingkungan eksternal UMKM.

HIPOTESIS

Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner

Kapabilitas teknologi informasi pada UMKM Kuliner diyakini menjadi kunci sukses dalam melakukan transformasi digital ketika mengelola bisnis sehingga mempermudah konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam berbelanja. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen dalam bertransaksi akan menimbulkan persaingan antar UMKM Kuliner. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adietya et al. (2015) menyatakan bahwa teknologi informasi yang memadai akan meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hsu (2014) yang melakukan penelitian pada perusahaan di Taiwan menunjukkan hasil adanya pengaruh positif signifikan antara kapabilitas teknologi informasi dengan kinerja organisasi. Kapabilitas teknologi informasi yang baik akan meningkatkan keunggulan bersaing bagi perusahaan dan akan membantu perusahaan dalam mengefisienkan biaya yang dikeluarkan.

H1: ada pengaruh kapabilitas teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner.

Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner

Dalam dunia bisnis UMKM bidang kuliner, kapabilitas inovasi yang superior dan penyediaan produk – produk baru yang menarik merupakan kunci dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk dari UMKM Kuliner tersebut. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat guna mempertahankan dan meningkatkan kedudukan produk atau jasa di pasar. Ketidakpastian faktor eksternal yang terjadi membuat pelaku usaha harus berinovasi untuk memenangkan persaingan. Penelitian yang dilakukan oleh Martin et al. (2017) mengungkapkan bahwa peran kapabilitas inovasi menjadi penting agar perusahaan mampu mencapai keunggulan bersaingnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari (2021) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh dan memberikan dampak pada peningkatan kemampuan dalam menghadapi keunggulan bersaing.

H2 : Ada pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner.

Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner melalui Strategi

Kapabilitas teknologi informasi dipandang sebagai hal yang melekat di dalam suatu proses dan aktivitas usaha untuk menciptakan keunggulan bersaing. Semakin tinggi tingkat konsumen dalam berbelanja di suatu UMKM Kuliner akan menimbulkan persaingan antar pelaku UMKM Kuliner. Dalam suatu persaingan, setiap pelaku usaha berlomba-lomba dalam

menciptakan dan menerapkan strategi terbaiknya dalam menghadapi persaingan yang ketat untuk menarik minat konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhu & Nakata (2007) mengungkapkan orientasi pelanggan yang dilakukan perusahaan akan berjalan dengan baik apabila difasilitasi dengan kapabilitas teknologi informasi yang dimilikinya.

H3 : Ada pengaruh kapabilitas teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner melalui strategi.

Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner melalui Strategi

Kapabilitas inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Konsumen pada umumnya menginginkan produk – produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Setiap pemilik UMKM Kuliner diwajibkan untuk dapat mengerti dan memahami setiap hal yang terjadi di pasar serta berbagai perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Bagi pelaku usaha mikro menengah kecil kuliner, keberhasilannya dalam melakukan kapabilitas inovasi dapat diartikan bahwa pemilik usaha tersebut memiliki satu langkah lebih maju dibandingkan dengan pesaingnya. Pelaku usaha dituntut untuk dapat menerapkan strategi yang tepat sehingga dapat digunakan dalam menghadapi persaingan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Martin et al. (2017) dan Suhaeni (2018) yang mengungkapkan bahwa strategi dalam kapabilitas inovasi memberikan pengaruh penting agar perusahaan mampu mencapai keunggulan bersaingnya.

H4 : Ada pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner melalui strategi.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif dipergunakan dalam penelitian ini dimana metode ini cocok untuk digunakan pada populasi yang luas dengan variabel yang terbatas. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory* yaitu menguji teori atau hipotesis untuk memperkuat atau menolak teori atau hasil dari hipotesis yang sudah ada atau pembuktian sebelumnya. Penelitian ini akan menjelaskan fenomena hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya yang bertujuan untuk melihat pengaruh dari kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi terhadap perumusan strategi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM Kuliner di Wilayah DKI Jakarta yang jumlahnya tidak diketahui maka ditariklah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 pemilik UMKM di bidang kuliner yang ditentukan menggunakan pengukuran *Lemeshow* (Lemeshow et al., 1997).

Penentuan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu untuk mendapatkan sampel yang *representative*. Syarat yang digunakan untuk menjadi anggota sampel yaitu pelaku UMKM Kuliner di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner untuk mendapatkan data primer dan teknik dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google forms* yang ditayangkan dari tanggal 16 Desember 2021 – 3 Januari 2022. Skala yang digunakan untuk mengukur pendapat responden digunakan skala likert, yaitu mengukur respond subyek ke dalam 5 (lima) poin.

Tabel 2
Variabel, Indikator dan Sumber Teori

Variabel	Indikator	Sources
Kapabilitas Teknologi Informasi (X1)	1. Infrastruktur 2. Sumber Daya Manusia 3. Kemampuan manajerial	Bharadwaj (2000) ; Cakmak & Tas (2012) ; Saunders & Brynjolfsson (2016) ; Zhang et al. (2008) ; Zhu & Nakata (2007)
Kapabilitas Inovasi (X2)	1. Meningkatkan kualitas produk yang ada. 2. Mengembangkan produk baru yang unik.	LAWSON & SAMSON (2001) ; Martin et al. (2017) ; O'Cass & Sok (2012) ; Rahmasari (2021) ; Rajapathirana & Hui (2018) ; Sok et al. (2013) ; Suhaeni (2018)
Keunggulan Bersaing (Y)	1. Harga 2. Inovasi Produk 3. Kualitas 4. <i>Delivery Dependability</i>	Kotler & Armstrong (2012) ; Li et al. (2006) ; Porter (1998)
Strategi (Z)	1. Mempertimbangkan lingkungan internal UMKM. 2. Memperhatikan lingkungan eksternal UMKM.	David (2009) ; Porter (1998) ; Wheelen et al. (2018)

HASIL PENELITIAN

Profil Responden

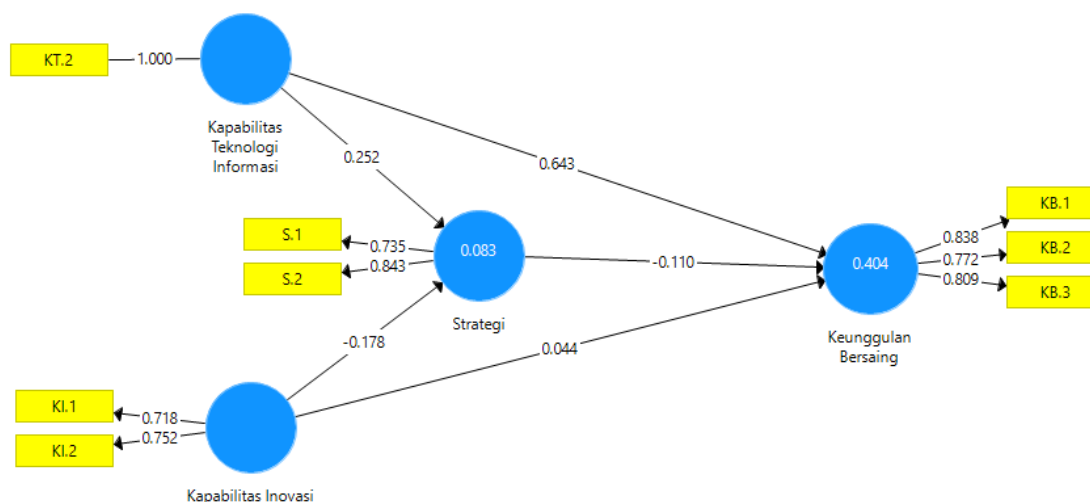
Data primer dalam penelitian ini berasal dari responden yang merupakan pemilik UMKM di bidang Kuliner. Terdapat 100 pemilik UMKM Kuliner yang berpartisipasi pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pemilik UMKM Kuliner yang berpartisipasi pada penelitian ini adalah wanita (55%) dan pria (45%) dengan mayoritas berdomisili di Jakarta Utara (44%) dan Jakarta Barat (22%). Berdasarkan komposisi usia, mayoritas pelaku UMKM Kuliner yang menjadi responden penelitian adalah usia 20 – 30 tahun (50%) dan 31 – 40 tahun (35%).

Pengukuran Outer Model

Pengukuran outer model difokuskan untuk mengetahui sejauhmana indikator dapat merefleksikan variabel. Terdapat 11 indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk Kapabilitas Teknologi Informasi (KT) 3 indikator, Kapabilitas Inovasi (KI) 2 indikator, Strategi (S) 2 indikator dan Keunggulan Bersaing (KB) 4 indikator. Seluruh indikator yang diukur menggunakan adalah indikator refleksif sehingga instrumen uji reliabilitas yang digunakan adalah *Composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* sedangkan untuk uji validitas digunakan *Convergent Validity* dan Validitas diskriminan.

Dengan menggunakan aplikasi Smart PLS dihasilkan model PLS Algorithm pertama dengan 8 indikator memiliki nilai loading factor > 0.7 sedangkan tiga indikator memiliki loading factor < 0.7 (KT.1 ; KT.3 ; KB.4). Menurut Ghozali (2021), indikator yang memiliki loading factor < 0,7 dihapus dan data diproses Kembali untuk menghasilkan model PLS Algorithm yang baru sebagai berikut :

Gambar 1
Model Struktural PLS Algorithm



Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauhmana alat ukur yang digunakan mengukur apa yang diukur Ghozali (2021). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan convergent validity untuk memahami bahwa indikator yang digunakan dapat merefleksikan variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Acuan yang digunakan dalam uji validitas adalah nilai loading factor. Menurut Ghozali (2021) batas nilai loading factor yang menjelaskan terpenuhinya syarat convergent validity adalah 0.7.

Merujuk pada model PLS yang dihasilkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor > 0.70 artinya syarat convergent validity terpenuhi pada penelitian ini.

Tabel 3
Outer Loadings

Indikator	Outer Loadings	Kesimpulan
KT.2	1,000	Convergent Validity terpenuhi
KI.2	0,718	Convergent Validity terpenuhi
KI.2	0,752	Convergent Validity terpenuhi
KB.1	0,838	Convergent Validity terpenuhi
KB.2	0,772	Convergent Validity terpenuhi
KB.3	0,809	Convergent Validity terpenuhi
S.1	0,735	Convergent Validity terpenuhi
S.2	0,843	Convergent Validity terpenuhi

Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing model laten berbeda dengan variabel lainnya Ghozali (2021). Acuan yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah nilai cross loading dan nilai Average Variance Extracted (AVE). Pada penelitian ini, hasil estimasi cross loading dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 4
Cross Loading

	Kapabilitas Inovasi (KI)	Kapabilitas Teknologi Informasi (KT)	Keunggulan Bersaing (KB)	Strategi (S)
KB.1	-0,007	0,592	0,838	0,138
KB.2	0,306	0,504	0,772	0,017
KB.3	0,051	0,378	0,809	-0,126
KI.1	0,718	-0,037	0,110	-0,098
KI.2	0,752	0,229	-0,105	-0,114
KT.2	0,135	1,000	0,624	0,228
S.1	-0,135	0,140	-0,030	0,735
S.2	-0,098	0,214	0,068	0,843

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai loading dari masing-masing item indikator terhadap konstraknya lebih besar dari nilai cross loading artinya semua konstruk atau variabel laten mengukur indikatornya lebih baik dari pada indikator di blok lainnya.

Selanjutnya pengujian dilanjutkan dengan menggunakan pendekatan Average Variance Extracted (AVE). Ghozali (2021) menjelaskan bahwa nilai minimal AVE yang menunjukkan terpenuhinya syarat discriminat validity adalah > 0.5 .

Tabel 5
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kapabilitas Teknologi Informasi (X1)	1,000
Kapabilitas Inovasi (X2)	0,541
Keunggulan Bersaing (Y)	0,651
Strategi (Z)	0,626

Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Tabel 5 Dibawah ini menunjukkan bahwa seluruh nilai AVE masing – masing konstruk adalah > 0.5 artinya terpenuhinya uji validitas diskriminan pada penelitian ini.

Kriteria kedua yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah kriteria Fornell & Larcker (1981) yaitu membandingkan nilai akar AVE dari setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya sebagai berikut :

Tabel 6
Kriteria Fornell – Lacker

Variabel	Kapabilitas Inovasi (KI)	Kapabilitas Teknologi Informasi (KT)	Keunggulan Bersaing (KB)	Strategi (S)
Kapabilitas Inovasi (KI)	0,735			
Kapabilitas Teknologi Informasi (KT)	0,135	1,000		
Keunggulan Bersaing (KB)	0,147	0,624	0,807	
Strategi (S)	-0,144	0,228	0,030	0,791

Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Untuk setiap angka yang ditebalkan pada tabel 5 adalah nilai akar AVE (*Average Variance Extracted*) dari setiap konstruk dan angka yang tidak ditebalkan adalah nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk pada penelitian telah memenuhi syarat validitas diskriminan

Uji Reliabilitas

Sesuai dengan sifat indikator yang refleksif, uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan reliabilitas komposit (*Composite Reliability*) dan *Cronbach's Alpha*. Ghazali (2021) mengemukakan bahwa indikator dikatakan reliable jika koefisien reliabilitas komposit dan Cronbach's Alpha yang dihasilkan > 0.7

Tabel 7
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kapabilitas Teknologi Informasi (X1)	1,000	1,000
Kapabilitas Inovasi (X2)	0,702	0,151
Keunggulan Bersaing (Y)	0,848	0,734
Strategi (Z)	0,769	0,406

Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *composite reliability* menunjukkan hasil dibawah > 0,7. Hal ini dibuktikan dengan melihat variabel Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,848 > 0,70, variabel Kapabilitas Teknologi Informasi (X1) sebesar 1,000 > 0,70, variabel Kapabilitas Inovasi sebesar 0,848 > 0,70 dan variabel Strategi (Z) sebesar 0,769 > 0,70 yang berarti bahwa seluruh jawaban pertanyaan yang mewakili semua variabel ini telah reliabel dan dapat digunakan untuk uji hipotesis.

Hasil Cronbach's Alpha jika diatas 0,7 maka dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha dibawah 0,7 maka dinyatakan tidak valid. Cronbach's Alpha adalah tingkat konsistensi jawaban responden dalam satu variabel laten. Berdasarkan data yang diuji diatas pada Cronbach's Alpha maka terdapat dua variabel berada di atas nilainya dari 0,7 dan dua variabel berada di bawah nilainya dari 0,7.

Pengukuran Inner Model

Koefisien determinasi kemampuan seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah variabel keunggulan bersaing dan strategi sebagai variabel intervening. Sedangkan variabel independen (eksogen) adalah kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi. Inner model dapat dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk kontrak dependen dan nilai t-statistik dari

pengujian koefisien jalur (path coefficient). Semakin tinggi nilai rsquare berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai path coefficients menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Tabel 8
R Square (R2)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keunggulan Bersaing (Y)	0,404	0,385
Strategi (Z)	0,083	0,064

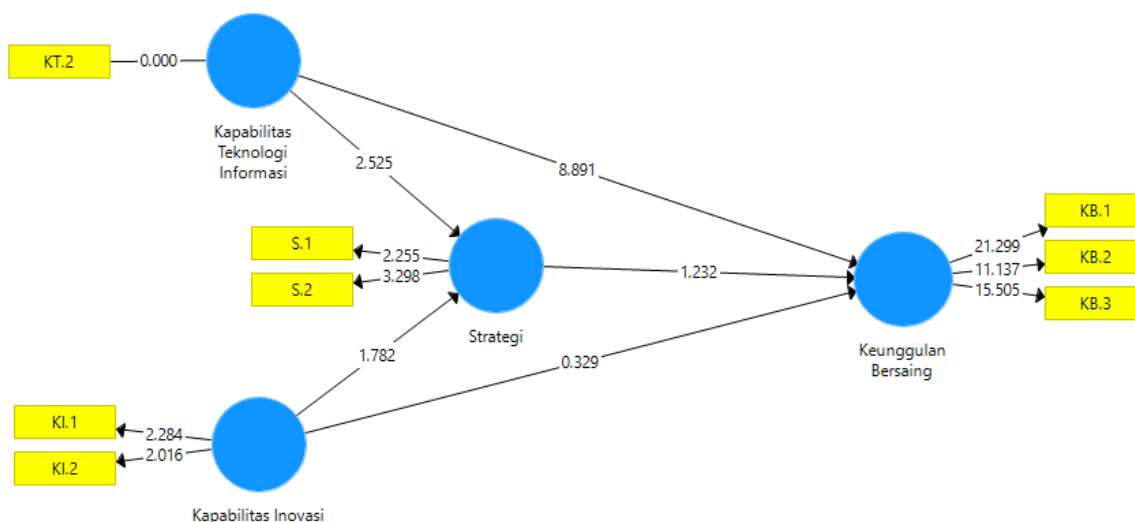
Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai pada original 0,404 untuk konstruk keunggulan bersaing. Hasil dari R Square model ini menerangkan bahwa pengaruh kapabilitas teknologi informasi (X1) dan kapabilitas inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) pada kelayakan model penelitian ini adalah 40,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Demikian pula, nilai konstruk pada Strategi sebesar 0,083 menjelaskan bahwa variabel Strategi mampu menjelaskan varian Keunggulan Bersaing sebesar 8,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pada PLS, pengujian setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi dengan metode Bootstrapping terhadap sampel. Pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian. Hasil pengujian dengan metode Bootstrapping dari analisis PLS sebagai berikut :

Gambar 2
Model Struktural PLS Bootstrapping



Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural, acuan yang digunakan adalah *path coefficient* yaitu nilai t-statistik antara variabel independen ke variabel dependen (pengaruh langsung) sebagai berikut :

Tabel 9
Path Coefficients

Variabel	Original Sampel (O)	T Statistik	P Value
Kapabilitas Teknologi Informasi – Keunggulan Bersaing	0,643	8,891	0,000
Kapabilitas Inovasi – Keunggulan Bersaing	0,044	0,329	0,742
Kapabilitas Teknologi Informasi – Strategi	0,252	2,525	0,012
Kapabilitas Inovasi – Strategi	-0,178	1,782	0,075

Sumber: Olahan Data Smart PLS versi 3.3.7, Tahun 2022

Dengan merujuk pada nilai t statistic > 1,96 atau p value < 0,05 pada tabel 8, hasil pengujian terhadap pengaruh langsung dapat dijelaskan hasil sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Keputusan
Adanya pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing (H1)	Hipotesa diterima
Adanya pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing (H2)	Hipotesa ditolak
Adanya pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing melalui Strategi (H3)	Hipotesa diterima
Adanya pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing melalui Strategi (H4)	Hipotesa ditolak

PEMBAHASAN

Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner

Hipotesa hasil pengujian hipotesis (H1) analisis data diatas membuktikan bahwa hubungan variabel kapabilitas teknologi informasi dengan keunggulan bersaing menunjukkan nilai t statistics sebesar 8,891 atau lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,96, maka kapabilitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Teknologi Informasi tentunya akan mempengaruhi keunggulan bersaing terlebih pada UMKM. Karena dengan adanya teknologi informasi yang memadai memungkinkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dimana teknologi informasi tersebut digunakan untuk memproduksi, mengolah serta menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cakmak & Tas (2012) yang menyatakan teknologi informasi yang baik dan memadai tentu akan dapat berguna dalam membangun keunggulan bersaing perusahaan. Kapabilitas teknologi informasi yang baik akan meningkatkan keunggulan bersaing bagi perusahaan dan akan membantu perusahaan dalam mengefisienkan biaya yang dikeluarkan. Hipotesa pertama (H1) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh yang signifikan variabel kapabilitas teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner

Hipotesa hasil pengujian hipotesis (H2) analisis data diatas membuktikan bahwa hubungan variabel kapabilitas inovasi dengan keunggulan bersaing menunjukkan nilai t statistics sebesar 0,329 atau lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1,96, maka kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan hanya mengandalkan peran kemampuan inovasi semata, pelaku usaha akan mengalami hambatan dalam

mencapai kinerja pemasaran yang dapat menimbulkan kegagalan dalam bersaing, respon pasar yang masih rendah terhadap produk baru menjadi salah satu faktor pelaku usaha untuk tidak melakukan inovasi dan mempertahankan produk lama. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian Minoja et al. (2010) yang mengungkapkan bahwa peran inovasi yang penting perlu dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kapabilitas yang ada agar perusahaan mampu mencapai keunggulan bersaingnya. Hipotesa kedua (H2) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh yang tidak signifikan variabel kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner melalui Strategi

Hipotesa hasil pengujian hipotesis (H3) analisis data diatas membuktikan bahwa hubungan variabel strategi sebagai intervening antara kapabilitas teknologi informasi dengan keunggulan bersaing menunjukkan nilai t statistics sebesar 2,525 atau lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,96, maka kapabilitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi. Penerapan strategi pada pemanfaatan teknologi informasi berguna untuk meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan dinamika lingkungan pasar yang terus berkembang. Penggunaan teknologi informasi akan membantu berjalannya produksi sehingga memudahkan bagi pelaku usaha dalam kegiatan usahanya sehingga dapat memenangkan dalam persaingan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhu & Nakata (2007) yang mengungkapkan strategi yang dilakukan perusahaan akan berjalan dengan baik apabila difasilitasi dengan kapabilitas teknologi informasi yang dimilikinya dan berguna dalam membangun keunggulan bersaing perusahaan. Hipotesa ketiga (H3) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh yang signifikan variabel kapabilitas teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing melalui strategi.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner melalui Strategi

Hipotesa hasil pengujian hipotesis (H4) analisis data diatas membuktikan bahwa hubungan variabel strategi sebagai intervening kapabilitas inovasi dengan keunggulan bersaing menunjukkan nilai t statistics sebesar 1,782 atau lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1,96, maka kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi. Dalam dunia bisnis UMKM bidang kuliner, strategi yang superior dan penyediaan produk – produk baru serta unik yang menarik merupakan kunci dalam menarik minat konsumen dan menjadi daya Tarik untuk membeli produk dari UMKM Kuliner tersebut. Namun, tidak selamanya inovasi yang dilakukan dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Rendahnya respon pasar terhadap produk baru membuat pelaku usaha tetap mempertahankan produk original. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adietya et al. (2015) yang mengungkapkan bahwa inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing, dimana masalah inovasi dalam perusahaan mejadi gejala yang penting diamati sejak mulai timbulnya tuntutan untuk memiliki keunggulan bersaing dalam suatu usaha agar dapat bertahan dipasar. Hipotesa keempat (H4) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh yang tidak signifikan variabel kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing melalui strategi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari perumusan masalah, tujuan peneliti, hipotesis yang telah dibuat berdasarkan literatur dan melalui analisis dan pembahasan diatas disimpulkan bahwa :

1. Kapabilitas Teknologi Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner di DKI Jakarta.

2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Kapabilitas Inovasi tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Rendahnya respon pasar terhadap produk baru menjadi faktor pelaku UMKM tidak melakukan inovasi.
3. Pada penelitian ini dinyatakan berpengaruh secara signifikan Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing melalui Strategi.
4. Hasil penelitian ini dinyatakan tidak berpengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing melalui Strategi. Pada penelitian ini, strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM tidak dapat memberikan pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan keterbatasan yang ada, beberapa saran yang diaplikasikan untuk berbagai pihak antara lain :

a. Bagi Penjual

Menurut data yang dikumpulkan, penikmat kuliner sudah termasuk pada kategori tinggi yaitu terhadap kapabilitas teknologi informasi, kapabilitas inovasi, strategi dan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, pelaku usaha mikro kecil menengah bidang kuliner disarankan untuk dapat terus meningkatkan penggunaan dari teknologi informasi guna menunjang kegiatan bisnis dan meningkatkan kemampuan dalam menciptakan inovasi pada produk tanpa menghilangkan produk original.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh dan mengetahui keakuratan data dalam penelitian selanjutnya. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel lain guna mengembangkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adietya, K., Miyasto, & Sugiarto, Y. (2015). Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi (Studi pada UKM Makanan di Kota Semarang). *Undip E-Journal System Portal*.
- Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: An empirical investigation. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/3250983>
- Cakmak, P. I., & Tas, E. (2012). The use of information technology on gaining competitive advantage in Turkish contractor firms. *World Applied Sciences Journal*, 18(2). <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.18.02.744>
- David, F. R. (2009). Manajemen Strategis Konsep. In *Manajemen Strategis Konsep*.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1). <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk peneliti. In *Universitas Diponegoro* (Vol. 3).
- Hsu, S.-H. (2014). Effects of Organization Culture, Organizational Learning and IT Strategy on Knowledge Management and Performance. *The Journal of International Management Studies*, 9(1).

- I Putu Yadnya¹, I. W. S. (2017). Pengaruh Inovasi, Adopsi e-commerce, dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran. *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (FKBI)*, 6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01).
- Lameshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. In *Herd* (Vol. 4, Issue 4).
- LAWSON, B., & SAMSON, D. (2001). DEVELOPING INNOVATION CAPABILITY IN ORGANISATIONS: A DYNAMIC CAPABILITIES APPROACH. *International Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1142/s1363919601000427>
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2). <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Manaf, S., Hasan, L. D., Musawantoro, M., & Zainal, F. A. (2020). Pengaruh Kegiatan Pemasaran Online (E-Commerce) terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kuliner Tradisional Di Sulawesi Selatan. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 2(1). <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i1.47>
- Martin, S. L., Javalgi, R. G., & Cavusgil, E. (2017). Marketing capabilities, positional advantage, and performance of born global firms: Contingent effect of ambidextrous innovation. *International Business Review*. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.11.006>
- Minoja, M., Zollo, M., & Coda, V. (2010). Stakeholder cohesion, innovation, and competitive advantage. *Corporate Governance*, 10(4). <https://doi.org/10.1108/14720701011069632>
- O'Cass, A., & Sok, P. (2012). Examining the role of within functional area resource-capability complementarity in achieving customer and product-based performance outcomes. *Journal of Strategic Marketing*. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2011.643918>
- O'Cass, A., & Sok, P. (2014). The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(8). <https://doi.org/10.1177/0266242613480225>
- Porter, M. E. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. In *The Free*. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2009.11.015>
- Rahmasari, L. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1). <https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Saunders, A., & Brynjolfsson, E. (2016). Valuing information technology related intangible assets. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 40(1). <https://doi.org/10.25300/MISQ/2016/40.1.04>
- Sok, P., O'Cass, A., & Sok, K. M. (2013). Achieving superior SME performance: Overarching role of marketing, innovation, and learning capabilities. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2013.04.001>

- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1). <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Wheelen, T. L., J. David Hunger, Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). Concepts In Strategic Management & Business Policy. Globalization, Innovation and Sustainability. Fifteenth Edition. In *Global Edition. Pearson Education Limited. United Kingdom.*
- Zhang, M., Sarker, S., & Sarker, S. (2008). Unpacking the effect of IT capability on the performance of export-focused SMEs: A report from China. *Information Systems Journal*. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2008.00303.x>
- Zhu, Z., & Nakata, C. (2007). Reexamining the link between customer orientation and business performance: The role of information systems. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(3). <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679150301>