

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KREATIVITAS  
INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN  
KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada UMKM Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga)

**M. NOR EFENDI  
NIM. 160461201013**



**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : M. Nor Efendi  
NIM : 160461201013  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga)

### Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si  
NIDN. 0003107708

Dosen Pembimbing II



Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si  
NIP. 199012132018032001

### Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : M. Nor Efendi  
NIM : 160461201013  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga)

**Menyetujui**


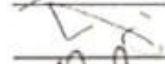
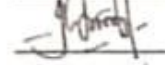


**Dosen Pembimbing I**

  
**Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si**  
NIDN. 0003107708

**Dosen Pembimbing II**


  
**Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si**  
NIP. 199012132018032001

**Dosen Penguji**

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
<u>Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si</u> NIDN. 0003107708	Penguji I		5/8/21
<u>Dr.M. Syuzairi, M.Si</u> NIP. 196003101988101001	Penguji II		5/8/21
<u>Hj. Iranita, S.E., M.Si</u> NIDN. 1027087003	Penguji III		5/8/2021
<u>Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si</u> NIP. 199012132018032001	Penguji IV		20/8/21
<u>Akhirman, S.Sos., M.M</u> NIDN. 1004086501	Penguji V		6/8/21

**Mengetahui**

  
**Dekan Fakultas Ekonomi Umrh**  
  
**Dr. Asmaul Husna, SE,Ak, MM., CA**  
NIDN. 1001077101

**Ketua Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi Umrh**  
  
**Abdul Jalal, S.E., M.Si**  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 13 Juli 2021

Yang membuat pernyataan

  
  
**M. Nor Efendi**  
**NIM. 160461201013**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Tetapi hanya Allah-lah pelindungmu, dan dia penolong yang terbaik”

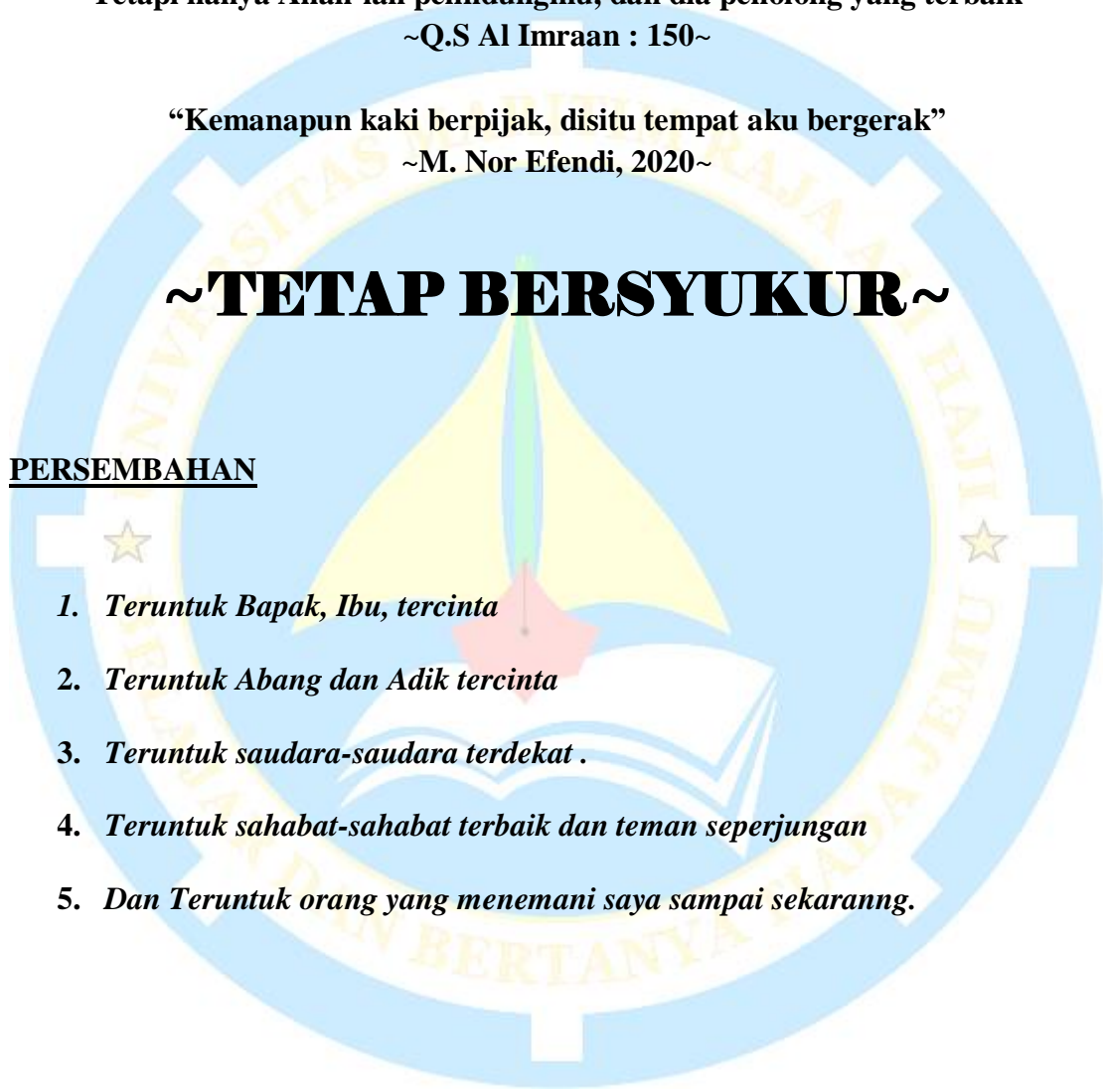
~Q.S Al Imraan : 150~

“Kemanapun kaki berpijak, disitu tempat aku bergerak”

~M. Nor Efendi, 2020~

**~TETAP BERSYUKUR~**

### PERSEMBAHAN

- 
1. *Teruntuk Bapak, Ibu, tercinta*
  2. *Teruntuk Abang dan Adik tercinta*
  3. *Teruntuk saudara-saudara terdekat .*
  4. *Teruntuk sahabat-sahabat terbaik dan teman seperjuangan*
  5. *Dan Teruntuk orang yang menemani saya sampai sekarang.*



## ABSTRAK

M. Nor Efendi, 2020 : Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga). Dosen Pembimbing : Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si, Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara parsial terhadap keunggulan bersaing, pengaruh teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara simultan terhadap keunggulan bersaing, pengaruh teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara parsial terhadap kinerja bisnis UMKM, pengaruh teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan terhadap kinerja bisnis UMKM dan pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja bisnis UMKM melalui keunggulan bersaing, serta pengaruh kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM melalui keunggulan bersaing. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM di Pancur. Penentuan sampel menggunakan metode sampel jenuh, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan secara keseluruhan hingga didapat 93 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/ kuesioner. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis jalur (*path analysis*) dan uji hipotesis. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan hasil penelitian, Pengusaha Mikro Kecil Menengah di Pancur diharapkan tetap mempertahankan dan terus berupaya mengembangkan UMKM dengan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat menunjang kinerja bisnis UMKM.

**Kata kunci** : **Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis UMKM**

## **ABSTRACT**

M. Nor Efendi, 2020 : *The Influence of Information Technology and Innovation Creativity on Business Performance with Competitive Advantage as an Intervening variable(Case Study SMEs in Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga). Advisory Team : Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si, Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si*

*This study aims to determine the effect of information technology and innovation creativity partially on competitive advantage, the influence of information technology and innovation creativity simultaneously on competitive advantage, the influence of information technology, innovation creativity and competitive advantage partially on MSME business performance, the influence of information technology, creativity innovation and competitive advantage simultaneously on MSME business performance and the influence of information technology on MSME business performance through competitive advantage, as well as the influence of innovation creativity on MSME business performance through competitive advantage. The population in this study were all SMEs in Pancur. Determination of the sample using the saturated sample method, with the sampling technique used as a whole to get 93 respondents. The data collection method used is a questionnaire/questionnaire. The analytical method used in this research is descriptive test, data quality test, classical assumption test, path analysis and hypothesis testing. The results of the analysis in this study show that information technology and innovation creativity partially have a significant effect on competitive advantage. Information technology and innovation creativity simultaneously have a significant effect on competitive advantage. Information technology and innovation creativity partially have no significant effect on MSME business performance. Competitive advantage partially has a significant effect on MSME business performance. Information technology, innovation creativity and competitive advantage simultaneously have a significant effect on MSME business performance. Based on the results of the research, Micro, Small and Medium Enterprises in Pancur are expected to maintain and continue to strive to develop MSMEs by paying attention to what factors can support MSME business performance.*

**Keywords** : *Technology, Innovation Creativity, Competitive Advantage and MSME Business Performance*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Pancur Kec. Lingga Utara Kab. Lingga)”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Strata-1 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH), Tanjungpinang.

Sholawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada *nabiyullah* Muhammad SAW. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta rapalan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan anugrah yang luar biasa kepada penulis.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Amran dan Ibu Mustika Wati serta saudara kandung penulis, kakanda Arman Muhandar dan adinda Anggi Permata Sari, terimakasih setulus-tulusnya atas segala kasih sayang yang tiada bermuara. Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat, kesehatan dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Agung Dharma Syakti, DEA. Selaku rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.



4. Ibu Dr. Asmaul Husna, SE,Ak., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
5. Bapak Abdul Jalal, S.E., M.Si Selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi.
6. Ibu Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si. Selaku pembimbing II dan Bapak Roni Kurniawan S.Sos., M.Si selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan serta telah banyak membantu urusan administrasi dari awal hingga sampai akhir masa perkuliahan.
8. FORMADIKSI UMRAH, PMII Komisariat Raja Ali Haji, IMKL Kota Tanjungpinang.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Sekiranya skripsi ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan saran dan kritikan demi kesempurnaan skripsi ini dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, atau peneliti selanjutnya. Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa selalu bersama kita dan meridhoi jalan hidup kita. Aamiin.

Tanjungpinang, Juni 2021

M.Nor Efendi

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>I</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Pembatasan Penelitian .....	9
1.7 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Teknologi Informasi .....	12
2.1.2 Kreativitas Inovasi .....	15
2.1.2 Keunggulan Bersaing .....	18
2.1.2 Kinerja Bisnis .....	21

2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.4.1 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing .....	29
2.4.2 Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing .....	31
2.4.3 Pengaruh Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing .....	33
2.4.4 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis .....	34
2.4.5 Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis .....	35
2.4.6 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis .....	37
2.4.7 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing .....	38
2.4.8 Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing .....	39
2.4.9 Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis .....	40

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1	Objek Dan Ruang Penelitian .....	42
3.2	Metode Penelitian .....	42
3.2.1	Metode Kualitatif .....	42
3.2.1	Metode Kuantitatif .....	43
3.3	Oprasionalisasi Variabel Penelitian .....	43
3.4	Prosedur Pengumpulan Data .....	46
3.4.1	Jenis Data .....	46
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5	Metode Penentuan populasi dan Sampel .....	48
3.5.1	Populasi .....	49
3.5.1	Sampel .....	49
3.5	Metode Aanalisa Data .....	49
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	50
3.6.2	Uji Kualitas Data .....	50
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	51
3.6.4	Analisis Jalur ( <i>Path Analisis</i> ).....	53
3.5.1	Pengujian Hipotesis .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1	Deskripsi Analisis/ Observasi.....	58



4.2 Deskripsi Responden.....	58
4.3 Demografi Responden.....	59
4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	60
4.4 Deskripsi Variabel.....	62
4.4.1 Deskripsi Teknologi Informasi (X1).....	62
4.4.2 Deskripsi Kreativitas Inovasi (X2).....	64
4.4.3 Deskripsi Keunggulan Bersaing (Z).....	65
4.4.4 Deskripsi Kinerja Bisnis (Y).....	67
4.5 Hasil Penelitian.....	68
4.5.1 Hasil Uji Statistik.....	68
4.5.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	69
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.5.4 Uji Hipotesis.....	79
4.5.5 Hasil Analisis Jalur.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>103</b>
5.1 Kesimpulan.....	103

5.2 Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

No tabel	Uraian	Halaman
Tabel 1.1	Pengusaha dan Pedagang .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	44
Tabel 3.2	Skala Ordinal .....	48
Tabel 4.1	Distribusi Responden.....	58
Tabel 4.2	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3	Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.4	Jawaban Responden Terhadap Variabel Teknologi Informasi.....	63
Tabel 4.5	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kreativitas Inovasi.....	64
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing....	66
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kinerja Bisnis.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68

Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Teknologi Informasi.....	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas Inovasi.....	72
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing.....	73
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Bisnis.....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji One-Sample Kalmogorov-Smirnov Test.....	76
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	80
Tabel 4.17	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	82
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) .....	83
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	85
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
Tabel 4.21	Hasil Uji Determinasi (Uji R).....	89
Tabel 4.22	Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	92



## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	28
Gambar 3.1	Analisis Jalur .....	53
Gambar 4.1	Grafik Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Gambar 4.2	Grafik Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	61
Gambar 4.3	Hasil Grafik Histogram.....	74
Gambar 4.4	Hasil Grafik P-Plot.....	75
Gambar 4.5	Hasil Grafik Scater Plot.....	78
Gambar 4.6	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	91

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki potensi dalam menggerakkan masyarakat dalam kegiatan ekonomi serta dapat dijadikan sumber pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagian besar UMKM di Indonesia menjalankan usahanya dengan cara-cara tradisional, termasuk dalam produksi dan pemasaran. Peran UMKM sangat strategis, namun ketatnya kompetisi, terutama menghadapi perusahaan besar dan pesaing modern lainnya telah menempatkan UMKM dalam posisi yang tidak menguntungkan. Masalah yang dihadapi oleh UMKM di negara-negara berkembang sebenarnya bukanlah karena ukurannya, tetapi lebih karena isolasi yang menghambat akses UMKM kepada pasar, informasi, modal, keahlian, dan dukungan institusional.

Kelurahan Pancur atau nama lain yang lebih banyak populer dikalangan masyarakat sebagai Pancur, Kota Belanja, atau Kota Pelangi yang sejak 2018 di jadikan daerah wisata yang memperlihatkan sebagian besar wilayahnya berwarna seakan pelangi ini juga merupakan pusat berbelanja bagi masyarakat Kabupaten Lingga terutama di wilayah Kecamatan Lingga Utara. Pancur ini memiliki luas wilayah 56 KM<sup>2</sup> dengan posisi strategi yang berbatasan langsung dengan Laut Senayang, Desa Resun Pesisir, Desa Resun, Desa Duara, sehingga dengan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar melalui jalur laut maupun jalur darat.

Masyarakat Pancur memiliki berbagai macam mata pencaharian, namun didominasi oleh masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan. Pengusaha dan pedagang juga ikut mendominasi dalam daftar mata pencaharian masyarakat daerah tersebut yang disebutkan sebagai UMKM Pancur. Daerah dengan letak strategis ini menjadikan UMKM setempat terlena dalam kegiatan bisnis yang sederhana sehingga membuat kinerja bisnis UMKM Pancur ini tertinggal oleh kinerja bisnis daerah lain yang mampu berkembang lebih dulu menerapkan modernisasi bisnis.

Kegiatan bisnis yang dilakukan dengan transaksi langsung antara penjual dan pembeli masih menjadi hal yang sangat sering terlihat di wilayah Pancur. Wilayah yang terdiri dari pulau-pulau membuat sebagian pelanggan dari UMKM Pancur ini harus menggunakan jasa transportasi atau transportasi pribadi untuk dapat melihat barang atau jasa yang diinginkan tersedia atau tidak tersedia. Ketersediaan barang atau jasa yang terbatas terkadang membuat pembeli harus rela kembali secara percuma dengan tidak mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan tersebut.

Persaingan di dunia usaha semakin lama semakin meningkat, dalam mengatasi masalah ketimbangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang dapat dilakukan oleh pebisnis adalah dengan mengembangkan usaha. Hal ini yang menjadi dasar untuk menghadapi ketatnya persaingan didunia bisnis untuk saat ini. Perusahaan besar untuk saat ini memiliki peluang bisnis yang sama dengan pedagang lainnya dalam hal menjangkau pasar yang mana telah tersedia berupa media sosial.

Menurut Pradhan et al. (dalam Swastuti, 2020) pemasaran digital mempermudah mengembangkan merek sebuah bisnis dan mempermudah memastikan

pertumbuhan bisnis. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat maka organisasi pun dituntut untuk bersaing secara kompetitif dengan berbagai kebijakan yang diterapkan agar kebutuhan manajemen dapat bekerja secara efektif dan efisien. Kemudahan akses informasi ini akan menumbuhkan transparansi dalam perusahaan tersebut.

Era globalisasi saat ini, hampir semua instansi telah membuka mata dengan memberikan perhatian terhadap perkembangan teknologi informasi untuk mengatasi dampak-dampak dalam usaha. Berkat kemajuan teknologi informasi, hubungan antarnegara, antarorganisasi, dan antarindividu, terasa seperti tidak berjarak. Kemajuan ini memberikan dampak baik terhadap organisasi atau instansi konvensional, tetapi tidak sama halnya perusahaan dan pedagang yang berpusat di Pancur saat ini, penerapan akses teknologi yang telah ada masih belum diterapkan dengan maksimal dalam kegiatan bisnis yang masih berjalan secara konvensional. Penggunaan media sosial seperti Whatasaap, Instagram, Facebook, Youtube, dan lainnya hanya sekedar untuk komunikasi antar pribadi, padahal akan sangat berdampak dalam kinerja bisnis yang lebih efektif dan efisien dengan data digital yang dihubungkan dengan karakteristik dan perilaku pelanggan.

Kapabilitas teknologi informasi pada awalnya akan mempengaruhi kemampuan kerja perusahaan namun pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan (Sidiq dan Aqustiq, 2017). Bahkan beberapa penelitian memberikan penekanan bahwa keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan tidak dapat lepas dari adanya peran teknologi yang digunakan oleh suatu perusahaan.



Pada era hiperkompetisi yang ditandai dengan dinamika pelanggan yang tinggi dan siklus hidup produk yang semakin pendek seperti sekarang ini menuntut perusahaan melakukan kreativitas inovasi untuk menciptakan produk yang benar-benar baru dan unik sehingga belum ada perusahaan lain yang memilikinya, karena produk yang dianggap bernilai adalah produk yang berbeda. Perusahaan menjadi seakan dipaksa dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut. Kebijakan inovasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi perusahaan, meminimalisir komplain dan menjalin hubungan jangka panjang kepada pelanggan yang merupakan inti dalam bisnis dan menjadi tugas perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

Berbagai macam strategi dengan Ide-ide muncul berkat suatu inovasi yang dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk memperkuat posisi pasarnya. Penerapan strategi inovasi ini tidak terlihat dalam kegiatan bisnis UMKM Pancur yang membuat perkembangan bisnis tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Revi (dalam Wildan dan Mudiantono, 2019) oleh karena itu dengan melakukan inovasi berarti perusahaan telah berupaya untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari pesaingnya. Sebagai langkah dalam mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku UMKM Pancur semestinya melakukan inovasi dengan mengadopsi media sosial untuk menunjang peningkatan penjualan dan kinerja yang diinginkan dapat tercapai.

UMKM yang berpusat dikota Pancur semestinya melakukan pengoptimalan aspek-aspek teknologi informasi dengan berbagai fitur yang ada di media sosial. Pengoptimalan aspek-aspek teknologi akan dapat meningkatkan efektivitas kinerja bisnis dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lebih dulu telah menerapkan teknologi informasi di kegiatan bisnisnya. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di wilayah pusat berbelanja ini seluruh UMKM Pancur masih melakukan kegiatan bisnis yang masih biasa saja atau masih menggunakan sistem konvensional dengan melakukan kontak langsung antara pembeli dan penjual dalam melakukan kegiatan bisnis. Padahal dengan teknologi informasi yang telah ada dikalangan pasar dapat dikembangkan menjadi inovasi untuk kegiatan bisnis lebih efektif.

Menurut data yang telah peneliti dapatkan dari pihak terkait ada beberapa pengusaha dan pedagang yang berada di Pancur.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Usaha**

NO	Nama Usaha	Jumlah Usaha
1	Pengusaha	28
2	Pedagang	65
Jumlah Usaha		93

(Sumber : Kelurahan Pancur, 2019)

Berdasarkan penelitian tersebut dari jumlah usaha yang berada di wilayah tersebut di dominasi oleh pelaku usaha yang telah lama menempati di daerah tersebut. Sehingga para pelaku usaha yang berada di Pancur merupakan pelaku usaha tua yang

masih kurang memahami akan perkembangan era globalisasi dari kegiatan bisnis modern. Berdasarkan penelitian tersebut juga peneliti temukan banyak jenis usaha yang sama dalam bidang produksi barang atau jasa yang di pasarkan. Sehingga dalam hal ini menuntut para pelaku usaha pada UMKM Pancur untuk meningkatkan kegiatan bisnis yang lebih baik dengan penerapan teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara optimal untuk mengungguli dalam persaingan dan menciptakan kinerja bisnis yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian yang dilakukan pada UMKM di Pancur. Daerah yang berada dalam bagian dari kelurahan Pancur, Kecamatan Lingga Utara, Kabupaten Lingga, Propinsi Kepulauan Riau.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Melihat bagaimana teknologi informasi dapat menjadi alat dalam mewujudkan persaingan bisnis dan meningkatkan kinerja bisnis.
2. Melihat bagaimana kreativitas inovasi menjadi solusi dalam memaksimalkan teknologi informasi dalam mewujudkan persaingan bisnis dan meningkatkan kinerja bisnis.
3. Melihat bagaimana persaingan bisnis sebagai sebab UMKM harus meningkatkan kinerja bisnis.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dibuat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing?
2. Apakah Kreativitas Inovasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing?
3. Apakah Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing?
4. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis?
5. Apakah Kreativitas Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis?
6. Apakah Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis?
7. Apakah Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis?
8. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening?
9. Apakah Kreativitas Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing?



#### 1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini untuk membuktikan pengaruh dari teknologi informasi dan kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing di Pancur. Berdasarkan uraian tersebut maka secara khusus tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing.
3. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing.
4. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas Inovasi terhadap Kinerja Bisnis.
6. Untuk mengetahui pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis.
7. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis.
8. Untuk mengetahui pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing sebagai variabel intervening.
9. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas Inovasi terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing sebagai variabel intervening.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Secara khusus, bagi :

### 1. **UMKM**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi UMKM dalam usaha meningkatkan kinerja bisnisnya dengan penerapan teknologi informasi dan kreativitas inovasi melalui keunggulan bersaing.

### 2. **Universitas Maritim Raja Ali Haji**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian berikutnya.

### 3. **Peneliti**

Dengan penelitian ini penulis dapat mengetahui relevansi teori yang diperoleh dengan kenyataan yang ada dilapangan, Menambah wawasan bagi peneliti dan juga masyarakat pada umumnya dan juga sebagai upaya penerapan serta pengembangan ilmu pengetahuan yang telah penulis peroleh selama mengikuti proses perkuliahan.

## 1.6 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang peneliti lakukan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu teknologi informasi dan kreativitas inovasi.
2. Penelitian ini menggunakan variabel indeviden yaitu kinerja bisnis.

3. Penelitian ini menggunakan variabel intervening yaitu keunggulan bersaing.
4. Penelitian ini mengambil studi objek pada pengusaha dan pedagang (UMKM) di Pancur.
5. Penelitian ini menggunakan data yang didapat dari pihak-pihak terkait.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika dari skripsi ini terdiri dari lima bagian utama yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

☆ Bab ini berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

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

Bab ini menguraikan tentang landasan teori antara lain sebagai berikut, kajian teori, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

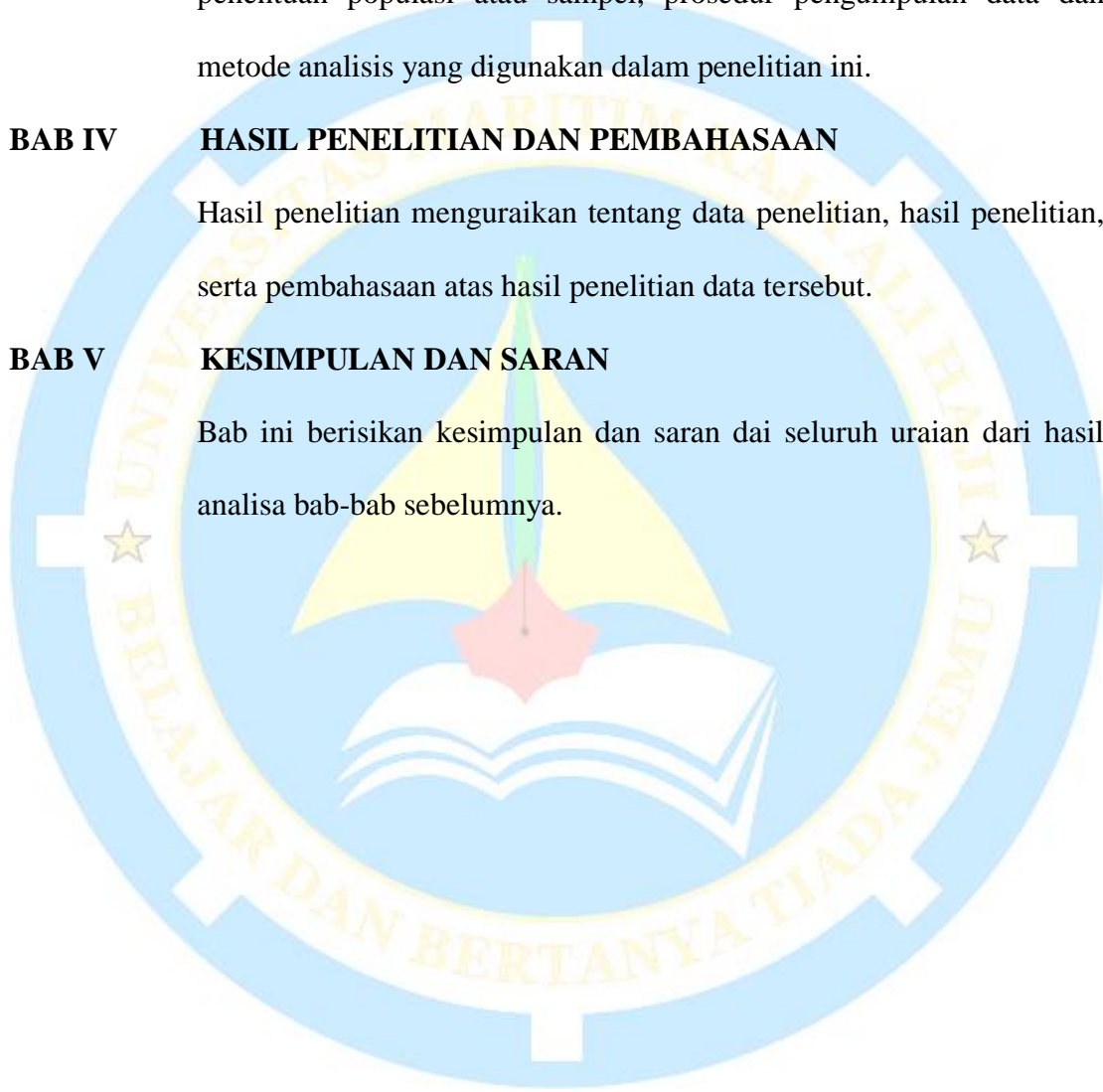
Bab ini berisi uraian mengenai objek dan ruang lingkup penelitian, metode penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, metode penentuan populasi atau sampel, prosedur pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN**

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari hasil analisa bab-bab sebelumnya.



## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Dalam bagian ini akan dipaparkan mengenai teori-teori terkait dengan variabel yang akan ada dalam kajian yang peneliti lakukan yaitu teori definisi variabel penelitian yang berisi Teknologi informasi, Kreativitas inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha.

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

Elliatan (dalam Andry, 2017) mengemukakan bahwa teknologi merupakan suatu kekuatan bagi organisasi bisnis dalam lingkungan yang kompetitif, sementara kemajuan teknologi memainkan peran penting untuk mencapai profitabilitas jangka panjang. Perkembangan peradaban manusia diiringi dengan perkembangan cara penyampaian informasi yang selanjutnya dikenal dengan istilah teknologi Informasi. Pada awalnya Teknologi Informasi dikembangkan manusia pada masa prasejarah dan berfungsi sebagai sistem untuk pengenalan bentuk-bentuk yang mereka kenal, mereka menggambarkan informasi yang mereka dapatkan pada dinding-dinding gua, tentang berburu dan binatang buruannya. Teknologi yang awalnya menunjang pada pemenuhan kebutuhan produksi, kini teknologi informasi membantu dalam mengelola data organisasi dan mempermudah dalam menginput data transaksi jual beli. Sampai saat ini teknologi informasi terus berkembang tetapi penyampaian dan bentuknya sudah lebih modern. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat



maka organisasi pun dituntut untuk bersaing secara kompetitif, agar kebutuhan manajemen dapat bekerja secara efektif dan efisien, disinilah informasi memegang peranan penting, karena informasi dibutuhkan oleh semua pihak, baik individu maupun organisasi atau instansi.

Menurut Basry dan Essy (2018) Teknologi informasi dan komputer merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Menurut Williams dan Sawyer (dalam Matandra, 2018) menyatakan bahwa “teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video. Teknologi informasi tidak hanya berkaitan dengan teknologi komputer dan bukan juga hanya untuk mengolah atau memperoleh informasi, tetapi juga untuk memperbaiki cara berkomunikasi, bertransaksi dan proses dalam segala aktivitas. Menurut Matandra (2018) teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai “tata cara sistem yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pesan atau informasi”.

Menurut Rahmasari (2019) 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. Pada saat ini peran teknologi informasi membuat semakin terbuka dan ketatnya persaingan bisnis. Perkembangan teknologi ini harus bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha Guna menjalankan strategi bisnis, perusahaan menggunakan teknologi informasi untuk mempermudah aktivitas perusahaan dan

dapat bersaing dengan pesaing. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global. Banyak perusahaan yang awalnya kecil menggunakan teknologi informasi saat ini menjadi perusahaan raksasa hanya dalam waktu singkat karena memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya.

Menurut Rahmasari (2019) inti dari fungsi dari teknologi informasi adalah terciptanya efisiensi untuk mengurangi pemborosan yang dilakukan oleh perusahaan. Bidang teknologi informasi meliputi berbagai metode dan alat termasuk analisis sistem dan desain metodologi, alat pemrograman dan metodologi, perangkat keras komputer, perangkat lunak computer, teknologi penyimpanan, teknologi informasi, dan sistem informasi yang terintegrasi dimana menggabungkan semua elemen yang tersebut diatas kedalam suatu sistem (Adietya, 2018). Teknologi informasi yang secara lengkap dapat membantu permasalahan pengembangan internal maupun pengembangan eksternal serta dapat membantu pelaksanaan perusahaan dan masyarakat.

Indikator dari teknologi (Rahmasari, 2019) :

- a. Kecanggihan
- b. Kemanfaatan
- c. Efektivitas.

### 2.1.2 Kreativitas Inovasi

Menurut Sukmadi (dalam Suhaeni, 2018) Inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai dan praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, digunakan atau diterapkan oleh sebagian masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan disegala aspek kehidupan masyarakat. Pada era hiperkompetisi yang ditandai dengan dinamika pelanggan yang tinggi dan siklus hidup produk yang semakin pendek menuntut perusahaan melakukan inovasi yang berkelanjutan untuk menciptakan produk yang benar-benar baru dan unik sehingga belum ada perusahaan lain yang memilikinya.

Menurut Rahmasari (2019) 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, Inovasi melibatkan ide-ide kreatif untuk membuat perbedaan secara spesifik dan nyata dimana inovasi dibuat. Inovasi sebagai suatu konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk dan proses yang baru. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang :

- a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat).
- b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan, pemasaran, dll).

Menurut Myers dan Marquis (dalam Fatimah dan Ida, 2018) inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Inovasi 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 usaha, dengan dilakukannya inovasi diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Inovasi adalah proses menciptakan produk komersial dari suatu penemuan (Adietya, 2018)

Menurut Suhaeni (2018) Inovasi harus bisa diinovasikan lagi sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan hingga menumbuhkan perusahaan menjadi lebih baik dan lebih berkembang. Sedangkan inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek organisasi dan oprasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara mewujudkan, menguasai, meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Manfaat dari suatu Inovasi yang paling khas dengan memberikan pengetahuan baru, membangun suatu merek baru, membangun suatu wadah baru dalam bentuk komunitas baru, dan membuat suatu budaya yang baru. Alasan beberapa perusahaan wajib melakukan inovasi karena inovasi memberikan keuntungan bagi perusahaan dari berbagai aspek.



Menurut Rahmasari (2019) Inovasi secara konvensional sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Inovasi yang menghasilkan produk atau jasa dengan biaya rendah atau inovasi yang memberikan diferensiasi pada suatu produk sehingga memberikan harga yang lebih untuk tambahan pada diferensiasi suatu produk tersebut. Inti dari sebuah kegiatan inovasi adalah bagaimana melakukan sebuah kegiatan yang bisa meningkatkan nilai dan keunggulan dari kondisi saat ini.

Menurut Ibrahim (dalam Adietya, 2018) 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. Inovasi memegang peranan penting untuk mengurangi hambatan-hambatan, meningkatkan perhatian, dan dukungan pasar. Inovasi dapat dinyatakan berhasil ketika produk diterima dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Inovasi juga sangat bermanfaat dalam perusahaan untuk mewujudkan suatu nilai baru yang pasti melalui bermacam kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan juga kompetensi.

Menurut Hendro (dalam Suhaeni (2018) menerangkan jenis-jenis inovasi terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi teknikal. Inovasi produk menjelaskan mengenai produk yakni bagaimana isi produk tersebut, seperti apa rasanya, kualitasnya, dan yang lainnya. Inovasi produk juga melihat bagaimana kemasan dari produk tersebut, seperti apa pembungkusnya, tulisan, warna, sistem



untuk membuka tutup, bentuknya, dan lain sebagainya. Kemudian selanjutnya adalah inovasi proses, dapat dilihat dari bagaimana proses pengusaha menciptakan produk, proses produksi, proses teknologi pengemasannya, riset dan pengembangan, menciptakan mesin baru, dan lain lain. Inovasi teknikal terdiri dari teknik desain, teknik pengawasan, dan teknik pengerjaannya.

Indikator dari Inovasi (Rahmasari (2019) :

- a. Inovasi proses,
- b. Inovasi pasar,
- c. Inovasi teknis

### **2.1.3 Keunggulan Bersaing**

Menurut Afiyati et.al, (2019) keunggulan bersaing merupakan penjabaran dari kenyataan dari manajemen yang merupakan untuk mengidentifikasi, mengembangkan serta meletakkan keunggulan yang nyata. Menurut Swastuti (2020) keunggulan bersaing adalah jantung kinerja untuk menghadapi persaingan dan merupakan kemampuan untuk memformulasikan strategi yang menempatkan pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan para pesaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya dimiliki dari nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para konsumen, pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai yang lebih dari keinginan atau harapannya.

Andry (2017) keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar.

Keunggulan bersaing sangat penting bagi setiap perusahaan dengan memberi nilai lebih pada produknya sehingga menciptakan nilai atau manfaat untuk konsumen dari pada pesaing lainnya. Keunggulan bersaing dapat terwujud dengan beberapa faktor yang paling mendasar yaitu menyediakan bagi pembeli sebagai nilai unggul suatu barang atau jasa dengan harga murah, layanan unggul dan penawaran nilai yang terbaik serta kombinasi menarik antara harga, fitur, kualitas, layanan dan atribut lain yang menurut pembeli menarik.

Menurut Suhaeni (2018) strategi harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat menguasai pasar lama maupun pasar baru. Menciptakan keunggulan bersaing, perusahaan perlu mempunyai kemampuan untuk menangani masalah tertentu dari waktu ke waktu dan untuk menciptakan sumber daya baru seperti keterampilan teknis atau untuk membuka peluang dalam pengembangan jenis produk baru. Strategi kompetitif sebagai kemampuan khusus yang digunakan perusahaan untuk berhasil di masing-masing bidang bisnis dan dapat memberikan keunggulan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Strategi kompetitif berupa upaya dalam menarik pelanggan dan melawan kekuatan kompetitif dapat menjadi benteng dalam mempertahankan perusahaan di posisi persaingan.

Menurut Porter (dalam Riyanto, 2018) keunggulan bersaing dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan, berasal dari banyak aktivitas yang berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung penjualan. Keunggulan bersaing

dipandang sebagai sesuatu yang dapat digunakan dalam atau sebagai strategi perusahaan. Sehingga keunggulan bersaing adalah suatu posisi yang masih dikerjakan organisasi sebagai upaya mengalahkan pesaing.

Menurut Ekawati et.al. (dalam Anggasta, 2020) Jika suatu perusahaan memiliki keunggulan bersaing, dapat dipastikan perusahaan tersebut akan mampu bertahan dalam suatu persaingan yang ada. Keunggulan bersaing mutlak harus dimiliki oleh suatu perusahaan atau produk untuk mencapai kinerja yang baik. Upaya dalam mewujudkan keunggulan bersaing yang paling mendasar dengan menyediakan bagi konsumen nilai unggul suatu barang atau jasa dengan harga murah, layanan yang unggul dan penawaran terbaik serta kombinasi menarik antar harga, fitur, kualitas, dan atribut lainnya yang mampu memberi manfaat lebih kepada konsumen dari para pesaing, jika suatu perusahaan memiliki keunggulan bersaing dapat dipastikan perusahaan mampu bertahan dalam suatu persaingan yang ada. Keunggulan bersaing mutlak harus dimiliki oleh suatu perusahaan atau produk untuk mencapai kinerja yang baik.

Ukuran dari keunggulan kompetitif dilihat dari Pradhan et.al. (dalam Swastuti, 2020) :

- a. Keunggulan dalam biaya,
- b. Keunggulan diferensiasi, dan
- c. Keunggulan pelayanan

#### 2.1.4 Kinerja Bisnis

Menurut Matandra (2018) Kinerja pada dasarnya adalah Apa yang dilakukan atau tidak dilakukan pegawai. Manajemen kinerja berkaitan dengan keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja perusahaan tersebut. Kinerja bisnis adalah hasil dari tujuan-tujuan organisasi yang dicapai melalui efektifitas strategi dan teknik, berdasarkan pendapat dari Fairoz et,al. (dalam Afiyati et,al. 2019). Kinerja bisnis menjadi standar penting yang dipakai oleh sebuah satuan ekonomi untuk menilai keberhasilan usaha. Setiap usaha bisnis berkepentingan untuk membuktikan kinerja yang dicapai dengan standar pencapaian yang telah disusun dan disepakati bersama dalam organisasi. Standarisasi ukuran kinerja menjadi penting sebagai pedoman menilai kinerja bisnis. Standarisasi ukuran diperlukan sebagai parameter dan bahan evaluasi dalam penyusunan rencana masa depan. Selain itu standarisasi yang jelas juga mempermudah dalam penilaian kinerja sebagai dasar pemberian reward dan punishment bagi para pihak yang bersinggungan dengan upaya penciptaan kinerja.

Menurut Ar (dalam Andry, 2017) menyatakan bahwa kinerja merupakan suatu istilah umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode, seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, suatu dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Kinerja



berkaitan dengan keberhasilan personil, tim, atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. Pengukuran kinerja merefleksikan filosofi dan kultur dari suatu organisasi serta menggambarkan seberapa baik suatu kinerja telah diselesaikan dengan biaya, waktu, dan kualitas yang optimal.

Kinerja adalah terjemahan dari kata *job performance* atau *actual performance* yang mempunyai arti yaitu prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang. Menurut Mangkunegara (dalam Riyanto, 2018) kinerja perusahaan adalah prestasi kerja atau hasil kerja (output) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai perusahaan persatuan periode waktu. Berdasarkan pendapat di atas bahwa kinerja bisnis merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawab dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Kinerja bisnis dapat dinilai dengan membandingkan pencapaian perusahaan dengan target yang telah ditetapkan atau membandingkan dengan kinerja beberapa perusahaan yang sama.

Menurut Setyawati (dalam Azizah dan Maftukhah, 2017) Kinerja adalah proses dan hasil kerja atas kemampuan untuk mengelola sumber daya. Kinerja bisnis dapat dijadikan ukuran keberhasilan, penilainya juga dapat menjadi masukan untuk perbaikan atau peningkatan kinerja suatu organisasi. Tujuan dari pengukuran prestasi untuk mendapatkan informasi yang berguna terkait dengan aliran dana, penggunaan dana, efektifitas, dan efisiensi. Selain itu, penilaian kinerja dapat menjadi informasi bagi para manajer untuk mengambil suatu keputusan.



Kinerja bisnis dipengaruhi oleh beberapa faktor berdasarkan pendapat Munizu (dalam Paramita dan Laura, 2019) yaitu faktor internal yang terdiri dari aspek SDM, aspek keuangan, dan aspek teknis. Faktor eksternal yang terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya ekonomi, dan aspek lembaga terkait. Kinerja bisnis hal yang sangat menentukan dalam berkembangnya sebuah perusahaan, kinerja suatu bisnis merupakan hasil fungsi pekerjaan kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan kesuksesan dan efisiensi perilaku perusahaan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang diukur dan menggambarkan kondisi empiric suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati.

Menurut (Anggasta, 2020) Kinerja usaha adalah hal yang sangat menentukan dalam berkembangnya usaha. Disisi lain, kinerja suatu bisnis merupakan hasil-hasil fungsi pekerjaan kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu. Kinerja bisnis mengacu pada seberapa baiknya suatu perusahaan berhubungan pada pasar serta tujuan finansialnya.

Berbagai rujukan diatas mengenai kinerja bisnis menjelaskan bahwa tidak ada konsensus diantara para peneliti mengenai indicator kinerja bisnis yang pasti. Berbagai macam definisi kinerja perusahaan telah diusulkan dalam berbagai rujukan diatas dimana sering mengacu pada seberapa efisien dan efektifitas suatu perusahaan memanfaatkan sumber daya dalam menghasilkan nilai ekonomi.

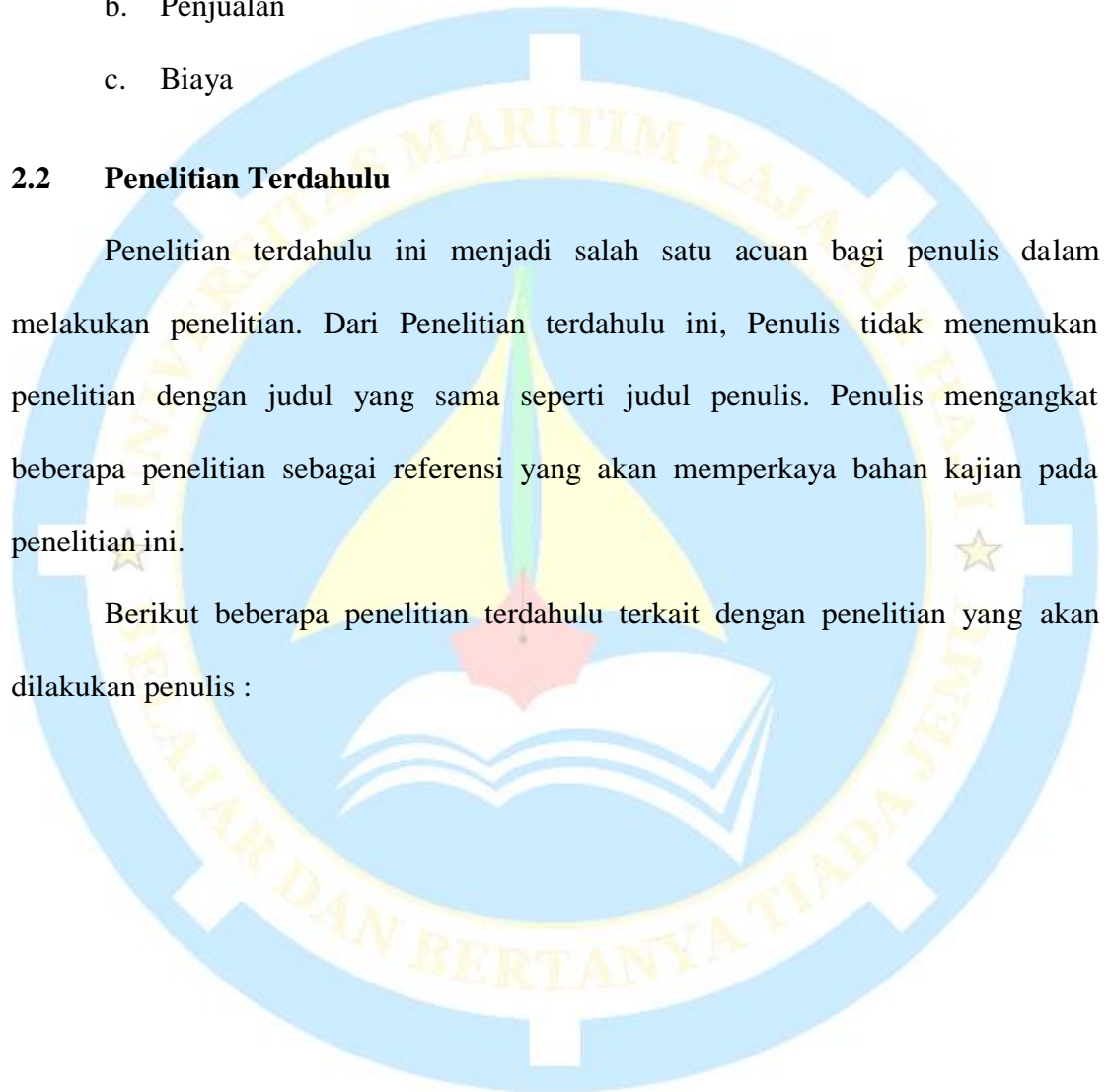
Kinerja bisnis terbagi dalam beberapa indikator (Anggasta, 2020) :

- a. Pendapatan
- b. Penjualan
- c. Biaya

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian. Dari Penelitian terdahulu ini, Penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penulis. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi yang akan memperkaya bahan kajian pada penelitian ini.

Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan penulis :



**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Penelitian (Tahun)</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Endang Swastuti (2018)	Manajemen Inovasi Strategis Dan Adopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Bisnis IKM Tenun Troso Kabupaten Jepara.	Variabel independen: Manajemen Inovasi Strategis dan Adopsi Digital Marketing  Variabel Mediasi : Keunggulan Bersaing  Variabel Dependen: Kinerja Bisnis	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Manajemen Inovasi Strategis dan Adopsi Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis.
Andry Aprilianto Sani (2017)	Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan.	Variabel independen: Teknologi Ramah Lingkungan dan Kualitas Pelayanan  Variabel Intervening : Keunggulan Kompetitif  Variabel dependen: Kinerja Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Teknologi Ramah Lingkungan terhadap Keunggulan Kompetitif. Teknologi Ramah Lingkungan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Keunggulan Kompetitif positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif dan signifikan

			memediasi Teknologi Ramah Lingkungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan.
Wildan Aryo Nugroho dan Mudiantono (2019)	Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan UKM Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implepentasi Model A.I.D.A Pada UMKM Pangan Kota Semarang.	Variabel independen: Lingkungan Pemasaran, Inovasi, Media Sosial, Model A.I.D.A  Variabel Intervening : Strategi Pemasaran dan Keunggulan Bersaing  Variabel defenden: Pengembangan UMKM	Hasil Penelitian ini menunjukkan Lingkungan Pemasaran mempunyai pengaruh total dan paling besar terhadap Strategi Pemasaran. Inovasi mempunyai pengaruh total dan terbesar kedua terhadap Strategi Pemasran. Inovasi mempunyai pengaruh total dan langsung paling besar terhadap keunggulan bersaing. Media Sosial mempunyai pengaruh total dan langsung terbesar kedua terhadap Keunggulan Bersaing. Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh langsung paling besar terhadap Pengembangan UMKM. Lingkungan Pemasaran mempunyai pengaruh tidak langsung paling besar terhadap Pengembangan UMKM.
Tintin Suhaeni (2018)	Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bdag Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)	Variabel independen: Strateegi Inovasi  Variabel defenden: Keunggulan Bersaing	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan kuat antara variabel Strategi Inovasi dengan Keunggulan Bersaing.
Nitya Pinasthika	Membangun Kinerja Bisnis	Variabel independen: Orientasi	Penelitian ini berhasil menemukan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi

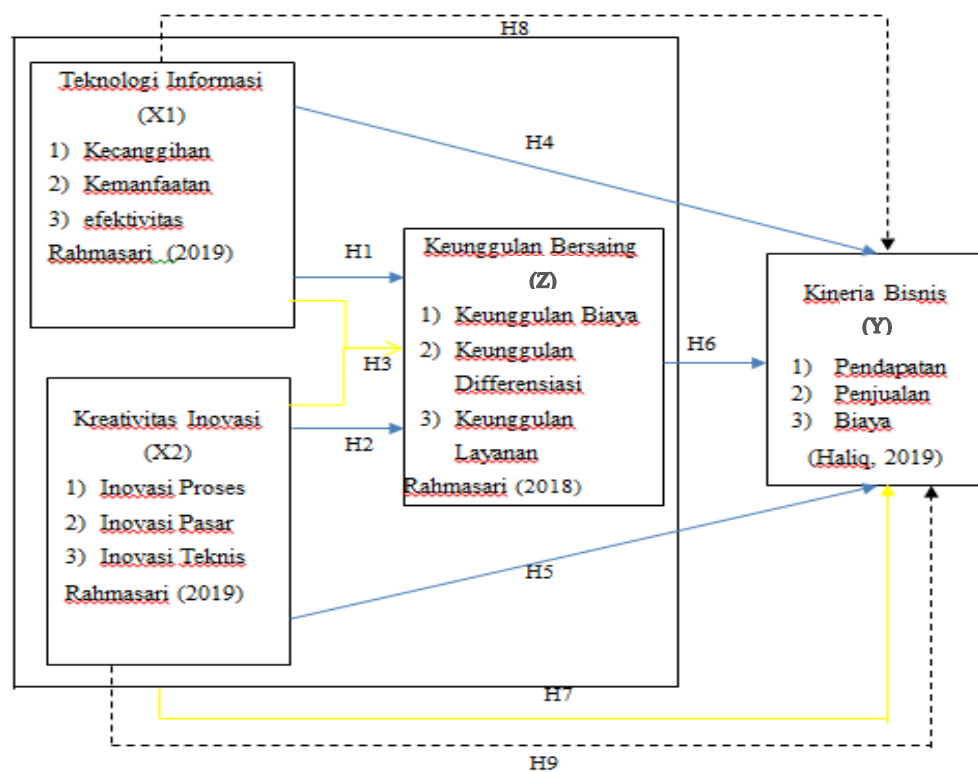


<p>valeria (2017)</p>	<p>Melalui Keunggulan Bersaing.</p>	<p>Kewirausahaan, Adaptabilitas Lingkungan, Kreativitas Inovasi</p> <p>Variabel intervening: Keunggulan Bersaing</p> <p>Variabel defenden: Kinerja Bisnis</p>	<p>signifikan keunggulan bersaing yaitu Orientasi Kewirausahaan, Adaptabilitas Lingkungan. Kreativitas Inovasi, dengan Orientasi Kewirausahaan mempengaruhi paling kuat. Penelitian ini juga menemukan bahwa adanya hubungan Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis.</p>
<p>Giovani Anggasta (2020)</p>	<p>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Survey Pada Usaha Mikro Kota Tanjungpinang.</p>	<p>Variabel Independen: Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar</p> <p>Variabel Intervening : Keunggulan Bersaing</p> <p>Variabel independen: Kinerja Usaha</p>	<p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini juga menunjukan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap kinerja. Bahkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing.</p>



### 2.3 Kerangka pemikiran

Menurut (Matandra, 2018) Kerangka pemikiran berfungsi untuk mengungkap permasalahan yang akan dibahas dalam penyusunan usulan penelitian. Oleh karena itu penulis membuat kerangka penelitian dalam bentuk gambar sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

- Pengaruh secara parsial
- Pengaruh secara simultan
- - - - - → Pengaruh secara tidak langsung

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

Menurut Sugiono (dalam Anggasta, 2020) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dituliskan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dikumpulan data. Hipotesis dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum pada jawaban empirik. Hipotesis yang sifatnya dugaan pada hal ini semestinya implikasi yang peneliti simpulkan pada penelitian ini :

### **2.4.1 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Berkembangnya kompetisi global membuat pelaku bisnis memiliki kesadaran dalam pentingnya peran teknologi dalam mengembangkan sebuah perusahaan. Sehingga telah menarik banyak perhatian para akademisi dan praktisi untuk melakukan kajian dalam menemukan peran teknologi mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Teknologi Informasi memiliki perkembangan yang sangat signifikan di era ini, teknologi informasi telah didesain untuk menunjang pekerjaan manusia menuju efisiensi praktis tepat guna (Matandra, 2018). Teknologi informasi merupakan salah satu alat yang mempermudah komunikasi interaktif antara pelaku bisnis seperti antara produsen dan konsumen.

Wildan dan Mudiantono (2019) Teknologi informasi sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Dalam memanfaatkan media

sosial memang banyak kemudahan-kemudahan yang dapat didapat tetapi harus juga dapat mengelola dengan teliti, sabar dan intensif sehingga pemasaran produknya dapat maksimal dan juga berpengaruh pada pelayanan konsumen Arif (dalam Wildan dan Mudiantono, 2019). Kurangnya pengetahuan para UMKM disebagian daerah dalam memanfaatkan peran teknologi informasi untuk menjalankan bisnisnya dengan masih banyaknya pelaku usaha daerah yang enggan menerapkan teknologi dalam bisnisnya, atau kurang memahami cara menerapkan teknologi informasi dalam kegiatan bisnisnya, sehingga bisnis yang dikelola masih belum maksimal.

Adietya (2018) Teknologi informasi akan mempengaruhi keunggulan bersaing UKM, dimana dengan adanya teknologi informasi yang memadai tentunya akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing, teknologi informasi yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menghasilkan, proses, dan menyebarkan informasi dalam setiap bentuk, teknologi informasi menyediakan dukungan untuk operasional perusahaan secara efektif dan efisien. Teknologi informasi mempunyai peran besar untuk memberi keuntungan yang besar bagi perusahaan bertahan dalam keunggulan kompetitif, salah satu keuntungannya adalah menarik perhatian konsumen secara luas dengan biaya yang sangat minim bila dibandingkan dengan secara konvensional.

Muafi dan roostika (dalam Adietya, 2018) Teknologi informasi berguna untuk mengurangi biaya dalam kegiatan bisnis, terutama bagi UKM untuk mengalokasikan dan menyimpan anggaran mereka untuk penggunaan lainnya. Teknologi informasi yang baik mampu membangun informasi yang berguna bagi persaingan perusahaan. Penggunaan media sosial sebagai teknologi informasi yang akan sangat membantu

perusahaan untuk mengurangi biaya pemasaran dibandingkan dengan perusahaan menggunakan cara tradisional seperti reklame atau iklan di media elektronik.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Andry, 2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan” menemukan hubungan antara teknologi dengan keunggulan bersaing dengan mengadopsi teknologi yang berkembang menjadi teknologi informasi secara langsung berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif dalam perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

*H1 : Diduga teknologi informasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.*

#### **2.4.2 Kreativitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Strategi inovasi yang berusaha mengembangkan produk dan jasa yang berbeda dari pesaingnya, fokus utamanya terletak pada usaha menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut Suyonto (dalam Imas & Ida, 2018) berpendapat bahwa kemampuan dalam menciptakan inovasi produk merupakan sumber daya saing yang sangat penting dan strategis dalam membangun keunggulan bersaing. Dalam berinovasi perusahaan harus mampu berkeaktivitas, mengeksplorasi, menciptakan untuk mencapai keunggulan bersaing dengan cara meningkatkan nilai-nilai daya saing perusahaan yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaing.

Menurut Wahyono (dalam Suhaeni, 2018) menjelaskan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada

gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Perusahaan harus mampu menerapkan strategi dan nilai-nilai yang berbeda sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaingnya. Inovasi sebenarnya dapat bermula dari hal yang tampak sepele saja seperti membuka mata, telinga, melihat dan mendengarkan keluhan dari konsumen, karyawan, lingkungan dan masyarakat. Perusahaan yang melakukan inovasi secara rutin akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing dengan pesaing (Imas dan Ida, 2018)

Menurut Kuczmarski (dalam Suhaeni, 2018) juga menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan bersaing, maka inovasi itu harus selalu fokus untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam dunia. Produk yang dianggap bernilai jika produk tersebut baru dan berbeda. Menciptakan nilai perusahaan yang bermanfaat bagi pelanggan, tentu saja menuntut profesionalisme manajemen, sistem informasi, budaya organisasi yang tepat, dan pemanfaatan teknologi.

Suhaeni (2018) inovasi adalah sumber utama keunggulan kompetitif dalam era ekonomi pengetahuan, karena melalui diferensiasi dibuat memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan mereka lebih baik. Dalam beberapa penelitian, disebutkan bahwa inovasi akan berimbas pada keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus dengan kreativitas akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing dari pasar.

Menurut (Swastuti, 2020) Perusahaan-perusahaan yang lebih inovatif yang secara signifikan berbeda dari pesaing-pesaingnya mampu memberikan nilai kepada



pelanggan, sebagai akibatnya dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

*H2 : Diduga kreativitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing*

#### **2.4.3 Pengaruh Teknologi Informasi dan Kreatifitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing.**

Menurut Kaisar (dalam Rahmasari, 2019), Inovasi memiliki kaitannya dengan pelaku usaha kecil dan menengah yang mana perlu menerapkan teknologi informasi dalam usahanya, hal ini dilakukan karna pengaruh globalisasi terhadap pesatnya perkembangan informasi sebagai wujud pengetahuan baru. Penerapan teknologi informasi dan kreativitas inovasi dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang lebih kompetitif bagi pelaku usaha konvensional yang menciptakan pengetahuan tentang bisnis baru..

Menurut (Robin, 2017) Pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal yang diantaranya adalah pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk, maka dengan meningkatkan kualitas teknologi informasi dan inovasi produk yang merupakan langkah yang harus diambil perusahaan agar keunggulan bersaing bisa tercapai. Teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara simultan dapat mempengaruhi peningkatan perusahaan dalam keunggulan bersaing. Menerapkan teknologi akan memudahkan dalam meningkatkan inovasi, yang artinya semakin canggih teknologi

dan semakin tinggi tingkat inovasi akan semakin tinggi pula tingkat keunggulan bersaing.

Pemanfaatan teknologi informasi dan kreatifitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada usaha secara simultan (Robin, 2017). Berdasarkan uraian diatas, untuk mengetahui pengaruh secara bersama (simultan) maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

*H3 : Diduga teknologi informasi dan kreativitas inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.*

#### **2.4.4 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis**

Menurut (Sidiq dan Astutiq, 2017) strategi teknologi informasi akan meningkatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan akan membantu perusahaan dalam mengefisienkan biaya yang dikeluarkan. Teknologi informasi mampu mempengaruhi kinerja bisnis suatu usaha, dimana teknologi informasi terkait dengan kecepatan dan ketetapan dalam hal yang semula dilakukan secara manual digantikan dengan suatu program atau sistem yang membuat waktu pengerjaan dan eksekusinya jadi semakin singkat.

Nakata et al. (dalam Sidiq dan Astutiq, 2017) mendefinisikan kemampuan teknologi informasi sebagai kemampuan dari suatu sistem komputer, kumpulan komputer dan teknologi terkait dalam sebuah organisasi untuk menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Teknologi informasi hubungannya dengan

kinerja bisnis memiliki seperangkat elemen yang mendukung terwujudnya kinerja bisnis yang lebih baik karena dipengaruhi oleh kecepatan, ketepatan dan keakuratan.

Menurut Adietya, (2018) Teknologi informasi akan mempengaruhi keunggulan bersaing UKM, dengan adanya teknologi informasi yang memadai tentunya akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Teknologi informasi adalah seperangkat teknologi yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menghasilkan, proses, dan menyebarkan informasi dalam setiap bentuk, dengan teknologi informasi akan menyediakan dukungan untuk kinerja perusahaan secara efektif dan efisien. Pelaku usaha perlu adanya peningkatan teknologi informasinya melalui pembenahan sistem dan pemeliharaan teknologi informasi agar pelaku usaha dapat lebih efisien dalam mengoprasionalkan, memperoleh informasi serta dapat menggunakannya sebagai media promosi atau pengenalan diri secara luas kepada masyarakat agar dapat mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

*H4 : Diduga teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis*

#### **2.4.5 Pengaruh Kreatifitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis**

Menurut Adietya, (2018) inovasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi. Inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif

mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi mempunyai manfaat dalam sebuah perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui berbagai kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek bisnis atau oprasional baru.

Menurut Kaisar (dalam Rahmasari, 2019) Inovasi mampu menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan juga menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi dapat meningkatkan guna teknologi serta menciptakan kompetensi dan keterampilan baru. Inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif dapat diwujudkan. Inovasi yang tinggi dapat menjadi kunci pendorong bagi setiap pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja organisasi yang maksimal (Adietya, 2018).

Pada penelitian oleh Kaisar (dalam Rahmasari, 2019) menyebutkan kreativitas inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja bisnis, yang artinya semakin tinggi tingkat kreativitas inovasi maka semakin tinggi kinerja bisnis. Temuan studi Sutapa et al. (dalam Asyhari dan Pudjihastuti, 2018) menyatakan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan dan kinerja kompetitif, dan selanjutnya, keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

*H5 : Diduga kreativitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis*



#### **2.4.6 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis**

Menurut Afiyati dan Sri Murni (2019) Peningkatan kinerja perusahaan dapat diciptakan atau diperoleh melalui peningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing adalah sejauh mana suatu perusahaan mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing dipasar yang ditargetkan. Peningkatan kinerja perusahaan salah satunya dapat dilihat dari keunggulan kompetitif, yang dapat dicapai dengan mengimplementasikan penciptaan strategi nilai, dimana hal tersebut tidak terjadi secara simultan namun melalui kondisi pesaing yang potensial (Afiyati dan Sri Murni, 2019).

Menurut Cynthia dan Hendra (dalam Andry, 2017) perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Menerapkan strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif di suatu target pasar yang mayoritas sama dari segi jenis usaha seperti di wilayah kota Pancur sangat diperlukan agar kinerja bisnis yang di terapkan memiliki tingkatan untuk menarik konsumen dengan kualitas tinggi.

Menurut (Riyanto, 2018) keunggulan bersaing akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik dimana kinerja perusahaan ini dipengaruhi oleh perencanaan



strategi. Semakin baik perencanaan strategi suatu perusahaan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Keunggulan bersaing perusahaan merupakan jantung dari kinerja usaha dalam pengembangannya, hal ini dikarenakan keunggulan bersaing merupakan sebuah strategi perusahaan agar mampu menciptakan keunggulan nilai dibandingkan kompetitor dipasar. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa.

Dalam Penelitian oleh Andry (2017) Perusahaan yang mempunyai daya saing yang baik, cenderung akan memiliki kinerja yang baik pula. Dari uraian diatas, maka dapat dikemukakan sebuah hipotesis yaitu, sebagai berikut :

*H6 : Diduga keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja bisnis*

#### **2.4.7 Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis**

Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing menjadi bagian hal yang mendasari untuk meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan agar dapat terus berkembang di era globalisasi. Upaya untuk meningkatkan kinerja bisnis perlunya penerapan keunggulan kompetitif dalam pasar, dalam penerapannya strategi kompetitif di era globalisasi ini faktor yang paling mendasar ialah menggunakan teknologi informasi dengan didukung kreatifitas tinggi untuk melakukan inovasi di berbagai bidang.

Berdasarkan hasil penelitian dari Sidiq dan Aqustik (2017) Semakin tinggi kapabilitas teknologi informasi maka semakin tinggi kinerja bisnis Perusahaan. Menurut Narastika (2016) dengan berinovasi perusahaan akan lebih berhasil merespon lingkungannya dan mengembangkan kemampuan dimana hal ini dapat berdampak pada kinerja perusahaan secara keseluruhan. Menurut Nyoman Gede et,al. (2018) Keunggulan bersaing mutlak harus dimiliki oleh perusahaan/produk untuk mencapai kinerja atau sukses produk yang dihasilkan. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa keunggulan bersaing adalah posisi keunggulan UKM di pasar melalui kompetensi khas dan aset strategis perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*H7 : Diduga Teknologi informasi, kreatifitas inovasi dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja bisnis*

#### **2.4.8 Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing**

Keunggulan bersaing diindikasikan mampu memediasi hubungan antara teknologi informasi dan kinerja bisnis. Hal ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Andry (2017) yang menyatakan bahwa telah diakui secara umum teknologi dapat membantu sebuah organisasi dalam mencapai keunggulan kompetitif lalu selanjutnya meningkatkan kinerja bisnis suatu usaha. Intensitas persaingan akan mendorong pelaku usaha untuk menerapkan teknologi informasi dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

*H8 : Diduga teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing*

#### **2.4.9 Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing**

Keunggulan bersaing diindikasikan mampu memediasi hubungan antara kreativitas inovasi dan kinerja bisnis. Kreativitas inovasi memiliki hubungan yang erat dengan keunggulan bersaing, inovasi yang sukses dapat membuat lingkungan eksternal perusahaan lebih sulit meniru dan memungkinkan untuk mempertahankan keunggulan. Menurut Wahyono (dalam Suhaeni, 2018) Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan bersaing. Intensitas persaingan akan mendorong pelaku usaha untuk menerapkan kreativitas inovasi dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis perusahaan tersebut.

Temuan studi Sutapa et.al. (dalam Asyhari dan Pudjihastuti, 2018) menyatakan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan dan kinerja kompetitif, dan selanjutnya, keunggulan kompetitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nitya (2017) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing akan mendorong meningkatkan kinerja

bisnis suatu usaha, untuk memperoleh keunggulan bersaing tersebut dipengaruhi oleh inovasi.

Berdasarkan uraian tersebut, sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

*H9 : Diduga kreativitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing*



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil ruang lingkup penelitian yaitu Teknologi Informasi (X1), Kreativitas Inovasi (X2), Keunggulan Bersaing (Z) dan Kinerja Bisnis (Y). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek pada UMKM Pancur, Kecamatan Lingga Utara, Kabupaten Lingga.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018). Metode penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian Kuantitatif yang menggunakan analisis statistik dan analisis jalur. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena pada penelitian ini menggunakan angka-angka, kemudian data diperoleh dengan diuji statistik untuk membantu analisis data kegiatan dalam perhitungan statistik menggunakan program *SPSS (Statistik package social Sciences)* versi 26.

##### **3.2.1 Metode Kualitatif**

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme. Digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana penelitian adalah instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive dan snow ball,



teknik pengumpulan data dengan secara triangulasi (gabungan), analisis data yang bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari generalisasi (Sugiyono, 2018).

### **3.2.2 Metode Kuantitatif**

Metode Kuantitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara purposive sampling sebagai penentu sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional adalah hal yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang dapat diukur atau diamati, sehingga dari definisi tersebut dapat diamati dan mengacuh pada pengambilan data dan alat yang digunakan. Penelitian ini menggunakan variabel independen, variabel intervening dan variabel dependen.

**Tabel 3.1**  
**Oprasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran	No. Kuisisioner
1.	Keunggulan Bersaing (Z)	Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan untuk menghadapi persaingan dan merupakan kemampuan untuk memformulasikan strategi yang menempatkan pada suatu posisi menguntungkan berkaitan dengan para pesaing (Swastuti, 2020).	1. Keunggulan dalam biaya 2. Keunggulan differensiasi 3. Keunggulan pelayanan Pradhan et,al. (dalam Swastuti, 2020)	Ordinal	1.1.1 1.1.2 1.2.3 1.2.4 1.3.5 1.3.6
2.	Kinerja Bisnis (Y)	Kinerja usaha adalah hal yang sangat menentukan dalam berkembangnya usaha (Anggasta, 2020).	1. Pendapatan 2. Penjualan 3. Biaya (Anggasta, 2020)	Ordinal	2.1.1 2.1.2 2.2.3 2.2.4 2.3.5 2.3.6
3.	Tenologi Informasi (X1)	Teknologi informasi didefinisikan sebagai perangkat atau proses yang memediasi atau menjembatani komunikasi dari orang ke orang lainnya, sehingga segala bentuk komunikasi yang ada tersampaikan dengan baik (Rahmasari, 2019)	1. Kecanggihan 2. Kemanfaatan 3. Efektivitas (Rahmasari, 2019)	Ordinal	3.1.1 3.1.2 3.2.3 3.2.4 3.3.5 3.3.6

4.	Kreativitas Inovasi (X2)	Kreativitas inovasi dinyatakan sebagai perwujudan, kombinasi, sintesis ilmu pengetahuan, relevansi, sebuah proses, produk/jasa yang bernilai baru. (Rahmasari, 2019)	1. Inovasi Proses 2. Inovasi Pasar 3. Inovasi Teknis (Rahmasari, 2019)	Ordinal	4.1.1 4.1.2 4.2.3 4.2.4 4.3.5 4.3.6
----	--------------------------	--	---	---------	--

(Sumber : Data Diolah 2020)



### 3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan atau memperoleh data sesuai dengan tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau dengan teknik dokumentasi baik secara tertulis maupun elektronik yang berupa data historis laporan-laporan..

#### 3.4.1. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018) jenis-jenis dan sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

1. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Seperti yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yaitu dengan membagikan kuesioner kepada para pelaku usaha dan dagang secara lansung.
2. Data sekunder data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, Seperti dari orang lain atau lewat dokumen. Yaitu dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah

referensi jurnal dan hasil penelitian terdahulu serta berbagai keterangan yang diperoleh berdasarkan dokumentasi yang menunjukkan penelitian ini.

### 3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data menurut Sugiyono (2018) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh jawaban. Untuk mengetahui pendapat dan jawaban dari responden, maka digunakan teknik kuesioner atau angket ini yang menyangkut variabel rotasi kerja, komitmen organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Jawaban yang diberikan dalam penelitian ini oleh responden diberi skor dengan mengacu pada skala likert.

Menurut Sugiyono (2018) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban yang diberi kode dalam bentuk angka dengan pilihan sebagai berikut:



**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

No	Pilihan jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber: Sugiyono, 2018)

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

## 3. Studi Pustaka

Teknik ini adalah sebuah teknik yang digunakan untuk memperoleh data sekunder yang berfungsi sebagai landasan teoritis guna mendukung analisis terhadap data primer yang diperoleh selama penelitian. Penulis juga mengumpulkan dari buku-buku, website serta referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### 3.5 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data serta yang bersumber dari data Kelurahan Pancur Kecamatan Lingga Utara. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan populasi dan sampel sebagai berikut :

### **3.5.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha dan pedagang yang merupakan UMKM di Pancur. Jumlah UMKM yang terdaftar di daerah setempat sebanyak 93 jenis usaha dan dagang. Penelitian ini menjadikan seluruh UMKM yang terdaftar sebagai populasi penelitian.

### **3.5.2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2018) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel pada penelitian ini adalah sampel jenuh yaitu sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh ini adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

### **3.6 Metode Analisa Data**

Metode analisa data yang digunakan untuk membahas permasalahan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan analisis jalur :

### 3.6.1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan Skewnes (kemencengan distribusi) dari uji statistik deskriptif ini akan diketahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness dari setiap variabel penelitian.

### 3.6.2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas :

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian ini untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk *degree of freedom* =  $n-k$  jika  $r$  hitung untuk  $r$  tiap butir pertanyaan bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  table maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ke reliabilisan suatu kuisioner dapat diukur menggunakan teknik *Alfa Cronbach* yang dibantu melalui aplikasi SPSS versi 26. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alfa Cronbach*  $> 0,60$ .

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *histogram*, *P-Plot* dan *Kolmogorov Smirnov (K-S)*. Bila signifikan  $> 0,05$  dengan  $\alpha = 5\%$  berarti distribusi data normal dan  $H_0$  diterima, dan sebaliknya bila nilai signifikan  $< 0,05$  berarti distribusi data tidak normal dan  $H_A$  diterima.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016) menyatakan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value*  $> 0,05$  atau *variance inflation factor* (VIF).

Cara untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinearitas maka dapat diperiksa menggunakan *variance inflation factor* (VIF) untuk masing-masing variabel, Jika nilai  $VIF \geq 10$  berarti telah terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi linear.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

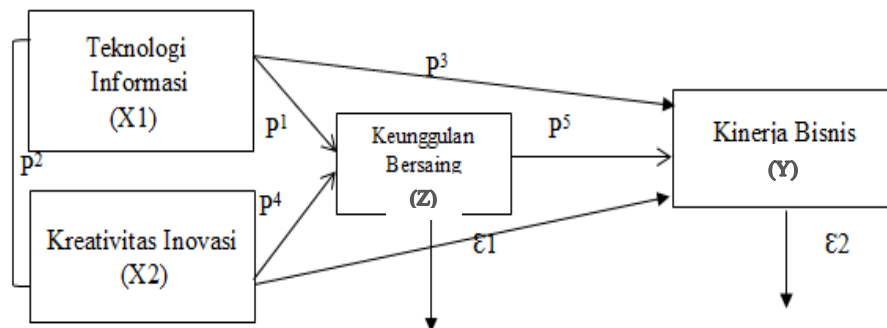
Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas maka penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* 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 prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

#### 3.6.4. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur (path Analisis) adalah metode untuk menguji pengaruh variabel intervening. Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linear berganda atau



penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel (model kasual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti yang melihat hubungan kualitas antar variabel. Hubungan kualitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Analisis jalur adalah menentukan hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner (Ghozali, 2016).



**Gambar 3.1**  
**Analisis Jalur**

Persamaan dalam model ini terdiri dari dua tahap, yaitu :

$$Z = PZ X_1 + PZX_2 + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = PY X_1 + PYX_2 + PYZ + e_2 \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

X1 : Teknologi Informasi

X2 : Kreativitas Inovasi

Z : Keunggulan Bersaing

Y : Kinerja Bisnis

e : Eror

Menurut Baron dan Kenniy dalam buku (Ghozali, 2016) suatu variabel dikatakan mediator atau intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antar variabel predictor (independen) dan variabel *criterion* (devenden). Analisis jalur (*Path Analysis*) dalam penelitian ini adalah kinerja bisnis. Analisis jalur akan membantu dalam melihat besarnya koefisien secara tidak langsung maupun tidak langsung dari variabel terikat terhadap variabel bebas, dengan memperhatikan besarnya koefisien. Besaran pengaruh langsung maupun tidak langsung dapat dibandingkan dengan analisis jalur ini. Berdasarkan nilai koefisien tersebut, akan diketahui variabel mana yang memberikan pengaruh terbesar dari pengaruh terkecil terhadap variabel terikat.

### 3.6.5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu persoalan yang perlu dibuktikan kebenarannya dan harus bersifat logis, jelas dan dapat diuji. Pengujian

hipotesis dapat dilakukan dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisiensi determinisasi ( $R^2$ ) :

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS adalah:

a. Pengujian Hipotesis

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau ada pengaruh antara variabel yang diuji.

b. Kriteria Pengujian

- 1) Jika nilai t hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika nilai t hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS adalah:

a. Pengujian Hipotesis

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau variabel bebas dari model regresi linear tidak berpengaruh secara simultan.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau variabel bebas dari model regresi linear berpengaruh secara simultan.

b. Kriteria Pengujian

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , tingkat signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh signifikan.
  - 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , tingkat signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan.
3. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) menurut Ghozali (2016) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisiensi determinasi untuk

data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisiensi determinasi yang tinggi.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Diskripsi Analisis/Observasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah UMKM yang berupa pengusaha dan pedagang di Pancur. Pengusaha dan pedagang di Pancur merupakan tujuan utama bagi masyarakat didaerah sekitar untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Masyarakat dari Senayang maupun Daik kota juga kerap mengunjungi pasar Pancur ini, letak yang strategis sehingga membuat tetangga dari daerah tersebut tidak terbebani dengan jarak maupun biaya yang harus dikeluarkan untuk melihat dan terlibat langsung dalam kegiatan bisnis di Pancur.

#### 4.2 Distribusi Responden

Penelitian ini memaparkan distribusi responden sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Besar sampel	93	100%
Kuesioner yang didistribusikan	93	100%
Kuesioner yang dikembalikan	93	100%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan karena data identitas responden yang tidak lengkap	0	0
Kuesioner yang dapat digunakan	93	100%

*Sumber: Data diolah, 2021*

Data dari hasil distribusi responden berupa kuesioner terhadap pelaku UMKM yang terdiri dari pengusaha dan pedagang di Pancur yang disajikan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa kuesioner yang disebarakan kepada pengusaha dan pedagang di Pancur sebanyak 93 responden. Koesioner yang dikembalikan dan dijawab sebanyak 93 rangkap. Koesioner yang dapat dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini sebanyak 93 rangkap.

### 4.3 Demografi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah UMKM yang berupa pengusaha dan pedagang yang berada di Pancur ditentukan berdasarkan teknik pengambilan sampel yaitu 93 responden dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin dan usia.

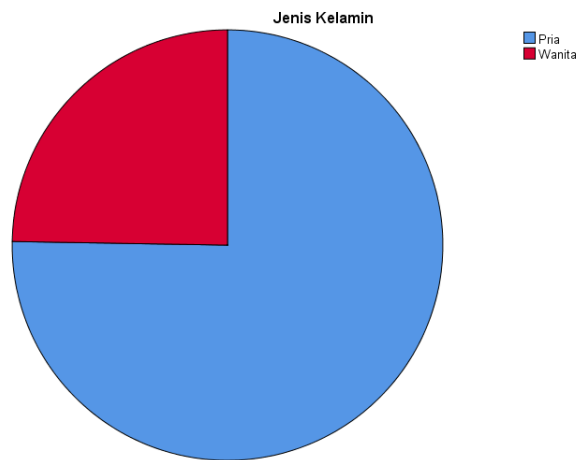
#### 4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan identitas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pria	70	75%
2.	Wanita	23	25%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer diolah, 2021*



**Gambar 4.1**  
**Grafik Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

*Sumber: output SPSS V.25 (data diolah 2021)*

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa karakter responden berjenis kelamin pria sebanyak 70 orang dengan tingkat persentase sebesar 75%, sedangkan karakter responden berjenis kelamin wanita sebanyak 23 orang dengan tingkat persentase sebesar 25%. Hal ini menjelaskan bahwa mayoritas sebagian responden berjenis kelamin pria.

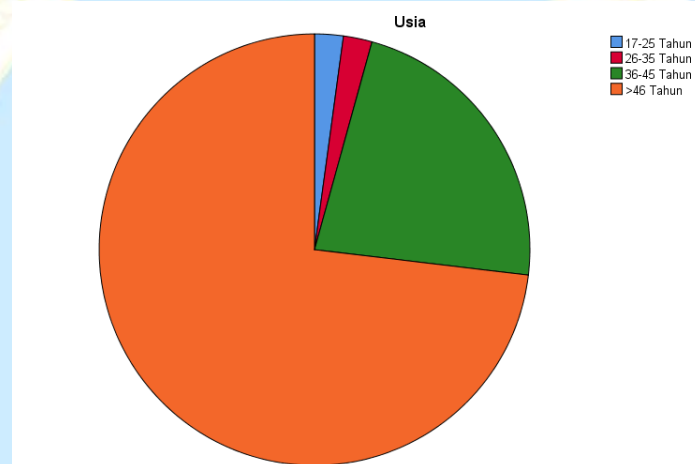
#### **4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia**

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan identitas karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakter Responden Berdasarkan Usia**

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-25 TAHUN	2	2,1%
2.	26-35 TAHUN	2	2,1%
3	36-45 TAHUN	21	22,9%
4	≥ 46 TAHUN	68	72,9%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2021



**Gambar 4.2**  
**Grafik Karakter Responden Berdasarkan Usia**  
Sumber: output SPSS V.25 (data diolah 2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa karakter responden berusia 17-25 tahun sebanyak 2 orang dengan tingkat persentase sebesar 2,1%, karakter responden berusia 26-35 tahun sebanyak 2 orang dengan tingkat persentase sebesar 2,1%, karakter responden berusia 36-45 tahun sebanyak 21 orang dengan tingkat persentase sebesar 22,9%, sedangkan karakter responden berusia  $\geq 46$  tahun sebanyak

68 orang dengan tingkat persentase sebesar 72,9%. Hal ini menunjukkan mayoritas sebagian responden memiliki usia diatas 46 tahun.

#### **4.4 Deskripsi Variabel Penelitian**

Deskripsi variabel penelitian ini berdasarakan tanggapan dari seluruh responden yaitu sebanyak 93 orang dengan melalui 5 (Lima) pilihan jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1 (Satu), tidak setuju (TS) dengan skor 2 (Dua), kurang setuju (KS) dengan skor 3 (Tiga), setuju (S) dengan skor 4 (Empat), dan sangat setuju (SS) dengan skor 5 (Lima). Lima pilihan jawaban ini akan menjadi jawaban terhadap variabel dalam penelitian ini yaitu variabel teknologi informasi, kreativitas inovasi, keunggulan bersaing, kinerja bisnis.

##### **4.4.1 Deskripsi Teknologi Informasi (X1)**

Deskripsi variabel teknologi informasi pada penelitian ini diukur melalui 6 (Enam) pernyataan yang mewakili 3 (Tiga) indikator dari variabel tersebut, dengan setiap indikator diisi dengan 2 (Dua) pernyataan. Dapat dilihat berdasarkan gambar secara keseluruhan jawaban responden pada tabel 4.4 dibawah ini :



**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden Terhadap Variabel Teknologi Informasi**

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
<b>Kecanggihan</b>							
1	Saya telah menerapkan teknologi informasi dalam bentuk whatsapp untuk transaksi pemesanan barang.	44 47,3%	49 52,7%	0 0%	0 0%	0 0%	93 100%
2	Saya telah menerapkan teknologi informasi untuk oprasional perusahaan	33 35,5%	39 41,9%	17 18,3%	4 4,3%	0 0%	93 100%
<b>Kemanfaatan</b>							
3	Saya banyak mendapatkan berbagai informasi terbaru terkait pasar dengan penerapan teknologi informasi	33 35,5%	42 45,2%	15 16,1%	2 2,2%	1 1,1%	93 100%
4	Saya dapat dengan mudah berkomunikasi dalam transaksi dengan menggunakan teknologi informasi	38 40,9%	41 44,1%	12 12,9%	0 0%	2 2,2%	93 100%
<b>Efektivitas</b>							
5	Saya tidak dapat mengembangkan teknologi informasi yang telah ada	37 39,8%	45 48,4%	11 11,8%	0 0%	0 0%	93 100%
6	Saya tidak dapat menerapkan teknologi informasi dalam usaha secara maksimal	35 37,6%	51 54,8%	1 1,1%	3 3,2%	3 3,2%	93 100%

*Sumber: Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pada variabel teknologi informasi yang paling berpengaruh adalah pernyataan nomor 6 (Enam) “Saya tidak dapat menerapkan teknologi informasi dalam usaha secara maksimal” dengan persentasi 54,8%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator efektivitas teknologi informasi paling berpengaruh dalam kinerja bisnis UMKM di Pancur. Penerapan teknologi informasi yang baik akan sangat efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis dan laba perusahaan.

#### 4.4.2 Deskripsi Kreativitas Inovasi (X2)

Deskripsi variabel kreativitas inovasi pada penelitian ini diukur melalui 6 (Enam) pernyataan yang mewakili 3 (Tiga) indikator dari variabel tersebut, dengan setiap indikator diisi 2 (Dua) pernyataan. Hasil dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini :

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden Terhadap Variabel Kreativitas Inovasi**

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
<b>Inovasi Proses</b>							
1	Saya telah menerapkan inovasi dengan mengkombinasikan fasilitas dan keterampilan untuk mencapai kepuasan pasar yang baru.	51 54,8%	42 45,2%	0 0%	0 0%	0 0%	93 100%
2	Saya telah menerapkan inovasi dalam bentuk layanan dengan cara yang berbeda, lebih efektif dan efisien.	48 51,6%	35 37,6%	8 8,6%	2 2,2%	0 0%	93 100%
<b>Inovasi Pasar</b>							
3	Saya telah menciptakan pasar yang lebih luas menggunakan media sosial.	43 46,2%	40 43,0%	10 10,8%	0 0%	0 0%	93 100%
4	Saya telah menerapkan inovasi dengan mengkombinasikan desain produk dan harga untuk perhatian pasar.	19 20,4%	51 54,8%	16 17,2%	2 2,2%	5 5,4%	93 100%
<b>Inovasi Teknis</b>							
5	Saya telah menerapkan inovasi prosedur produk dengan prosedur yang transparan yang dapat meyakinkan pelanggan.	36 38,7%	45 48,4%	11 11,8%	1 1,1%	0 0%	93 100%
6	Saya telah menerapkan inovasi dalam prosedur teknis impor dengan waktu yang lebih pendek.	42 45,2%	48 51,6%	1 1%	1 1%	1 1%	93 100%

*Sumber: Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada variabel kreativitas inovasi yang paling berpengaruh adalah pernyataan nomor 1 (Satu) “Saya telah menerapkan inovasi dengan mengkombinasikan fasilitas dan keterampilan untuk mencapai kepuasan pasar yang baru” dengan persentase jawaban setuju sebanyak 54,8%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator inovasi proses paling berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Pancur. Menerapkan inovasi teknis dengan baik dalam bisnis akan meningkatkan kinerja bisnis dan laba perusahaan.

#### **4.4.3 Deskripsi Keunggulan Bersaing (Z)**

Deskripsi variabel keunggulan bersaing yang merupakan variabel *intervening* dalam penelitian ini di ukur dengan 6 (Enam) pernyataan yang mewakili 3 (Tiga) indikator dari variabel tersebut, dengan setiap indicator diisi 2 (Dua) pernyataan. Hasil dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.6 dibawah ini :

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing**

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
<b>Keunggulan Biaya</b>							
1	Saya telah menerapkan harga yang lebih rendah dibanding dengan para pesaing agar dapat menguasai pasar.	51 54,8%	42 45,2%	0 0%	0 0%	0 0%	93 100%
2	Saya telah menerapkan nilai harga sesuai dengan mutu yang saya berikan.	11 11,8%	44 47,3%	30 32,3%	7 7,5%	1 1,1%	93 100%
<b>Keunggulan Diferensiasi</b>							
3	Saya telah menciptakan karakteristik usaha untuk menarik pasar sasaran tertentu.	13 14,0%	49 52,7%	24 25,8%	5 5,4%	2 2,2%	93 100%
4	Saya telah menciptakan usaha yang bisa diterima disemua kategori pasar.	49 52,7%	42 45,2%	2 2,2%	0 0%	0 0%	93 100%
<b>Keunggulan Layanan</b>							
5	Saya telah menerapkan pelayan yang lebih baik kepada inventoris.	51 54,8%	39 41,9%	3 3,2%	0 0%	0 0%	93 100%
6	Saya telah menerapkan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan.	46 49,5%	47 50,5%	0 0%	0 0%	0 0%	93 100%

*Sumber: Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada variabel keunggulan bersaing pernyataan yang paling berpengaruh adalah nomor 1 (satu) “Saya telah menerapkan harga yang lebih rendah dibanding dengan para pesaing agar dapat menguasai pasar” dengan persentase jawaban sebesar 54,8%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator keunggulan biaya dalam variabel keunggulan bersaing paling berpengaruh dalam kinerja bisnis tersebut.

#### 4.4.4 Deskripsi Kinerja Bisnis (Y)

Deskripsi variabel kinerja bisnis yang merupakan variabel devenden dalam penelitian ini diukur dengan 6 (Enam) pernyataan yang mewakili 3 (Tiga) indikator dari variabel tersebut, dengan setiap indikator diisi 2 (Dua) pernyataan. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.7 dibawah ini :

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden Terhadap Variabel Kinerja Bisnis**

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN					TOTAL
		SS	S	KS	TS	STS	
<b>Pendapatan</b>							
1	Pendapatan usaha setiap periode yang ditentukan selalu stabil.	54 58,1%	39 41,9%	0 0%	0 0%	0 0%	93 100%
2	Pendapatan usaha sesuai dengan target dalam perencanaan.	11 11,8%	37 39,8%	32 34,4%	12 12,9%	1 1,1%	93 100%
<b>Penjualan</b>							
3	Pasar yang luas dapat memaksimalkan dalam penjualan.	38 40,9%	47 50,5%	8 8,6%	0 0%	0 0%	93 100%
4	Penjualan memiliki peningkatan dalam setiap periode yang telah ditentukan.	45 48,4%	43 46,2%	4 4,3%	1 1,1%	0 0%	93 100%
<b>Biaya</b>							
5	Saya telah menganalisis terkait perencanaan anggaran biaya dalam setiap periode.	48 51,6%	39 41,9%	5 5,4%	1 1,1%	0 0%	93 100%
6	Saya telah meminimalisir biaya produksi dengan proses yang lebih efektif.	51 54,8%	41 44,1%	1 1,1%	0 0%	0 0%	93 100%

*Sumber: Data diolah, 2021*



Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa pada variabel kinerja bisnis yang paling berpengaruh adalah pernyataan nomor 1 (Satu) “Pendapatan usaha setiap periode yang ditentukan selalu stabil” dengan persentase jawaban sebesar 58,1%.

#### 4.5 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistik SPSS V.25 (*Statistical Product and service Solutions*) untuk menjawab secara statistika data yang telah peneliti lakukan pada setiap variabel penelitian ini.

##### 4.5.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistic deskriptif adalah suatu metode yang memberikan gambaran mengenai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, serta standar deviasi dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel intervening. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS V.25 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Teknologi Informasi (X1)	93	21	30	25.38	2.484
Kreativitas Inovasi (X2)	93	20	30	25.75	2.334
Keunggulan Bersaing (Z)	93	20	30	25.39	2.382
Kinerja Bisnis (Y)	93	20	30	25.77	2.396
Valid N (listwise)	93				

*Sumber: Data diolah 2021*

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa jawaban minimum responden terhadap variabel teknologi informasi (X1) sebanyak 21 jawaban dan jawaban maksimum responden sebanyak 30 jawaban dengan rata-rata jawaban sebesar 25,38 dan standar deviasi sebesar 2,484. Variabel kreativitas inovasi (X2) memiliki jawaban minimum responden sebanyak 20 jawaban dan jawaban maksimum responden sebanyak 30 jawaban dengan rata-rata jawaban sebesar 25,75 dan standar deviasi sebesar 2,334. Variabel keunggulan bersaing (Z) memiliki jawaban minimum responden sebanyak 20 jawaban dan jawaban maksimum responden sebanyak 30 jawaban dengan rata-rata jawaban sebesar 25,39 dan standar deviasi sebesar 2,382. Variabel kinerja bisnis (Y) memiliki jawaban minimum responden sebanyak 20 jawaban dan jawaban maksimum responden sebanyak 30 jawaban dengan rata-rata jawaban sebesar 25,77 dan standar deviasi sebesar 2,396.

#### **4.5.2 Uji Kualitas Data**

Uji kualitas data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel teknologi informasi (X1), kreativitas inovasi (X2), keunggulan bersaing (Z), dan kinerja bisnis (Y), dapat dinyatakan valid dan reliabel.

##### **1. Hasil Uji Validitas**

Pada penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik V.25. Pengukuran uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dimana tingkat kepercayaan =95%, dengan taraf signifikan  $\alpha=5\%$  untuk df (degree of freedom) = 93-2 maka  $r_{tabel}$  adalah

0,2039. Validitas indikator dapat dilihat dari output nilai korelasi Sig<sub>hitung</sub> (2-tailed) Pearson Correlation pada setiap baris total konstruk dari masing-masing item pernyataan pada output SPSS V.25. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai positif maka item pernyataan dikatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas, dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
Teknologi Informasi (X1)	X1.1	0,2039	0,448	Valid
	X1.2	0,2039	0,737	Valid
	X1.3	0,2039	0,641	Valid
	X1.4	0,2039	0,381	Valid
	X1.5	0,2039	0,521	Valid
	X1.6	0,2039	0,502	Valid
Kreativitas Inovasi (X2)	X2.1	0,2039	0,304	Valid
	X2.2	0,2039	0,675	Valid
	X2.3	0,2039	0,481	Valid
	X2.4	0,2039	0,658	Valid
	X2.5	0,2039	0,542	Valid
	X2.6	0,2039	0,516	Valid
Keunggulan Bersaing (Z)	Z.1	0,2039	0,440	Valid
	Z.2	0,2039	0,760	Valid
	Z.3	0,2039	0,729	Valid
	Z.4	0,2039	0,460	Valid
	Z.5	0,2039	0,667	Valid
	Z.6	0,2039	0,555	Valid
Kinerja Bisnis (Y)	Y.1	0,2039	0,477	Valid
	Y.2	0,2039	0,688	Valid
	Y.3	0,2039	0,547	Valid
	Y.4	0,2039	0,602	Valid
	Y.5	0,2039	0,713	Valid
	Y.6	0,2039	0,621	Valid

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, menunjukan bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Sig. Alpha hitung lebih besar dari Sig. Alpha tabel 0,05 (0,2039), dengan demikian seluruh item pernyataan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. SPSS V.25 memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Menurut Hinton, et al.(2004) menyarankan empat poin untuk reliabilitas diantaranya yang mencakup reliabilitas yang sangat baik (excellen)  $>0,90$ , reliabilitas tinggi (high) 0,70-0,90, reliabilitas moderat (moderate) 0,50-0,70, dan reliabilitas rendah (low reliability)  $<0,50$ . Nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) alat ukur dibawah 0,50 masih dapat diterima atau dikatakan reliabel, namun dengan konsep bahwa nilai reliabilitasnya merupakan reliabilitas rendah (*low reliability*). Berdasarkan uji reliabilitas dengan program SPSS V.25, diperoleh hasil sebagai berikut:

**a. Uji Realibilitas Teknologi Informasi**

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Teknologi Informasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,707	6

*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 4.10 tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) hitiung varabel teknologi informasi sebesar 0,707 atau reliabilitas tinggi (high). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas tinggi sehingga layak digunakan dalam penelitian.

**b. Uji Realibilitas Kreativitas Inovasi**

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas Inovasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,713	6

*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 4.11 tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) hitiung varabel kreativitas inovasi sebesar 0,713 atau reliabilitas tinggi (high). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kreativitas inovasi dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas tinggi sehingga layak digunakan dalam penelitian.



**c. Uji Realibilitas Keunggulan Bersaing**

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,862	6

*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan Tabel 4.12 tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) hitiung varabel keunggulan bersaing sebesar 0,862 atau reliabilitas tinggi (high). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas tinggi sehingga layak digunakan dalam penelitian.

**d. Uji Realibilitas Kinerja Bisnis**

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Bisnis**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,857	6

*Sumber: Data diolah 2021*

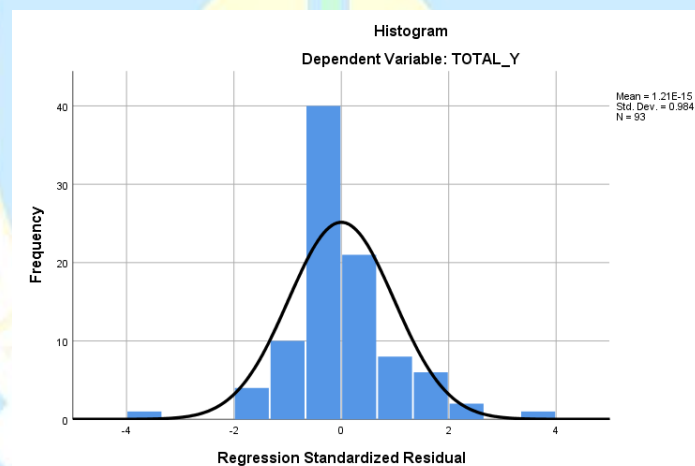
Berdasarkan Tabel 4.12 tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) hitiung varabel kinerja bisnis sebesar 0,857 atau reliabilitas tinggi (high). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas tinggi sehingga layak digunakan dalam penelitian.

### 4.5.3 Uji Asumsi Klasik

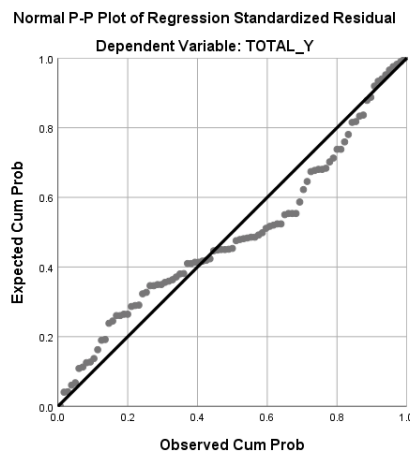
Uji asumsi klasik dalam penelitian ini bertujuan untuk memberi kepastian dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi pada variabel independen, variabel intervening dan variabel dependen nilai residual berdistribusi secara normal atau tidak. Berikut hasil pengujian dengan grafik histogram dan grafik P-Plot yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 4.3**  
**Hasil Grafik Histogram**  
*Sumber: Data diolah 2021*



**Gambar 4.4**  
**Hasil Grafik P-Plot**  
*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan gambar 4.3 grafik histogram menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal. Pada gambar 4.4 diperoleh bahwa semua data berdistribusi secara normal, karena sebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Untuk mengetahui secara lebih pasti dan meyakinkan apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan menguji uji *Kalmogorov-Smirnov (K-S)*. Jika nilai signifikan *Kalmogorov-Smirnov (K-S)* lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, yang dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji One-Sample Kalmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28943269
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.096
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.203 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber: Data diolah 2021)*

Berdasarkan Tabel uji Kalmogorov-Smirnov di atas, menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah  $> \alpha$  (0,05) yang dilihat dari kolom Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,08, maka dapat disimpulkan bahwa data sampel pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model penelitian. Model yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai toleransi  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka

dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut adalah nilai *VIF* pada model penelitian ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Teknologi Informasi (X1)	.272	3.682
	Kreativitas Inovasi (X2)	.462	2.164
	Keunggulan Bersaing (Z)	.371	2.698

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis (Y)

*Sumber: Data diolah 2021*

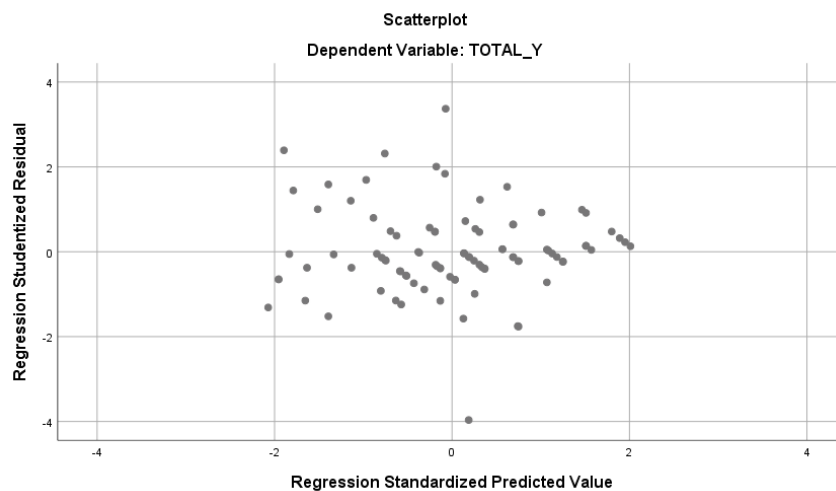
Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat hasil perhitungan menunjukkan nilai tolerance masing-masing variabel dalam model regresi memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan masing- masing variabel dalam model regresi memiliki nilai VIF  $< 10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

## 5. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Dengan kata lain homokedastisitas atau tidak



terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu: ZPRED dengan residual SRESID. Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS 24:



**Gambar 4.5**  
**Hasil Grafik Scaterplot**

*Sumber: output SPSS V.25 (data diolah 2021)*

Pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi pengembangan UMKM pada penelitian ini.

#### 4.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan pengaruh dari variabel independent terhadap variabel intervening dan variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini akan menggunakan dua model analisis regresi.

##### 1. Analisis Regresi Model I

Analisis regresi model I (satu) pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui nilai kekuatan hubungan dari variabel independent terhadap variabel intervening. Persamaan pada analisis regresi model I (satu) adalah sebagai berikut:

$$Z = P_1 + P_2 + e_1$$

Keterangan :

**Z** : Keunggulan Bersaing

**P<sub>1</sub>** : Teknologi Informasi

**P<sub>2</sub>** : Kreativitas Inovasi

**e<sub>1</sub>** : eror

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh teknologi informasi (X1) dan kreativitas inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Z), dalam penelitian ini uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel teknologi

informasi dan kreativitas inovasi secara individual terhadap keunggulan bersaing UMKM Pancur. Hasil analisis statistik uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.016	1.260		2.393	.019
	Teknologi informasi (X1)	.463	.122	.434	3.804	.000
	Kreativitas Inovasi (X2)	.466	.114	.466	4.085	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing (Z)

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.16, didapat nilai *standardized coefficients beta* variabel teknologi informasi (X1) sebesar 0,434 dan nilai *standardized coefficients beta* variabel kreativitas inovasi (X2) sebesar 0,466 secara parsial terhadap variable keunggulan bersaing (Z). Nilai pada *standardized coefficients beta* regresi model I tersebut, akan digunakan dalam perhitungan hubungan langsung dan tidak langsung variabel *intervening* pada penelitian ini.

$H_0$  : Teknologi informasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing

$H_1$  : Teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan Tabel 4.16 teknologi informasi dengan nilai sig 0,000 dan nilai  $t_{hitung}$  3,804. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{tabel} \alpha=0,05$ ,  $df=n-k-1$  maka  $df= 93-2-1$ ) didapat  $t_{hitung}$  3,804 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66196 ( $3,804 > 1,66196$ ). Maka dalam hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0$  : Kreatifitas inovasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_2$  : Kreatifitas inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan Tabel 4.16 variabel kreativitas inovasi dengan nilai sig 0,000 dan nilai  $t_{hitung}$  4,085. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{tabel} \alpha=0,05$ ,  $df=n-k-1$  maka  $df= 93-2-1$ ) didapat  $t_{hitung}$  4,085 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66196 ( $4,085 > 1,66196$ ). Maka dalam hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima. Selanjutnya, membandingkan nilai signifikan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Adapun nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari  $df_1=2$ ,  $df_2=93-2-1=90$ . Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.17 sebagai berikut.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617.008	2	308.504	149.084	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186.240	90	2.069		
	Total	803.247	92			
a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing (Z)						
b. Predictors: (Constant), Kreativitas inovasi (X2), Teknologi informasi (X1)						

*Sumber: Data diolah 2021*

$H_0$  : Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

$H_3$  : Teknologi Informasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas maka  $F_{hitung}$  sebesar 149,084 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pengujian ini dilakukan dengan membandingkan Antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dan tingkat signifikan. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $149,084 > 3,10$



dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, hal ini berarti variabel teknologi informasi dan kreativitas inovasi berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing.

**c. Uji Determinasi (Uji R)**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel teknologi informasi (X1) dan kreatifitas inovasi (X2) secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel keunggulan bersaing (Y1), dalam penelitian ini uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai Adjusted R pada regresi model I. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Determinasi (Uji R)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 <sup>a</sup>	.768	.763	1.439
a. Predictors: (Constant), Kreativitas Inovasi (X2) Teknologi Informasi (X1)				
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Z)				

*Sumber: Data diolah 2021)*

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil analisis SPSS model summary menunjukkan bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,763 atau 76%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh teknologi informasi dan kreativitas inovasi terhadap keunggulan bersaing sebesar 76% sedangkan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti lingkungan dan pelayanan.

## 2. Analisis Regresi Model II

Analisis regresi model II (dua) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Pada analisis regresi model II ini terdapat persamaan, yaitu:

$$Y = P_1 + P_2 + P_3 + e_2$$

Keterangan :

- Y** : Kinerja Bisnis
- P<sub>1</sub>** : Teknologi Informasi
- P<sub>2</sub>** : Kreativitas Inovasi
- P<sub>3</sub>** : Keunggulan Bersaing
- e<sub>1</sub>** : eror

**b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh teknologi informasi (X1), kreativitas inovasi (X2) dan keunggulan bersaing (Z) terhadap kinerja bisnis (Y) secara parsial. Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis UMKM Pancur. Hasil analisis statistik uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.101	.908		3.416	.001
	Teknologi informasi (X1)	.037	.092	.036	.405	.687
	Kreativitas inovasi (X2)	-.082	.087	-.084	-.941	.349
	Keunggulan bersaing (Z)	.947	.074	.979	12.859	.000

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis (Y)

Sumber: Data diolah 2021)

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.19, didapat nilai *standardized coefficients beta* variabel teknologi informasi (X1) sebesar 0,039, nilai *standardized coefficients beta* variabel kreativitas inovasi (X2) sebesar -0,084 dan nilai *standardized coefficients beta* variabel keunggulan bersaing (Z) sebesar 0,979 secara parsial terhadap variabel kinerja bisnis (Y). Nilai pada uji signifikansi regresi model II tersebut akan digunakan untuk perhitungan hubungan variabel intervening dalam

penelitian ini, yang mana akan dikalikan dengan nilai *standardized coefficients beta* uji signifikansi parameter individual regresi model I pada masing masing variabel secara parsial.

$H_0$  : Teknologi informasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_4$  : Teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan Tabel 4.19 variabel teknologi informasi dengan nilai sig 0,687 dan nilai  $t_{hitung}$  0,405. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,687 > 0,05$ ), dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{tabel} \alpha=0,05$ ,  $df=n-k-1$  maka  $df=93-3-1$ ) didapat  $t_{hitung}$  0,405 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,6621 ( $0,405 < 1,6621$ ). Maka dalam hal ini,  $H_0$  diterima dan  $H_4$  ditolak, sehingga teknologi informasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_0$  : Kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_5$  : Kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan Tabel 4.19 variabel kreativitas inovasi dengan nilai sig 0,349 dan nilai  $t_{hitung}$  -0,941. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,349 > 0,05$ ), dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{tabel} \alpha=0,05$ ,  $df=n-k$  maka  $df=93-4$ ) didapat  $t_{hitung}$  -0,941 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,6621 ( $-0,941 < 1,6621$ ). Maka

dalam hal ini,  $H_0$  diterima dan  $H_5$  ditolak, sehingga kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_0$  : Keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_6$  : Keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan Tabel 4.19 variabel keunggulan bersaing dengan nilai sig 0,000 dan nilai  $t_{hitung}$  12,859. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{tabel} \alpha=0,05, df=n-k$  maka  $df=93-4$ ) didapat  $t_{hitung}$  12,859 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,6621 ( $12,859 > 1,6621$ ). Maka dalam hal ini,  $H_0$  ditolak dan  $H_6$  diterima, sehingga keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

### c. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima. Selanjutnya, membandingkan nilai signifikan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Adapun nilai F tabel diperoleh dari  $df_1=3, df_2=93-3-1= 89$ .

Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.20 sebagai berikut :



**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660.961	3	220.320	218.273	.000 <sup>b</sup>
	Residual	89.835	89	1.009		
	Total	750.796	92			
a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)						
b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing (Z), Teknologi Informasi (X1), Kreativitas Inovasi (X2)						

*Sumber: Data diolah 2021*

$H_0$  : Teknologi informasi, kreativitas inovasi, dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

$H_7$  : Teknologi informasi, kreativitas inovasi, dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas maka  $F_{hitung}$  sebesar 218,273 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pengujian ini dilakukan dengan membandingkan Antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dan tingkat signifikan. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $218,273 > 2,47$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_7$  diterima, hal ini berarti variabel teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

## 2) Uji Determinasi (Uji R)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel teknologi informasi (X1), kreativitas inovasi (X2) dan keunggulan bersaing (Z) secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel kinerja bisnis (Y), dalam penelitian ini uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai Adjusted R pada regresi model II. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Determinasi (Uji R)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 <sup>a</sup>	.880	.876	1.005
a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing (Z), Teknologi Informasi (X1), Kreativitas Inovasi (X2)				
b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)				

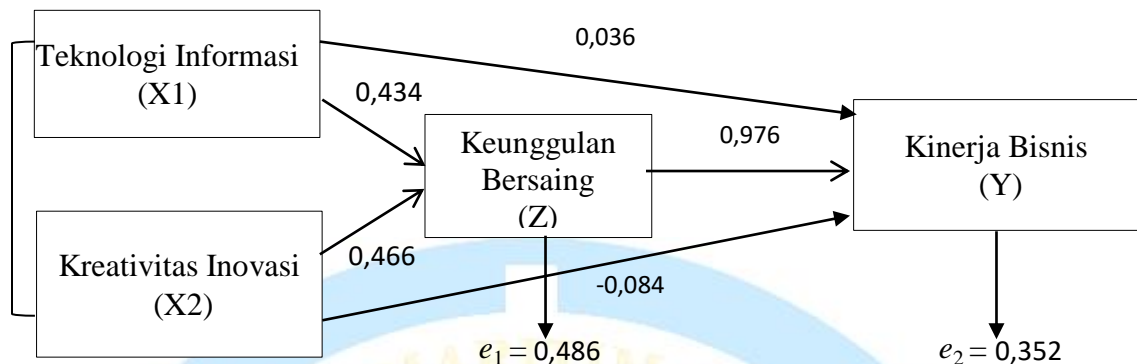
*Sumber: output SPSS V.25 (data diolah 2021)*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil analisis SPSS model summary menunjukkan besarnya Adjusted R Square adalah 0,876 atau 87%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis sebesar 87% sedangkan sisanya sebesar 13% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti lingkungan dan pelayanan.

#### 4.5.5 Hasil Analisis Jalur

Untuk membuktikan bahwa variabel keunggulan bersaing mampu menjadi variabel yang memediasi antara teknologi informasi dan kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis, maka akan dilakukan perhitungan pengaruh langsung atau tidak langsung antara teknologi informasi dan kreativitas inovasi. Apabila pengaruh tidak langsung teknologi informasi dan kreativitas inovasi melalui keunggulan bersaing lebih besar dibandingkan pengaruh secara langsung teknologi informasi dan kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis, maka keunggulan bersaing bisa menjadi variabel yang memediasi antara teknologi informasi dan kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis.

Menurut Baron dan Kenny dalam buku (Ghozali, 2016), suatu variabel dikatakan mediator atau intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (independen) dan variabel *criterion* (dependen). Analisis jalur akan membantu dalam melihat besarnya koefisien tidak langsung dan secara langsung dari variabel terikat terhadap variabel bebas, dengan memperhatikan besarnya nilai *standardized coefficients* regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan dapat dibuat gambar analisis jalur sebagai berikut:



**Gambar 4.6**

**Analisis Jalur (*Path Analysis*) Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi terhadap Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing**

Besarnya nilai eror pada masing masing pengaruh variabel independen terhadap dependen didapat melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 e_1 &= \sqrt{1 - R^1} \\
 &= \sqrt{1 - 0,763} = 0,486 \\
 e_2 &= \sqrt{1 - R^2} \\
 &= \sqrt{1 - 0,876} = 0,352
 \end{aligned}$$

Berikut perhitungan pengaruh secara langsung dan tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

**1. Pengaruh langsung dan tidak langsung**

Penelitian ini untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel bebas ke variabel terikat.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Variabel	Direct	Indirect	Total	Kriteria	Kesimpulan
Teknologi Informasi	0,036	0,423	0,459	<i>Direct effect &lt; indirect effect</i>	Keunggulan bersaing sebagai variabel intervening
Kreativitas Inovasi	-0,084	0,454	0,37	<i>Direct effect &lt; indirect effect</i>	Keunggulan bersaing sebagai variabel intervening

Sumber: Data primer diolah, 2021

**a. Pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja bisnis**

Pengaruh langsung (X1,Y) = 0,036

Pengaruh tidak langsung (melalui Z) =  $0,434 \times 0,976 = 0,423$

Berdasarkan perhitungan diatas, apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung atau variabel mediasi.

$H_0$  : Teknologi informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing .

$H_8$  : Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_8$  diterima karena kekuatan hubungan pengaruh secara tidak langsung teknologi informasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh secara langsung atau variabel teknologi informasi terhadap kinerja bisnis,



sehingga teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing.

**b. Pengaruh kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis**

Pengaruh langsung (X<sup>2</sup>Y) = -0,084

Pengaruh tidak langsung (melalui Z) = 0,466 x 0,976 = 0,454

H<sub>0</sub> : Kreativitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing

H<sub>9</sub> : Kreativitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing.

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>9</sub> diterima, karena kekuatan hubungan pengaruh secara tidak langsung kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh secara langsung variabel kreativitas inovasi terhadap kinerja bisnis, sehingga kreativitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing.

**4.5.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembahasan penelitian ini memaparkan hasil dari hipotesis yang telah di uji dalam penelitian.

## 1. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh secara parsial (langsung) terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai t hitung variabel X1 (teknologi informasi) lebih besar dari nilai t tabel dengan tingkat dibawah nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini teknologi informasi merupakan salah satu alat yang mempermudah bisnis dalam komunikasi interaktif dan penghubung informasi dari produsen ke konsumen maupun sebaliknya.

Teknologi informasi sangat mempengaruhi keunggulan bersaing, artinya apabila suatu usaha memiliki fasilitas teknologi yang memadai maka akan berdampak positif pada tingkat produktivitas bisnis. Produktivitas yang baik akan memenuhi permintaan dari konsumen yang berdampak pada peningkatan persaingan bisnis antar usaha di Pancur.

Pelaku UMKM di Pancur yang didominasi oleh pelaku usaha tua atau yang memiliki usia 46 tahun diatas menjadi penghambat dalam pemahaman dan upaya pemanfaatan fasilitas teknologi informasi secara baik dan lebih maju untuk meningkatkan persaingan pada UMKM di Pancur. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Andry (2017) menemukan hubungan antara teknologi dengan keunggulan bersaing dengan mengadopsi teknologi yang berkembang menjadi teknologi informasi secara langsung berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif dalam perusahaan.

## 2. Pengaruh Kreativitas inovasi Terhadap Keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas inovasi berpengaruh secara parsial (langsung) terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai  $t$  hitung variabel X2 (kreativitas inovasi) lebih besar dari pada nilai  $t$  tabel dengan tingkat dibawah nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini kreativitas inovasi merupakan strategi utama yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan bersaing dengan nilai daya saing perusahaan yang lebih baik dari para pesaing lainnya.

Kreativitas inovasi sangat mempengaruhi keunggulan bersaing, artinya apabila suatu usaha melakukan kreativitas yang memadai dalam usahanya maka akan berdampak positif pada kualitas produk atau jasa yang akan menarik minat konsumen. Kualitas yang unggul akan menjadi nilai-nilai yang berdampak pada peningkatan persaingan bisnis antar UMKM di Pancur.

Pelaku UMKM di Pancur yang didominasi oleh para pelaku usaha tua atau yang memiliki usia 46 tahun keatas yang masih terjebak dalam kegiatan bisnis tradisional menjadi pengahambat dalam menciptakan kreativitas inovasi bisnis yang lebih modern. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Swastuti (2020) Perusahaan-perusahaan yang lebih inovatif yang secara signifikan berbeda dari pesaing-pesaingnya mampu memberikan nilai kepada pelanggan, sebagai akibatnya dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.

### **3. Pengaruh Teknologi Informasi dan Kreativitas Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing**

Berdasarkan hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kreativitas inovasi berpengaruh secara simultan (bersama) terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai F hitung variabel X1 (teknologi informasi) dan variabel X2 (kreativitas inovasi) lebih besar dari pada nilai F tabel dengan tingkat dibawah nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini teknologi informasi dan kreativitas inovasi merupakan salah satu alat serta strategi utama dalam memudahkan serta memberikan nilai-nilai yang lebih baik dari para pesaing lainnya.

Peran teknologi informasi dan kreativitas inovasi dalam suatu kegiatan bisnis menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan karena sangat mempengaruhi persaingan. Pemanfaatan teknologi informasi untuk menjadi pondasi dalam menciptakan kreativitas inovasi, secara simultan akan sangat membantu para pelaku UMKM di Pancur dalam persaingan.

Pelaku UMKM di Pancur yang didominasi oleh pelaku usaha tua atau yang memiliki usia diatas 46 tahun menjadi penghambat dalam menciptakan persaingan bisnis yang lebih baik dengan teknologi informasi dan kreativitas inovasi, karena terhambat dengan kegiatan bisnis tradisional yang telah terbiasa digunakan. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Robin (2017) Pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing bisa tercapai secara maksimal yang diantaranya adalah pemanfaatan teknologi informasi dan inovasi produk.



#### **4. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa teknologi informasi secara parsial (langsung) berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai  $t$  hitung variabel  $X_1$  (teknologi informasi) lebih kecil dari nilai  $t$  tabel dengan tingkat di atas nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini teknologi informasi merupakan salah satu alat yang akan mempermudah pelaku usaha dalam berbagai sektor kegiatan bisnis untuk mencapai tingkat kinerja bisnis yang lebih baik.

Teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis ketika telah menyelesaikan pengaruh terhadap kegiatan bisnis lain, seperti pelayanan, pemasaran, proses produksi dan menguasai lingkungan. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Abdul dan Yusi (2018) berdasarkan pembahasan penelitian, penggunaan teknologi informasi seperti media sosial Instagram memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap peningkatan kepuasan kinerja bisnis UMKM kuliner di Kota Malang.

#### **5. Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa kreativitas inovasi secara parsial (langsung) berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai  $t$  hitung variabel  $X_2$  (kreativitas inovasi) lebih kecil dari nilai  $t$  tabel dengan tingkat



diatas nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini kreativitas inovasi merupakan strategi utama dalam sebuah perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melauai berbagai kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktek bisnis atau oprasional baru.

Penerapan inovasi yang tinggi dapat menjadi kunci untuk mendorong bagi para pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja bisnis yang lebih maksimal, dengan kreativitas inovasi memberikan perubahan dalam oprasional yang monoton dan kegiatan bisnis lain di Pancur. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Wahid (2019) Inovasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi tidak dapat mengakibatkan meningkatnya kinerja pada UKM Alas Kaki di Kabupaten Tangerang.

#### **6. Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing secara parsial (langsung) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS menjelaskan bahwa nilai t hitung variabel Z (keunggulan bersaing) lebih besar dari pada nilai t tabel dengan tingkat dibawah nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini keunggulan bersaing merupakan posisi atau nilai yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Keunngulan bersaing perusahaan merupakan jantung dari kinerja bisnis dalam pengembangan usahanya, hal ini dikarenakan keunggulan bersaing yang baik akan

mempengaruhi kinerja untuk membaik yang merupakan sebuah strategi perusahaan agar mampu bertahan dipasar dengan nilai unggul dibandingkan kompetitor lainnya.

UMKM di pancur yang lebih banyak memmiliki jenis usaha yang sama menjadi sebab akan pelaku usaha untuk meningkatkan kekuatan persaingan dalam kegiatan bisnisnya dengan menerapkan strategi unggul dalam perusahaan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini dapat disimpulkan keunggulan bersaing menjadi hal utama dalam mempengaruhi kinerja bisnis pada UMKM di Pancur. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Andry (2017) Perusahaan yang mempunyai daya saing yang baik, cenderung akan memiliki kinerja yang baik pula.

#### **7. Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas Inovasi dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan hasil penelitian ini teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Pancur. Berdasarkan hasil output SPSS telah menjelaskan bahwa nilai F hitung variabel X1 (teknologi informasi), variabel X2 (kreativitas inovasi) dan variabel Z (keunggulan bersaing) lebih besar dari pada nilai F tabel dengan tingkat dibawah nilai signifikan. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing merupakan kegiatan bisnis yang mampu memudahkan dan menciptakan nilai serta menjadikan posisi yang lebih unggul terhadap para pesaing untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing menjadi bagian hal yang mendasari untuk meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan agar

dapat terus berkembang di era globalisasi. Upaya untuk meningkatkan kinerja bisnis perlunya penerapan keunggulan kompetitif dalam pasar, dalam penerapannya strategi kompetitif di era globalisasi ini faktor yang paling mendasar ialah menggunakan teknologi informasi dengan didukung kreatifitas tinggi untuk melakukan inovasi di berbagai bidang kegiatan bisnis.

Pelaku UMKM di Pancur yang didominasi oleh pelaku usaha tua atau usia diatas 46 tahun dengan strategi bisnis yang tradisional menjadi penghambat dalam perkembangan di berbagai bidang kegiatan bisnis seperti penggunaan teknologi informasi dan penerapan inovasi dalam menciptakan keunggulan bersaing di era globalisasi. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing dapat mempengaruhi tingkat kinerja bisnis pada UMKM di Pancur.

#### **8. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dari perhitungan langsung dan tidak langsung pada uji intervening menunjukkan nilai pengaruh langsung variabel teknologi informasi terhadap kinerja bisnis lebih kecil dari nilai pengaruh tidak langsung variabel teknologi informasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini secara umum teknologi dapat membantu sebuah organisasi dalam mencapai keunggulan kompetitif lalu selanjutnya meningkatkan kinerja bisnis suatu usaha. Intensitas persaingan akan

mendorong pelaku usaha untuk menerapkan teknologi informasi dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis perusahaan tersebut.

Peran pelaku UMKM di pancur yang masih menggunakan strategi bisnis tradisional dengan kegiatan bisnis secara manual menjadi penghambat dalam peningkatan teknologi informasi di era globalisasi ini untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Intensitas persaingan pada UMKM di Pancur yang lebih banyak jenis usaha yang sama menjadi pendorong bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan penerapan teknologi informasi dalam kegiatan bisnisnya agar tercapai kinerja bisnis yang diinginkan.

Penelitian ini membuktikan bahwa teknologi informasi mempunyai hubungan yang erat dengan keunggulan bersaing, apabila teknologi diterapkan dengan baik dalam segala aspek bisnis, maka akan berdampak positif pada daya saing perusahaan dengan kompetitor lainnya, sehingga keunggulan bersaing ini mendorong peningkatan nilai kinerja bisnis tersebut.

## **9. Pengaruh Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil penelitian ini dari perhitungan langsung dan tidak langsung pada uji intervening menunjukkan nilai pengaruh langsung variabel teknologi informasi terhadap kinerja bisnis lebih kecil dari nilai pengaruh tidak langsung variabel teknologi informasi terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan



mengarah pada terciptanya keunggulan bersaing. Intensitas persaingan akan mendorong pelaku usaha untuk menerapkan kreativitas inovasi dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis perusahaan tersebut.

Peran pelaku UMKM di pancur yang masih menggunakan strategi bisnis tradisional dalam kegiatan bisnis menjadi penghambat dalam peningkatan kreativitas inovasi untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Intensitas Persaingan Pada UMKM di Pancur yang lebih banyak jenis usaha yang sama menjadi pendorong bagi para pelaku usaha untuk menerapkan kreativitas inovasi dalam kegiatan bisnisnya agar tercapai kinerja bisnis yang diinginkan.

Keunggulan bersaing diindikasikan mampu memediasi hubungan antara kreativitas inovasi dan kinerja bisnis. Kreativitas inovasi memiliki hubungan yang erat dengan keunggulan bersaing, inovasi yang sukses dapat membuat lingkungan eksternal perusahaan lebih sulit meniru dan memungkinkan untuk mempertahankan keunggulan dalam nilai kinerja bisnis pada UMKM di Pancur.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil suatu kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, teknologi informasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing;
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, kreativitas inovasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing;
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, teknologi informasi dan kreativitas inovasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing;
- 4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, teknologi informasi secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis;
- 5) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, kreativitas inovasi secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis;
- 6) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis;
- 7) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, teknologi informasi, kreativitas inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis;

- 8) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing;
- 9) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pancur, kreativitas inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Pelaku UMKM Pancur diharapkan mengaplikasikan dengan lebih efektif teknologi informasi dalam strategi perusahaan agar tercapainya tingkat persaingan yang maksimal. Ditinjau dalam pengaplikasian teknologi informasi pelaku UMKM pancur sangat minim, padahal sudah sangat didukung oleh lingkungan dan ketersediaan teknologi informasi tersebut.
- 2) Pelaku UMKM Pancur diharapkan adanya dorongan yang lebih dalam penerapan inovasi dari berbagai bidang agar mampu bertahan di pasar persaingan. Ditinjau dalam penerapan inovasi oleh para pelaku UMKM Pancur tidak menemukan hal baru yang mampu meningkatkan keunggulan bersaing bagi perusahaan.
- 3) Pelaku UMKM Pancur diharapkan menciptakan strategi yang baik dengan mengaplikasikan teknologi informasi dengan dukungan kreativitas inovasi

dalam menjalankan kegiatan bisnis agar keunggulan bersaing suatu perusahaan dapat efektif.

- 4) Pelaku UMKM Pancur dalam meningkatkan kinerja bisnis dapat menggunakan teknologi informasi sebagai dasar dalam upaya mewujudkan kinerja yang lebih baik dengan kecepatan dan kemudahan dalam pekerjaan yang didapat dari penerapan teknologi informasi.
- 5) Pelaku UMKM Pancur dalam meningkatkan kinerja bisnis dapat menerapkan kreativitas inovasi dalam setiap bidang kegiatan bisnis sebagai pendorong dalam menciptakan kinerja yang lebih baik dengan hal baru yang mampu menarik perhatian pasar.
- 6) Pelaku UMKM Pancur diharapkan mengoptimalkan segala aspek kegiatan bisnis dalam hal menciptakan keunggulan bersaing yang lebih kuat agar mampu meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.
- 7) Pelaku UMKM Pancur dapat mencapai target kinerja bisnis yang lebih baik dengan meningkatkan beberapa faktor yang menjadikan peningkatan terhadap kinerja bisnis termasuk teknologi informasi, kreativitas inovasi, dan menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.
- 8) Pelaku UMKM Pancur diharapkan dapat melihat penggunaan teknologi informasi yang lebih efektif akan mampu menciptakan keunggulan bersaing suatu perusahaan terhadap kompetitornya, yang nantinya akan menjadikan perusahaan memiliki nilai lebih dalam kinerja bisnisnya.

- 9) Pelaku UMKM Pancur diharapkan dapat melihat penerapan inovasi yang lebih baik dalam kegiatan bisnis akan mampu menciptakan keunggulan bersaing suatu perusahaan terhadap kompetitornya, yang nantinya akan menjadikan perusahaan memiliki nilai lebih dalam kinerja bisnisnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.A Rai Narastika, N. N. K. Y. (2016). Peran Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pasar. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Abdul Aziz, Yusi Tyroni Mursityo, A. R. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi Pada Pengusaha Kuliner Di Kota Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2.
- Adietya, K. (2018). *Analisi Pengaruh Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi (Studi Pada UKM makanan di kota Semarang)*.
- Afiyati, Sri Murni, P. H. (2019). Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Differensiasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*.
- Andry Aprilianto Sani. (2017). Pengaruh Teknologi Ramah Lingkungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Asril Basry & Essy Malays Sari. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2.
- Asyhari, Sri Hindah Pudjihastuti, D. M. K. (2018). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22.
- Ayi Wahid. (2019). Mediasi Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis, Dan Keuangan*, 1.
- Catarina Cori Pradnya Paramita & Netty Laura. (2019). Mencapai Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah. *IKRAITH-HUMANIORA*, 3.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GIOVANI ANGGASTA. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi



Pasar Terhadap Kinerja Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Survey Pada Usaha Mikro Kota Tanjungpinang. *Skripsi*.

Imas Fatimah Hasnatika & Ida Nurnida. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4.

Matandra, Z. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Produktivitas Dan Kinerja Karyawan Usaha Mikro, Keci Dan Menengah (UMKM) Di Wilayah Kota Makassar. *Skripsi*.

NITYA PINASTHIKA VALERIA. (2017). Membangun Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing pada UKM Manufaktur. *Aset*.

Nyoman Gede Aditya Jay Medhika; I Gusti Ayu Ketut Giantri; Ni Nyoman Kerti Yasa. (2018). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1.

RAHMASARI, L. (2019). Analisis Pengaruh Supply Chain Integration, Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Freight Forwading. *Aset*, 21.

Riyanto, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Madiun. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*.

Robin Hotmauli Silaen. (2017). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Clothing Loccal Indonesia*.

Sidiq, A. & E. P. A. (2017). Analisis Kapabilitas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis UKM Dengan Orientasi Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

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.

Swastuti, E. (2020). Manajemen Inovasi Strategis Dan Adopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Bisnis IKM Tenun Troso Kabupaten Jepara. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 15, 127–143.

- Umi Azizah □ & Ida Maftukhah. (2017). Pengaruh Kemitraan Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. *Management Analysis Journal*.
- Wildan Aryo Nugroho, M. (2019). Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan UKM Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi Model A.I.D.A. pada UMKM pangan di Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8, 152–165.



# LAMPIRAN



## Lampiran I

### Kuesioner Penelitian

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KREATIVITAS INOVASI  
TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN KEUNGGULAN BERSAING  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Assalamualaikum, wr., wb.

Saya ucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu yang telah bersedia berpartisipasi dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening”*, yang merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan dalam prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Univesitas Maritim Raja Ali Haji. Saya menjamin kerahasiaan Bapak/Ibu sebagai kode etik penelitian.

Hormat saya,

M. Nor Efendi  
NIM.160461201013

## **A. Identitas Responden**

Nama : -----

Jenis Kelamin : a. -----

b. -----

Usia :

## **B. Kuesioner**

Mohon mengisi daftar pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis

(√) pada alternative jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



## 1. Teknologi Informasi

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya telah menerapkan teknologi informasi dalam bentuk whatsapp untuk transaksi pemesanan barang.					
2	Saya telah menerapkan teknologi informasi untuk oprasional perusahaan					
3	Saya banyak mendapatkan berbagai informasi terbaru terkait pasar dengan penerapan teknologi informasi					
4	Saya dapat dengan mudah berkomunikasi dalam transaksi dengan menggunakan teknologi informasi					
5	Saya tidak dapat mengembangkan teknologi informasi yang telah ada					
6	Saya tidak dapat menerapkan teknologi informasi dalam usaha secara maksimal					

## 2. Kreativitas Inovasi

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya telah menerapkan inovasi dengan mengkombinasikan fasilitas dan keterampilan untuk mencapai kepuasan pasar yang baru.					
2	Saya telah menerapkan inovasi dalam bentuk layanan dengan cara yang berbeda, lebih efektif dan efisien.					
3	Saya telah menciptakan pasar yang lebih luas menggunakan media sosial.					
4	Saya telah menerapkan inovasi dengan mengkombinasikan desain produk dan harga untuk perhatian pasar.					
5	Saya telah menerapkan inovasi prosedur produk dengan prosedur yang transparan yang dapat meyakinkan pelanggan.					
6	Saya telah menerapkan inovasi dalam prosedur teknis impor dengan waktu yang lebih pendek.					

### 3. Keunggulan Bersaing

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya telah menerapkan harga yang lebih rendah dibanding dengan para pesaing agar dapat menguasai pasar.					
2	Saya telah menerapkan nilai harga sesuai dengan mutu yang saya berikan.					
3	Saya telah menciptakan karakteristik usaha untuk menarik pasar sasaran tertentu.					
4	Saya telah menciptakan usaha yang bisa diterima disemua kategori pasar.					
5	Saya telah menerapkan pelayan yang lebih baik kepada inventoris.					
6	Saya telah menerapkan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan.					

### 4. Kinerja bisnis

NO	PERNYATAAN / DISKRIPTOR	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pendapatan usaha setiap periode yang ditentukan selalu stabil.					
2	Pendapatan usaha sesuai dengan target dalam perencanaan.					
3	Pasar yang luas dapat memaksimalkan dalam penjualan.					
4	Penjualan memiliki peningkatan dalam setiap periode yang telah ditentukan.					
5	Saya telah menganalisis terkait perencanaan anggaran biaya dalam setiap periode.					
6	Saya telah meminimalisir biaya produksi dengan proses yang lebih efektif					

## Lampiran II

### 1) Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Teknologi Informasi (X1)	93	21	30	25.38	2.484
Kreativitas Inovasi (X2)	93	20	30	25.75	2.334
Keunggulan Bersaing (Z)	93	20	30	25.39	2.382
Kinerja Bisnis (Y)	93	20	30	25.77	2.396
Valid N (listwise)	93				

### 2) Uji Validitas

#### Variabel Teknologi Informasi

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.185	.151	.118	.055	.222	.448
	Sig. (2-tailed)		.075	.149	.260	.599	.033	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X1.2	Pearson Correlation	.185	1	.636**	.097	.267**	.123	.737**
	Sig. (2-tailed)	.075		.000	.353	.010	.241	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X1.3	Pearson Correlation	.151	.636**	1	-.069	.214	.071	.641**
	Sig. (2-tailed)	.149	.000		.514	.039	.501	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X1.4	Pearson Correlation	.118	.097	-.069	1	.067	-.016	.381**
	Sig. (2-tailed)	.260	.353	.514		.524	.878	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X1.5	Pearson Correlation	.055	.267**	.214	.067	1	.161	.521**
	Sig. (2-tailed)	.599	.010	.039	.524		.122	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X1.6	Pearson Correlation	.222	.123	.071	-.016	.161	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.033	.241	.501	.878	.122		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
TEKNOLOGI INFORMASI (X1)	Pearson Correlation	.448**	.737**	.641**	.381**	.521**	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Variabel Kreativitas Inovasi

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.096	-.003	.085	-.081	.169	.304**
	Sig. (2-tailed)		.360	.976	.417	.441	.106	.003
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.2	Pearson Correlation	.096	1	.335**	.248*	.254*	.219*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.360		.001	.017	.014	.035	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.3	Pearson Correlation	-.003	.335**	1	.129	.112	.005	.481**
	Sig. (2-tailed)	.976	.001		.216	.286	.959	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.4	Pearson Correlation	.085	.248*	.129	1	.225*	.154	.658**
	Sig. (2-tailed)	.417	.017	.216		.030	.142	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	-.081	.254*	.112	.225*	1	.185	.542**
	Sig. (2-tailed)	.441	.014	.286	.030		.075	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
X2.6	Pearson Correlation	.169	.219*	.005	.154	.185	1	.516**
	Sig. (2-tailed)	.106	.035	.959	.142	.075		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KREATIVITAS INOVASI (X2)	Pearson Correlation	.304**	.675**	.481**	.658**	.542**	.516**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

### Variabel Keunggulan Bersaing

		Correlations						
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	TOTAL_Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.149	.122	-.031	.257*	.379**	.440**
	Sig. (2-tailed)		.153	.243	.769	.013	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Z.2	Pearson Correlation	.149	1	.511**	.340**	.291**	.228*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.153		.000	.001	.005	.028	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Z.3	Pearson Correlation	.122	.511**	1	.155	.405**	.161	.729**
	Sig. (2-tailed)	.243	.000		.137	.000	.124	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Z.4	Pearson Correlation	-.031	.340**	.155	1	.168	.109	.460**
	Sig. (2-tailed)	.769	.001	.137		.107	.297	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Z.5	Pearson Correlation	.257*	.291**	.405**	.168	1	.432**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.013	.005	.000	.107		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Z.6	Pearson Correlation	.379**	.228*	.161	.109	.432**	1	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.124	.297	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KEUNGGULAN BERSAING (Z)	Pearson Correlation	.440**	.760**	.729**	.460**	.667**	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								



### Variabel Kinerja Bisnis

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.094	.229*	.151	.242*	.294**	.477**
	Sig. (2-tailed)		.371	.027	.148	.019	.004	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Y.2	Pearson Correlation	.094	1	.258*	.288**	.317**	.262*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.371		.013	.005	.002	.011	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Y.3	Pearson Correlation	.229*	.258*	1	.203	.207*	.129	.547**
	Sig. (2-tailed)	.027	.013		.051	.047	.219	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Y.4	Pearson Correlation	.151	.288**	.203	1	.366**	.197	.602**
	Sig. (2-tailed)	.148	.005	.051		.000	.058	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Y.5	Pearson Correlation	.242*	.317**	.207*	.366**	1	.516**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.019	.002	.047	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
Y.6	Pearson Correlation	.294**	.262*	.129	.197	.516**	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.004	.011	.219	.058	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KINERJA BISNIS (Y)	Pearson Correlation	.477**	.688**	.547**	.602**	.713**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

### 3) Uji Reliabilitas

#### Variabel Teknologi Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	6

#### Variabel Kreativitas Inovasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	6

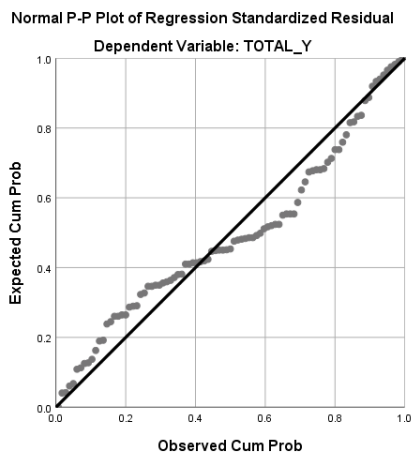
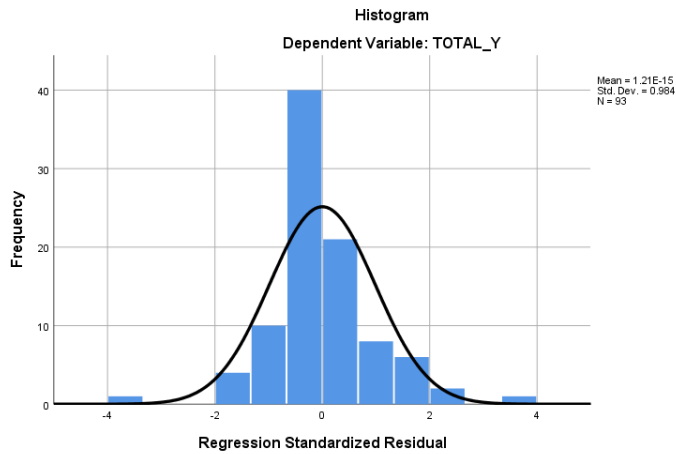
#### Variabel Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	6

#### Variabel Kinerja Bisnis

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	6

#### 4) Uji Normalitas



#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

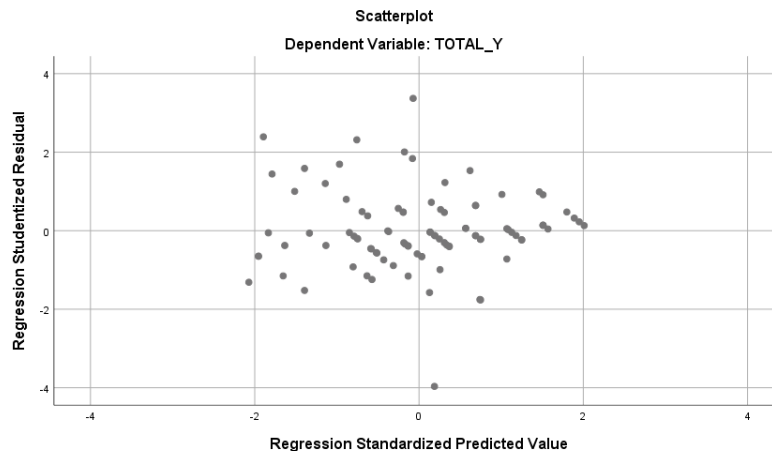
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28943269
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.096
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.203 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### 5) Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Teknologi Informasi (X1)	.272	3.682
	Kreativitas Inovasi (X2)	.462	2.164
	Keunggulan Bersaing (Z)	.371	2.698

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

### 6) Uji Heteroskedastisitas



### 7) Uji Parsial (Uji t) Regresi Model I

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.016	1.260		2.393	.019
	Teknologi informasi (X1)	.463	.122	.434	3.804	.000
	Kreativitas Inovasi (X2)	.466	.114	.466	4.085	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing (Z)

## Regresi Model II

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.101	.908		3.416	.001
	Teknologi informasi (X1)	.037	.092	.036	.405	.687
	Kreativitas inovasi (X2)	-.082	.087	-.084	-.941	.349
	Keunggulan bersaing (Z)	.947	.074	.979	12.859	.000

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis (Y)

## 8) Uji Simultan (Uji F)

### Regresi Model I

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617.008	2	308.504	149.084	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186.240	90	2.069		
	Total	803.247	92			

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing (Z)

b. Predictors: (Constant), Kreativitas inovasi (X2), Teknologi informasi (X1)

### Regresi Model II

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660.961	3	220.320	218.273	.000 <sup>b</sup>
	Residual	89.835	89	1.009		
	Total	750.796	92			

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis (Y)

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing (Z), Teknologi Informasi (X1), Kinerja Bisnis (X2)



9) Uji Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

**Regresi Model I**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 <sup>a</sup>	.768	.763	1.439
a. Predictors: (Constant), Kreativitas Inovasi (X2), Kinerja bisnis (X1)				
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Z)				

**Regresi Model II**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 <sup>a</sup>	.880	.876	1.005
a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing (Z), Teknologi Informasi (X1), Kreativitas Inovasi (X2)				
b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)				

**Lampiran III**

**Tabel r**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800

13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176

58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Lampiran IV**

**Tabel t**

<b>df</b>	<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
		<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.7709 3	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279

40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135



84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

**Lampiran V**

**Tabel f**

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df N2	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35

17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84

60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

## RIWAYAT HIDUP

Nama : M. Nor Efendi  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat Tanggal Lahir : Batam, 31 Oktober 1998  
Alamat : Kampung Edes Desa Sungai Besar Kec. Lingga Utara Kab. Lingga Provinsi Kepulauan Riau  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
No. Telepon : 0858 3051 9198  
Email : [nurfendi934@gmail.com](mailto:nurfendi934@gmail.com)



### Pendidikan Formal:

1. SDN 018 Lingga Kabupaten Lingga 2004 s/d 2010
2. SMPN 002 Lingga Kabupaten Lingga 2010 s/d 2013
3. SMAN 001 Lingga Utara Kabupaten Lingga 2013 s/d 2016
4. Universitas Maritim Raja Ali Haji 2016 s/d 2021

### Pengalaman Organisasi:

1. BLM FE UMRAH periode 2017/2018
2. Pengurus FORMADIKSI UMRAH periode 2018/2019 dan 2019/2020

### Minat dan Bakat:

Menulis, Futsal, Badminton

### Motto Hidup:

*“dimane berpijak disitu bergerak”*