

STRATEGI INOVASI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI UNTUK DAYA SAING USAHA

Muhammad Iffan

Program Studi Manajemen Pemasaran,
Universitas Komputer Indonesia Bandung, Indonesia
Email : m.iffan@email.unikom.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing bisnis. Metode kuantitatif diterapkan dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Pengambilan sampel jenuh juga diterapkan sebagai metode pengambilan sampel dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 pelaku usaha di salah satu kawasan distro di Bandung, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap daya saing bisnis secara simultan. Secara parsial, strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, sedangkan pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha. Hasil ini mengungkapkan bahwa inovasi dan pemanfaatan teknologi dapat memberikan peluang yang signifikan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan, mempertahankan, dan mengembangkan usahanya, seperti membuat desain produk yang sedang tren dan memanfaatkan saluran promosi internet ke berbagai media sosial. Penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk memahami strategi inovasi dan teknologi yang dapat mempengaruhi aspek lain seperti kinerja bisnis, pengembangan, dan kesuksesan.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Pemanfaatan teknologi, Daya Saing Usaha

ABSTRACT

This research aims at investigating the impact of innovation strategy and technology utilization on business competitiveness. The quantitative method was implemented by using multiple regression, correlation coefficient, determination coefficient analysis, and hypothesis testing using the classical assumption test. Saturated sampling was also applied as a sampling method by distributing questionnaires to 30 business actors in various distribution shops in Bandung, Indonesia. The results indicated that innovation strategy and use of technology have significant effects on business competitiveness simultaneously. Partially, innovation strategy has a significant effect on business competitiveness, while use of technology has no significant effect on business competitiveness. These results reveal that innovation and technology utilization can provide significant opportunities for business owners to improve, maintain, and develop their business, such as creating trending product designs and utilizing internet promotion channels to various social media. Further research is also needed to understand the strategy innovation and technology that can affect other aspects such as business performance, development, and success.

Keywords: Innovation Strategy, Use of Technology, Business Competitiveness

PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan - perusahaan berlomba-lomba menjual barang/jasa, salah satunya adalah distro. Distro menjadi tempat pilihan untuk membeli berbagai produk fashion. Setiap distro menggunakan bahan baku dan desain yang berbeda untuk membuat pakaian, tas, topi, sweater, dan aksesoris fashion lainnya. Daya saing bisnis didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kinerja jangka panjang agar lebih baik dari para pesaingnya (Ussahawanitchakit, 2017). Internet telah menjadi fenomena dan kebutuhan. Menyadari bahwa kebutuhan internet yang semakin meningkat di masyarakat dapat menjadi peluang, perusahaan harus memaksimalkan penggunaan internet untuk meningkatkan penjualannya. Teknologi telah mempengaruhi masyarakat dan sekitarnya, membantu mengembangkan ekonomi maju (Aithal et al, 2015). Perusahaan harus mengutamakan inovasi dalam desain produk dan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Produk berkualitas buruk membuat kesan buruk pada distro. Oleh karena itu, desain dan kualitas produk harus seimbang. Inovasi mengubah wawasan dan teknologi menjadi produk, proses, dan layanan baru yang menciptakan nilai baru

bagi pemangku kepentingan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan standar hidup (Katz et al, 2010).

Penelitian sebelumnya mengungkapkan dampak strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing bisnis. DoĐan (2016) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing. Penelitian ini menggunakan output pengetahuan-teknologi dan output kreatif sebagai indikator inovasi. Namun, penelitian ini fokus pada inovasi dan daya saing bisnis yang digunakan sebagai variabel. Penelitian lain oleh Atkinson (2013) menunjukkan bahwa inovasi dapat membantu produktivitas dan daya saing. Selain itu, inovasi berarti barang dan jasa lebih murah dan lebih baik di masa depan. Namun, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memecahkan masalah. Selain itu, Sener & SaridoĐan (2011) menemukan bahwa negara-negara dengan kebijakan dan strategi ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi memiliki keunggulan yang signifikan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tidak hanya dalam daya saing global tetapi juga dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, yang mengarah pada kemakmuran dan kesejahteraannya. Namun, penelitian ini menggunakan faktor yang berbeda yang dapat mempengaruhi daya

saing bisnis. Hasil penelitian Filipova & Yuleva (2018) menyatakan bahwa daya saing berkaitan langsung dengan aktivitas bisnis yang inovatif. Inovasi berkontribusi untuk meningkatkan teknologi, karakteristik produk dan layanan, keterampilan organisasi perusahaan, dan kompetensi khusus untuk pesaing utamanya. Namun, penelitian ini menggunakan metode yang berbeda dalam menentukan keberhasilan daya saing usaha. Kemudian, penelitian lain dari Majerník menunjukkan bahwa inovasi mempengaruhi daya saing perusahaan dengan menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Dari segi jenis inovasi, manfaat ditunjukkan pada berbagai tingkat kegiatan usaha. Namun penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan memasukkan variabel kinerja sebagai variabel terikat. Untuk bertahan dan unggul dalam persaingan pasar, pemilik usaha perlu memperhatikan dan memanfaatkan peluang teknologi. Hal ini untuk mendukung strategi bisnis dan meningkatkan operasi dan layanan. Dalam hal ini, keberhasilan perusahaan dapat ditentukan oleh daya tanggap dan kemampuan beradaptasi terhadap inovasi dan teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing bisnis.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Inovasi

Pengertian inovasi adalah suatu ide baru yang menambah nilai. Sementara itu, strategi memegang peranan penting dalam kegiatan perusahaan dalam menentukan arah dan keunggulan bersaing. Strategi inovasi adalah strategi fungsional yang digunakan untuk merencanakan alokasi sumber daya untuk inovasi dan memandu pemilihan jenis, tingkat, dampak, dan profil risiko inisiatif inovasi. (Katz et al, 2010).

Inovasi strategi tidak hanya terkait dengan pengetahuan dan metode baru tetapi juga nilai-nilai yang seharusnya memberikan hasil yang lebih baik. Oleh karena itu, inovasi juga melibatkan perspektif dan perubahan sosial selain ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Strategi inovasi dapat memberikan manfaat sebagai berikut: (1) Meningkatkan kualitas hidup manusia melalui penemuan; (2) Memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan; (3) Meningkatkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru; dan (4) Menyediakan berbagai produk dan jenis di pasar.

Pemanfaatan teknologi

Pemanfaatan teknologi adalah rangkaian benda material berupa gagasan,

metode, dan teknik yang digunakan pada waktu dan tempat tertentu untuk memenuhi kebutuhan manusia. Unsur-unsur pemanfaatan teknologi adalah sebagai berikut: (1) Teknologi data adalah perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk menangkap, menyimpan, dan mengelola data; (2) Teknologi pemrosesan adalah perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk mengubah data menjadi informasi yang berguna; dan (3) Teknologi komunikasi adalah perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk menghubungkan teknologi data dan teknologi pemrosesan (Yana, 2016).

Manfaat teknologi ditunjukkan oleh pengguna teknologi dalam memutuskan penerimaan teknologi untuk meyakini bahwa teknologi dapat memberikan kontribusi positif bagi penggunanya.

Daya Saing Usaha

Daya saing adalah upaya untuk menjadi unggul dalam hal tertentu oleh orang, kelompok, atau lembaga tertentu. Tingkat daya saing tergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor daya saing meliputi ekonomi daerah, keterbukaan, sistem keuangan, infrastruktur, sumber daya alam, ilmu pengetahuan dan teknologi, sumber daya manusia, kelembagaan,

kebijakan pemerintah, serta manajemen dan ekonomi mikro (Sumihardjo, 2008).

Beberapa aspek daya saing, yaitu: (1) Aspek pertumbuhan pasar seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, dan potensi pasar; (2) Aspek intensitas persaingan seperti beberapa organisasi, kemudahan masuk, dan substitusi produk; serta (3) aspek akses pasar (Rahayu, 2008).

METODOLOGI

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan cara tertentu. Menurut Sugiyono (2014), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data yang valid untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan pengetahuan tertentu. Oleh karena itu, dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Desain survei cross-sectional melalui kuesioner digunakan dalam penelitian ini. Desain survei cross sectional adalah penelitian observasional yang mengukur hasil partisipan secara bersamaan (Benar, 2016). Analisis dilakukan pada bulan Juli 2020 di Bandung sebanyak 30 pemilik distro yang dijadikan sebagai responden. Responden telah berinovasi dan memanfaatkan internet untuk menawarkan

produknya. Tanggapan responden dapat memberikan jawaban dalam menentukan daya saing usaha. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

Analisis deskriptif menggunakan tabel frekuensi distribusi untuk menentukan bagaimana skor rata-rata setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala Likert. Selanjutnya penentuan rangking masing-masing variabel penelitian dilakukan dengan membandingkan skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh dengan menghitung tanggapan responden sesuai dengan klasifikasi bobot. Sedangkan skor ideal diperoleh dengan memperoleh prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah responden.

Metode verifikasi menurut Narimawati (2010) adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis statistik. Metode penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Regresi berganda digunakan untuk memodelkan variasi variabel hasil sebagai fungsi linier dari himpunan regresi (Kelley et al, 2013). Sebelum dilakukan pengujian, dilakukan uji asumsi klasik. Metode verifikasi digunakan untuk menguji

dampak strategi inovasi dan teknologi terhadap daya saing bisnis, baik secara parsial maupun simultan.

Selain itu juga dilakukan pengujian hipotesis. Hipotesis merupakan asumsi sementara dari rumusan masalah. Hipotesis harus diuji secara empiris validitasnya (Al Fath, 2015). Uji-t adalah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, untuk menguji hipotesis secara simultan, uji F adalah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha

H2: Pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha

H3: Strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan tanggapan responden dari masing-masing variabel penelitian sebelum dilakukan analisis verifikatif. Berikut adalah tabel 1 yang menunjukkan tanggapan responden mengenai strategi inovasi.

Tabel 1: Tanggapan Responden Tentang Strategi Inovasi

No	Indicators	Actual Score	Ideal Score	Percentage	Category
1	Process Innovation	253	300	84,3%	Very Good
2	Product Innovation	268	300	89,3%	Very Good
3	Innovation Implementation	257	300	85,6%	Very Good
Total		778	900	86,4%	Very Good

Inovasi produk sebesar 89,3% memperoleh nilai persentase tertinggi. Implementasi inovasi memiliki persentase sebesar 85,6%, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh oleh inovasi proses sebesar 84,3%. Secara keseluruhan, nilai persentase total adalah 86,4% yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik bisnis menyadari pentingnya menerapkan inovasi dalam bisnis mereka. Selain itu, hasil ini menunjukkan bahwa mereka sedang mengejar strategi untuk berinovasi. Perusahaan dapat memutuskan untuk mengadopsi strategi inovasi karena berbagai alasan, seperti meningkatkan efisiensi, kualitas, atau hanya mengembangkan pasar baru (Falcones & Castilla, 2020). Berikut adalah tabel 2 yang menunjukkan tanggapan responden mengenai pemanfaatan teknologi.

Tabel 2: Tanggapan Responden Tentang Pemanfaatan teknologi

No	Indicators	Actual Score	Ideal Score	Percentage	Category
1	Competitive price	263	300	87,6%	Very Good
2	Product quality	137	150	91,3%	Very Good
3	Product excellence	125	150	83,3%	Good
Total		525	600	87,4%	Very Good

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai persentase tertinggi diperoleh kualitas produk sebesar 91,3%. Kemudian, persentase harga bersaing adalah 87,6%. Sedangkan persentase terendah diperoleh pada keunggulan produk sebesar 83,3%. Daya saing usaha mendapat nilai persentase sebesar 87,4% yang dikategorikan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa para pemilik bisnis menyadari persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, mereka berupaya untuk meningkatkan daya saing bisnis dalam usahanya, seperti menetapkan harga yang kompetitif dan menggunakan bahan baku yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Mereka juga menciptakan keunikan untuk membedakan mereka dari pesaing. Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menjalankan fungsinya untuk mencapai keunggulan bersaing (Stawasz, 2019).

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis verifikasi. Namun, sebelum analisis regresi berganda dilakukan, dilakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan

heteroskedastisitas) untuk menilai apakah terdapat permasalahan pada asumsi klasik atau model regresi linier. Tabel 4 menjelaskan hasil uji normalitas.

Tabel 4: Hasil Uji Normalitas

		Business Competitiveness
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.8080
	Std. Deviation	.66088
	Most Extreme Differences	.124
	Positive	.104
	Negative	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		.681
Asymp. Sig. (2-tailed)		.743

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dari tabel 4, hasil uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,743, lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Tabel 5 menjelaskan hasil uji multikolinearitas.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Innovation Strategy	.985	1.015
Use of Technology	.985	1.015

a. Dependent Variable: Business Competitiveness

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi ditemukan adanya

korelasi antar variabel bebas. Pengujian gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan Variance Inflation Factor dan nilai toleransi. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 5 nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas. Tabel 6 menjelaskan hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 6: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.092	.285
Innovation Strategy	-.186	.854
Use of Technology	-.126	.901

a. Dependent Variable: Absolute Value of The Residuals

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan varians variabel residual dalam model regresi. Jika suatu model regresi memiliki varians pada variabel residual, maka menyiratkan bahwa model regresi tersebut adalah homoskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 6 diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa varians residual adalah homogen. Disimpulkan bahwa asumsi tidak adanya heteroskedastisitas telah terpenuhi untuk persamaan regresi. Oleh karena itu, semua variabel digunakan untuk pengujian lebih lanjut dalam penelitian ini. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data menggunakan analisis regresi

berganda. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak. Persamaan berikut merupakan persamaan struktural penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda.

$$BC = 0.539 + 0.538*IS + 0.230*UT$$

Persamaan regresi menunjukkan nilai b0 sebesar 0,539 artinya jika strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi bernilai nol maka daya saing usaha bernilai 0,539. Sedangkan nilai b1 sebesar 0,538 artinya jika strategi inovasi meningkat dan pemanfaatan teknologi nol maka daya saing usaha meningkat sebesar 0,538. Sedangkan nilai b2 sebesar 0,230 berarti jika strategi inovasi nol dan pemanfaatan teknologi meningkat maka daya saing usaha meningkat sebesar 0,230. Tabel 7 menjelaskan hasil analisis korelasi dan koefisien determinasi.

Tabel 7: Hasil Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 ^a	.223	.166	.60359

a. Predictors: (Constant), Use of Technology, Innovation Strategy

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi dengan daya saing usaha adalah 0,473. Nilai ini

termasuk dalam kategori hubungan kuat pada kelas interval antara 0,400 sampai dengan 0,599. Selain itu, tabel 7 menjelaskan hasil analisis koefisien determinasi. Selain itu diketahui bahwa pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing usaha sebesar 0,223. Nilai tersebut berarti bahwa strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap daya saing usaha sebesar 22,3%. Tabel 8 menjelaskan hasil uji hipotesis parsial.

Tabel 8: Hasil Uji Hipotesis Parsial

Model	t	Sig.
(Constant)	.608	.549
1 Innovation Strategy	2.665	.013
Use of Technology	1.137	.266

a. Dependent Variable: Business Competitiveness

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh strategi inovasi terhadap daya saing usaha adalah $0,013 < 0,05$ yang berarti strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, H1 diterima. Hubungan antara inovasi dan daya saing kuat karena inovasi mempengaruhi daya saing secara signifikan (García-Sánchez et al, 2019). Inovasi tidak hanya penting untuk menciptakan nilai dalam suatu perusahaan tetapi juga penting untuk menciptakan nilai, karena penting bagi kinerja dan daya saing perusahaan (Hadj, 2020).

Sedangkan nilai signifikansi pengaruh teknologi terhadap daya saing usaha adalah $0,266 > 0,05$ yang berarti pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, H2 ditolak. Dalam hal ini, meskipun pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, namun tetap dapat membantu pemilik usaha untuk menjual produknya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pemanfaatan teknologi menciptakan pasar baru dan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui interaktivitas yang lebih besar, biaya transaksi yang lebih efisien, dan akses komunikasi langsung yang efektif (Chege et al, 2020). Tabel 9 menjelaskan hasil uji hipotesis secara simultan.

Tabel 9: Hasil Uji Hipotesis Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.830	2	1.415	3.883	.033 ^b
Residual	9.837	27	.364		
Total	12.666	29			

a. Dependent Variable: Business Competitiveness

b. Predictors: (Constant), Use of Technology, Innovation Strategy

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan pada tabel 9 diperoleh nilai signifikansi 0,033 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, H3 diterima. Untuk berhasil di era teknologi saat

ini, pemilik bisnis perlu mengembangkan tiga strategi berbeda, termasuk inovasi, daya saing, dan produktivitas, yang mengarah pada kesuksesan bisnis (Atkinson, 2013).

Strategi inovasi diukur melalui tiga indikator, yaitu inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi inovasi. Secara umum, strategi inovasi pada distro di Bandung dinilai cukup baik. Hal ini dikarenakan pelaku usaha belum melakukan perubahan yang signifikan dalam proses pembuatan produk. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi diukur melalui dua indikator: manfaat dan efektivitas. Secara umum, pemanfaatan teknologi pada distro di Bandung masih dinilai cukup baik. Hal ini dikarenakan distro belum memaksimalkan penjualan melalui website. Tiga indikator yaitu, harga bersaing, kualitas produk, dan keunggulan produk, merepresentasikan daya saing bisnis. Secara umum, pemilik distro memiliki daya saing bisnis yang baik. Hal ini disebabkan fluktuasi yang signifikan dalam penjualan dalam kondisi saat ini.

Strategi inovasi harus mengikuti misi, visi, tujuan, dan strategi perusahaan. Perusahaan harus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk yang inovatif dan mencapai kinerja yang maksimal (Karabulut, 2015). Inovasi tetap menjadi kendala bagi pemilik bisnis karena inovasi memiliki tingkat kegagalan yang

tinggi. Bahkan bisnis yang sukses tidak dapat mempertahankan kinerjanya. Alasannya adalah bahwa perusahaan mengadopsi segala sesuatu yang sedang populer atau meniru inovator saat ini. Manajer harus merumuskan strategi inovasi dengan menetapkan upaya inovasi perusahaan yang mendukung strategi bisnis secara keseluruhan. Ini membantu mereka membuat keputusan untuk memilih tindakan yang paling tepat dan memprioritaskan inovasi dengan semua fungsi yang selaras. Menciptakan strategi inovasi berkaitan dengan bagaimana inovasi menciptakan nilai bagi calon pelanggan, bagaimana perusahaan menangkap nilai tersebut, dan jenis inovasi apa yang harus dilakukan. Sama seperti desain produk yang harus dikembangkan agar tetap kompetitif, strategi inovasi juga harus dikembangkan seiring dengan perubahan lingkungan (Pisano, 2015).

Selain strategi inovasi, kemajuan teknologi informasi juga membuka peluang bagi para pelaku bisnis baru untuk menjalankan operasinya secara lebih efisien. Penggunaan internet dan teknologi informasi telah mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dan meningkatkan proses yang ada. Penerapan teknologi komunikasi informasi seperti internet dalam dunia bisnis membantu mengembangkan produk baru untuk

menjangkau pelanggan baru, pasar serta peluang persaingan harga yang lebih besar (Agwu et al, 2016).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyajikan pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing bisnis. Hal tersebut terungkap dari hasil pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing usaha pada distro di Bandung. Secara parsial, inovasi strategis berpengaruh signifikan terhadap daya saing bisnis. Sedangkan pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing bisnis. Hasil temuan tersebut memberikan kontribusi referensi untuk mendorong pemilik distro mengembangkan produknya dan memaksimalkan wilayah pemasaran untuk menjangkau pelanggan secara luas.

REFERENSI

- Agwu, M. E., Taiwo, J. N., Agumadu, M., & Afieroho, E. O. (2016). *The role of ICTS in the improvement of the competitiveness of SMEs*. Asian Journal of Information Technology, 15(18), 3414-3421.
- Aithal, P. S., & Aithal, S. (2015). *Ideal Technology Concept & its Realization Opportunity using Nanotechnology*. International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM), 4(2), 153-164.
- Al Fath, A. M. (2015). **Pengaruh Motivasi, Lingkungan, dan Disiplin Terhadap Prestasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPA Kelas V SDN 19 Banda Aceh**. Visipena Journal, 6(1), 1-11.
- Atkinson, R. D. (2013). *Competitiveness, innovation and productivity*. The Information Technology & Innovation Foundation. –August, 2-7.
- Chege, S. M., Wang, D., & Suntu, S. L. (2020). *Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya*. Information Technology for Development, 26(2), 316-345.
- DoDan, E. (2016). *The effect of innovation on competitiveness*. Ekonometri ve Istatistik Dergisi, (24), 60-81.
- Falcones, W. A., & Castilla, J. I. M. (2020). *Factors affecting the implementation of innovation strategies in a dynamic environment: case SMES of the tourism sector in Ecuador*. GCG: revista de globalización, competitividad y gobernabilidad, 14(2), 50-68.
- Filipova, M., & Yuleva, R. (2018). *Innovative management as competitiveness factor*. Entrepreneurship, 6(2), 215-228.
- García-Sánchez, A., Siles, D., & Vázquez-Méndez, M. D. M. (2019). *Competitiveness and innovation: effects on prosperity*. Anatolia, 30(2), 200-213.
- Hadj, T. B. (2020). *Effects of corporate social responsibility towards stakeholders and environmental management on responsible innovation and competitiveness*. Journal of Cleaner Production, 250, 119490.
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Ślusarczyk, B., & Jermstipparsert, K. (2019). *Industry 4.0: A solution towards technology challenges of sustainable business performance*. Social Sciences, 8(5), 154.
- Karabulut, A. T. (2015). *Effects of innovation strategy on firm performance: a study conducted on manufacturing firms in Turkey*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 195, 1338-1347.
- Katz, B. R., Du Preez, N. D., & Schutte, C. S. L. (2010). *Definition and role of an innovation strategy*. In SAIIE conference proceedings (pp. 60-74).
- Kelley, K., & Bolin, J. H. (2013). *Multiple regression*. In Handbook of quantitative methods for educational research (pp. 69-101). Brill Sense.
- Majerník, M. M. Š. *Impact of Innovation on The Performance and Competitiveness of The Economy*.
- Narimawati, U. (2010). **Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi**. Jakarta: Genesis.

Pisano, G. P. (2015). *You need an innovation strategy*. Harvard Business Review, 93(6), 44-54.

Rahayu, A. (2008). **Strategi meraih keunggulan dalam industri jasa pendidikan (Suatu kajian manajemen strategik)**. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Stawasz, E. (2019). *Factors that shape the competitiveness of small innovative companies operating in international markets with a particular focus on business advice*. Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation, 15(1), 61-82.

Sumihardjo, T. (2008). **Daya Saing Berbasis Potensi Daerah**. Bandung: Fokusmedia.

Yudhantara, Yana. 2016. **Pengaruh persediaan bahan baku dan pemanfaatan teknologi terhadap proses produksi (Studi Kasus Pada Konveksi Goods Project Bandung)**.