

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN FREIGHT FORWARDING

Lisda Rahmasari

STIMART “AMNI” Semarang
e-mail : lisdarahmasari272@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of information technology and innovation to the benefit of rivalry and the effect to the company performance. The population of this research is all freight forwarding company in Semarang, Central Java. The sample was selected by sampling technique where the sample was 100 companies. The data were collected by using questionnaires, interviews, and documentations. The data analysis used was multi regression analysis of SPSS Version 17 for windows. The results of this research showed that: 1) Technology Information have a significant positive effect on the benefit of rivalry with a probability value of $0.01 < 0.05$; 2) Innovation have no significant advantage with a probability value of $0.06 > 0.05$; and have a significant positive effect on performance with a probability value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.71 or 71%. This shows that 71% of the competitive advantage is affected by the information technology affected by other independent variables not under study.

Keywords: *Information Technology , Innovation , Competitive Advantage And Performance .*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan teknologi informasi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Freight Forwarding di Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program spss versi 17 for window. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai probabilitas $0,01 < 0,05$; 2) inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai probabilitas $0,06 > 0,05$; 3) keunggulan bersaing secara berpengaruh positif dan signifikan kinerja perusahaan dengan nilai probabilitas $0,00 < 0,05$. Dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 71 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 71% keunggulan bersaing dipengaruhi oleh penerapan teknologi informasi dan inovasi sedangkan sisanya 29 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Penerapan Teknologi Informasi, Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan.*

Pendahuluan

Peningkatan pertumbuhan industri logistik yang mencapai dua digit terjadi seiring sejalan dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi mendorong meningkatnya pendapatan dan konsumsi masyarakat, ditambah dengan pertumbuhan perdagangan internasional. Frost & Sullivan, perusahaan konsultan memprediksi industri logistik di Indonesia tumbuh 14,5% dengan nilai mencapai Rp 1,63 triliun di tahun 2013 dari estimasi tahun lalu yakni sebesar Rp 1,42 triliun (www.liputan6.com).

Pandangan beberapa ahli tentang prospek bisnis dibidang logistik adalah terdapat peningkatan pertumbuhan industri logistik yang diprediksi naik 15-20% per tahun, tapi faktanya tidak semua pebisnis dibidang logistik menikmati pertumbuhan tersebut terutama pada segmen logistik freight forwarding, khususnya yang hanya fokus pada jasa kepabeanan atau *custom clearance* (<https://swa.co.id>). Besarnya pasar logistik ini mengundang pebisnis asing untuk datang dan berkompetisi di Indonesia. Untuk itu perusahaan nasional pun harus meningkatkan kemampuannya untuk dapat bersaing.

Salah satu indikator dari penilaian terhadap kesuksesan suatu perusahaan adalah kemampuan untuk mempertahankan eksistensinya. Artinya, perusahaan perlu mempunyai *added value* atau keunggulan bersaing dari perusahaan-perusahaan sejenis atau pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, kebutuhan, income dan kemauan pengguna jasa. Apabila kondisi persaingan rendah atau

bahkan tidak ada persaingan, maka produk tersebut belum dibutuhkan perusahaan. Sebaliknya, apabila tingkat persaingan semakin tinggi, maka produk tersebut menjadi semakin penting di dalam perusahaan.

Pesaing menjadikan perusahaan menggunakan teknologi informasi untuk melakukan penetrasi pasar kepada kompetitor usaha dengan cara diferensiasi produk atau jasa. Penerapan teknologi informasi dapat menjadi salah satu langkah untuk meningkatkan keunggulan bersaing. 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. Teknologi informasi juga digunakan perusahaan untuk melakukan pemantauan kegiatan pesaing, 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 memonitor inovasi yang dilakukan oleh perusahaan di negara maju dalam menambah nilai jual akan hasil produknya (Kaisar, 2015). Inti dari fungsi teknologi informasi adalah terciptanya efisiensi untuk mengurangi pemborosan yang dilakukan oleh perusahaan. Penerapan teknologi informasi 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 pesaing yang memperhatikan titik lemah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus terus konsisten dalam menjaga keunggulannya (Kaisar, 2015).

Keunggulan bersaing dapat juga dilihat dengan melalui inovasi jasa yang dapat diciptakan perusahaan melalui fasilitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat menampung segala macam keluhan atau saran yang ditujukan konsumen untuk perusahaan demi perbaikan menuju yang lebih berkualitas. Pengaturan strategi inovasi yang baik menjadi kunci kesuksesan bagi perusahaan untuk dapat menjadi yang terdepan dengan adanya antisipasi dalam persaingan pasar (Kaisar, 2015). Sehingga memberikan layanan yang maksimal, meminimalisir komplain dan menjalin hubungan jangka panjang kepada pelanggan merupakan inti dalam bisnis jasa freight forwarding dan menjadi tugas perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya.

Dari latar belakang diatas untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Analisis pengaruh penerapan teknologi informasi dan inovasi jasa terhadap keunggulan bersaing serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan freight forwarding”.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

1. Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah proses pertukaran data dan pesan tanpa kendala ruang dan waktu. Teknologi informasi 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 (Kaisar 2015). Teknologi informasi tidak hanya berhubungan dengan teknologi komputer dan bukan hanya untuk mengolah data atau memperoleh informasi, tetapi juga untuk memperbaiki cara berkomunikasi. Teknologi informasi juga dapat didefinisikan sebagai 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 fotocopy, mesin faksimili, telepon seluler, terkait perangkat nirkabel yang dikendalikan mesin pabrik, robot, dan perekam video, (Anisa, 2015). Teknologi informasi juga dapat didefinisikan sebagai perangkat atau proses yang memediasi 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 system dan desain metodologi, alat pemrograman dan metodologi, perangkat keras komputer, perangkat lunak computer, teknologi penyimpanan,

teknologi telekomunikasi (internet), dan system informasi yang terintegrasi dimana menggabungkan semua elemen yang tersebut diatas kedalam suatu system. Oleh karena itu teknologi informasi alat yang terbaik dalam mendeteksi masalah-masalah yang terjadi di masyarakat (Kaisar, 2015). Indikator dari teknologi antara lain kecanggihan, kemanfaatan dan efektivitas.

2. Inovasi

Inovasi secara konvensional diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk - produk baru. Inovasi didefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan (Kusumo , 2006). 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 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 (Kusumo , 2006). 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 menghasilkan produk atau jasa dengan biaya rendah atau inovasi yang memberikan diferensiasi pada produk sehingga memberikan harga yang lebih untuk tambahan biaya diferensiasi tersebut.

Keberhasilan inovasi terjadi jika 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. Indikator dari inovasi adalah inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi teknis.

3. Keunggulan Bersaing

Perusahaan perlu mempunyai kemampuan bersaing yaitu dengan 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), dan untuk membuka peluang baru untuk pengembangan jenis baru produk. Sebuah perusahaan dikatakan mempunyai keuntungan kompetitif jika 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. Keunggulan kompetitif merupakan 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).

Keunggulan kompetitif mempunyai tiga dimensi yaitu biaya, diferensiasi dan fokus dengan pesaing yang mencoba untuk mengatur diri mereka untuk dapat lepas dari "kepungan" 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. Indikator dari keunggulan bersaing adalah keunggulan harga, keunggulan produk dan keunggulan layanan.

4. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi perusahaan yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Kinerja perusahaan dapat diukur dari *profitability*, tingkat pengembalian investasi (ROI), pencapaian utama perusahaan, pertumbuhan, inovasi, dan tingkat pengembalian asset (ROA/ROE). Dalam hal ini kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA/ROE adalah sebagai ukuran kinerja operasional perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Sedangkan profitabilitas dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan untuk

mengetahui seberapa jauh perusahaan dikelola secara efisien dan efektif. Jika dilihat dari persepsi manajer mengenai profitabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai pengukur kinerja yang baik (Regina dan Devie, 2013). Penilaian kinerja perusahaan bertujuan untuk menentukan efektivitas operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode atau pendekatan.

Kinerja non-keuangan adalah mengukur kinerja dengan menggunakan satuan pengukuran non-keuangan. Informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah informasi keuangan, akuntansi manajemen informasi, dan informasi akuntansi keuangan seperti laba sebelum pajak, laba atas investasi, dan sebagainya. Dalam kaitannya dengan pengukuran kinerja dapat didasarkan pada kinerja pasar. Indikator dari kinerja perusahaan antara lain produktivitas, profitabilitas dan pertumbuhan pangsa pasar.

5. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Penerapan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

H2 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keunggulan bersaing.

H3 : Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan baik melalui wawancara dengan pihak terkait, kuisisioner, dan observasi langsung, serta data sekunder, yaitu data yang telah diolah dan diperoleh dari perusahaan maupun pihak-pihak terkait.

2. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan teknik :

- a. Wawancara bebas yaitu teknik untuk memperoleh informasi dan melengkapi data dengan mewawancarai pihak-pihak terkait, baik itu pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat.
- b. Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk melengkapi data dengan melihat dan mencermati secara langsung ke obyek yang akan diteliti.
- c. Metode dokumentasi yaitu teknik dengan menelaah dokumen-dokumen dan laporan-laporan yaitu data sekunder yang berhubungan dengan tujuan penelitian.
- d. Kuisisioner merupakan teknik mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada setiap responden berdasarkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan Freight Forwarding di Semarang . Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanyalah 100 perusahaan yang dianggap telah mewakili dari keseluruhan populasi.

4. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows 17 dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2001).

Uji Validitas Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor . Dalam melakukan pengujian validitas,

digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu SPSS for Windows 17, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2001).

5. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2001). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai tolerance. Apabila nilai tolerance mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi .

6. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2001). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat

normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali,2001):

a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2001). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandardized (Ghozali,2001). Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali,2001):

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit),

maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

8. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen diatas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi diatas dinyatakan dengan *Understanding Coefficients* dengan pertimbangan bahwa ukuran variabel sama, artinya bahwa persepsi responden terhadap variabel dianggap mempunyai ukuran yang sama sehingga yang digunakan *Unstandardized Coefficients* (Ghozali, 2007)

Table 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.504	.858		29.797	.000		
	Penerapan TI	.440	.098	.469	3.483	.001	.181	5.524
	Inovasi Jasa	.200	.131	.411	4.050	.060	.181	5.524

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dijelaskan melalui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 15.504 + 0,440 X_1 + 0,200 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 15504 mempunyai arti jika tidak ada penerapan TI (X_1), Inovasi Jasa (X_2), maka keunggulan bersaing sebesar 15.504
2. β_1 (Nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,440 mempunyai arti

koefisien regresi penerapan TI (X_1) bernilai positif dan signifikan yang berarti jika semua indikator penerapan TI (X_1) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan keunggulan bersaing sebesar 44 %.

3. β_2 (Nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,200 mempunyai arti koefisien regresi inovasi jasa (X_2) bernilai positif tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.775	1.611		5.448	.000		
	Keunggulan Bersaing	.114	.057	.360	3.793	.000	.157	4.361

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1775 + 0,114 X_1 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 1775 mempunyai arti jika tidak ada keunggulan bersaing (X_1), maka kinerja perusahaan sebesar 1775

2. β_1 (Nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,114 mempunyai arti koefisien regresi keunggulan bersaing (X_1) bernilai positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan . Hal ini berarti jika semua indikator keunggulan bersaing (X_1) dinaikkan 100%,

sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan kinerja perusahaan sebesar 21,4%.

Penutup

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang di ada pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sebesar 0.440 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ yang artinya apabila ada peningkatan penerapan teknologi informasi maka keunggulan bersaing akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing dinyatakan dapat diterima.
2. Inovasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien regresi sebesar 0.200 dan tingkat signifikansi sebesar $0.06 > 0.05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh inovasi jasa terhadap keunggulan bersaing dinyatakan ditolak.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0.114 dan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya apabila ada peningkatan keunggulan bersaing maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan dinyatakan dapat diterima.

Daftar Pustaka

- Aldhilla, Mochamad Ridho. 2014. Pengaruh Point of Purchase Communication Terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Hipermarket Lotte Mart Kota Bandung). Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia
- Anisa, 2015, Pengaruh Point Of Purchase, Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen, <https://media.neliti.com/media/publications/101227>
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran (Analisa. Perilaku Konsumen), Yogyakarta : BPFE UGM
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro. Habibi, Maksum dan Gunadi.2013.Pengantar Ekonomi dan Bisnis, Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen SMK Kelas X.Jakarta.
- Hatane, Semuel. 2006. Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel mediasi. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 8. No. 2
- Kusumo, Agung R.W. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik Skala Besar dan

Sedang Di Kota dan Kabupaten
Pekalongan). Universitas
Diponegoro, Semarang Jawa
Tengah. (Online), diakses 12
Oktober 2011

Kaisar, 2015, Analisis Pengaruh
Teknologi Informasi Dan
Inovasi Terhadap Keunggulan
Bersaing Untuk Meningkatkan
Kinerja Organisasi, Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomika
dan Bisnis Universitas
Diponegoro

Mellisa, 2015, Efektivitas Point Of
Purchase Dalam Meningkatkan
Impulse Buying Pada Peritel Di
Surabaya,

<http://download.portalgaruda.org>
.

Regina Suharto dan Devie. 2013.
“Analisa Pengaruh Supply Chain
Management terhadap
Keunggulan Bersaing dan
Kinerja Perusahaan”. Jurnal
Business Accounting
Review.Vol.1, No. 2, (2013)

SWA Edisi: XXVII, 2014. Berebut-
Kue-Logistik-Yang-
Menggiurkan. www.swa.co.id.

Yas, 2013, Industri Logistik
Indonesia Diprediksi Capai Rp
1,63 triliun, www.liputan6.com