



DOI: <https://doi.org/10.38035/jsmd.v2i1>

Received: 06 April 2024, Revised: 14 April 2024, Publish: 22 April 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas, dan Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan

Putri Jasmine Salsabilla¹, Hapzi Ali²

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email:

putrijasminesalsabilla50@gmail.com

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email:

hapzi.ali@gmail.com

Corresponding author: Putri Jasmine Salsabilla¹

Abstrak: Penelitian mengkaji pengaruh teknologi informasi, kreativitas dan kualitas produk terhadap strategi bersaing perusahaan sebagai artikel ilmiah dalam konteks manajemen strategis. **Tujuan** artikel yaitu merumuskan hipotesis pengaruh beberapa variabel akan dimanfaatkan dalam penelitian berikutnya. **Objek riset** yaitu pustaka online, *Google Scholar*, *Mendeley*. **Metode riset dengan library research** dengan bersumber dari *open access e-journal* maupun *e-book*. **Analisis** penelitian secara deskriptif kualitatif. **Hasil** artikel yaitu: 1) Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan; 2) Kreativitas berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan; dan 3) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan.

Keyword: Kreativitas, Kualitas Produk, Strategi Bersaing, Teknologi Informasi

Abstract: Research examines the influence of information technology, creativity and product quality on a company's competitive strategy as a scientific article in the context of strategic management. **The aim of the article** is to formulate a hypothesis about the influence of several variables which will be utilized in subsequent research. **Research objects** are online libraries, *Google Scholar*, *Mendeley*. **Research method** using the research library sourced from *open access e-journals* and *e-books*. **Research analysis** is descriptive qualitative. **The results of the article** are: 1) Information Technology influences a Company's Competitive Strategy; 2) Creativity influences the Company's Competitive Strategy; and 3) Product Quality influences the Company's Competitive Strategy.

Keyword: Creativity, Product Quality, Competitive Strategy, Information Technology

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Strategi bersaing perusahaan ini menjadi pendekatan jangka panjang yang dimanfaatkan unit bisnis sehingga bisa mendapatkan keunggulan kompetitif untuk menjangkau

konsumen. Melalui penyusunan strategi bersaing secara efektif maka bisa membantu perusahaan dalam pengembangan, peningkatan, dan pemanfaatan satu maupun lebih keunggulan bersaing. Terdapat berbagai aspek yang berpengaruh dalam meningkatkan strategi bersaing dari perusahaan. Penelitian Noviani (2020) mengungkapkan jika keunggulan bersaing perusahaan mendapat pengaruh dari sejumlah aspek seperti inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk. Penelitian Lestari et al (2020) menyatakan jika keunggulan bersaing sebagai hasil strategi bersaing dipengaruhi oleh inovasi produk dan kualitas produk. Dalam hal ini, variabel yang akan diteliti yaitu kreativitas produk dan kualitas produk dengan penambahan variabel baru yaitu penggunaan teknologi. Hal ini disebabkan karena perkembangan teknologi menjadi faktor eksternal lingkungan perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan. Perkembangan teknologi harus mendapatkan respon positif dari perusahaan untuk menyesuaikan perkembangan zaman terutama terkait kebutuhan konsumen di era saat ini yang sangat erat dengan pengadopsian teknologi informasi.

Dari temuan-temuan tersebut, masih ditemukan adanya kesenjangan dalam melakukan penelitian sehingga dibutuhkan penelitian yang meneliti secara khusus mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing perusahaan seperti teknologi, kreativitas dan kualitas produk. Peneliti memilih sejumlah variabel tersebut untuk diteliti karena memiliki urgensi dan keunikan dibandingkan penelitian sebelumnya. Dalam upaya mencari bukti adanya pengaruh dalam variabel tersebut, maka dibutuhkan temuan dari penelitian sebelumnya yang dapat menguatkan hipotesis dan menjadi rujukan penelitian terdahulu sebagai dasar dan kerangka dalam melangsungkan penelitian.

Menurut pengalaman empiris sejumlah mahasiswa juga *author*, terdapat kesulitan terkait pencarian artikel pendukung dalam menulis karya ilmiah untuk dijadikan penelitian yang relevan atau penelitian terdahulu. Artikel yang relevan ini dapat menguatkan teori yang dijadikan objek penelitian sehingga bisa mengetahui hubungan maupun pengaruh variabel satu dengan variabel lainnya untuk menguatkan hipotesis. Artikel ini akan membahas terkait pengaruh teknologi, kreativitas, dan kualitas produk terhadap strategi bersaing. Dengan demikian, tujuan penulisan artikel ini sesuai latar belakang yang sudah dipaparkan yaitu untuk membuat rumusan 1) Pengaruh Teknologi terhadap Strategi Bersaing Perusahaan, 2) Pengaruh Kreativitas terhadap Strategi Bersaing Perusahaan, 3) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan.

METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yang memanfaatkan data sekunder. Data penelitian didapatkan dari jurnal terdahulu yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian. Objek penelitian ini yaitu sumber kepustakaan *open access journal* seperti Google Scholar dan Mendeley untuk mencari artikel terdahulu yang relevan dengan penelitian. Metode penelitian ini yaitu *systematic literatur review* dan *library research* dimana peneliti akan mengidentifikasi, mengevaluasi, kemudian menginterpretasikan hasil temuan penelitian (Bettany-Saltikov, 2016). Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif yang memanfaatkan data dari kajian kepustakaan untuk mendapatkan bahasan penelitian yang dapat ditarik suatu kesimpulan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel yaitu sebagai berikut:

Strategi Bersaing Perusahaan

Strategi menjadi aspek penting sebagai penentu kesuksesan organisasi melalui manajemen strategis. Pada seluruh tingkatan perusahaan, manajer bisa menyusun perencanaan strategi dan menerapkan strategi perusahaan agar lebih kompetitif (Kuncoro, 2006). Strategi

bersaing merupakan suatu strategi atau perencanaan yang dilakukan agar memperoleh keunggulan bersaing (Siregar, 2020). Strategi bersaing ini menjadi usaha dalam merumuskan dan meningkatkan daya saing organisasi di mata konsumen. Strategi bersaing bisa memberi keunggulan bersaing perusahaan dibanding perusahaan lainnya (Umar, 2003).

Dimensi strategi bersaing atau keunggulan bersaing yaitu (1) biaya, (2) fleksibilitas, (3) pengantaran, dan (4) kualitas (Suhaeni, 2018). Suatu perusahaan dinyatakan memiliki keunggulan bersaing apabila mempunyai keunggulan dibanding pesaingnya dan lebih eksis pada pangsa pasar (Retnowati & Mardikaningsih, 2022). Perusahaan dengan strategi bersaing memiliki potensi besar mendapatkan profit dan pertumbuhan berjangka panjang (Supriandi & Iskandar, 2022). Indikator dari keunggulan bersaing yakni harga yang bersaing, keuntungan, kemampuan manajemen, posisi dan lokasi strategis. Keunggulan bersaing ini dapat ditingkatkan pada sejumlah indikator seperti penentuan harga dan kualitas produk menyesuaikan sasaran kelompok, dan menciptakan produk yang unggul dan unik (Satwika & Dewi, 2019). Adapun terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu diferensiasi, kualitas, kinerja pemasaran, inovasi atau citra (Firdawati et al., 2021). Dalam penelitian ini strategi bersaing dapat memicu keunggulan bersaing sehingga faktor yang dianggap berpengaruh terhadap keunggulan bersaing berarti berpengaruh juga terhadap strategi bersaing perusahaan.

Strategi bersaing telah diteliti sejumlah peneliti terdahulu antara lain : (Siregar, 2020) ; (Gunadi, 2021) ; (Hintoro & Wijaya, 2021).

Teknologi

Definisi teknologi yaitu suatu hasil usaha mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan sehingga bisa digunakan dalam pemecahan masalah. Umumnya, teknologi ini berkaitan dengan penemuan baru yang sifatnya membantu (Huda, 2020). Teknologi merupakan hasil pemikiran, pengetahuan dan keterampilan yang diimplementasikan saat ini pada kehidupan sehari-hari dengan tujuan tertentu. Perkembangan teknologi ini merujuk pada majunya bidang keilmuan dan pengetahuan juga rekayasa sehingga didapatkan temuan baru, aplikasi yang lebih baik, dan kemajuan yang terus berlanjut (Januszewski & Molenda, 2013).

Adapun dimensi dari teknologi informasi yakni *hardware*, *software*, prosedur, data juga manusia yang bisa menjadi komponen pembentuk teknologi informasi secara canggih. Dimensi yang ditambahkan juga dapat berupa *Local Area Network* (LAN), *Wide Area Network* (WAN) atau internet (Nurul et al., 2022). Berdasarkan Zhu & Nakata (2017) dalam mengukur indikator teknologi informasi yaitu kemampuan sistem komputer, kumpulan komputer, juga teknologi lainnya yang terlibat pada suatu organisasi sebagai penyimpan, pengolah, dan penyampai informasi. Adapun kapabilitas teknologi informasi yang diterapkan dalam bisnis dapat menggunakan indikator berupa infrastruktur, sumber daya manusia, dan kemampuan manajerial. Ada tiga dimensi berpengaruh terhadap proses mengadopsi dan mengimplementasikan inovasi teknologi yakni perihal teknologi, organisasional, juga lingkungan. Mengenai teknologi, ini berkaitan dengan sumber internal dan eksternal yang relevan dengan perusahaan. Metrik deskriptif yang berkaitan dengan organisasi, seperti ukuran, ruang lingkup, struktur tata kelola, dan sumber daya internal, merupakan bagian dari lingkungan perusahaan. Industri, pesaing, dan peraturan pemerintah semuanya merupakan bagian dari konteks lingkungan (Aryanto et al., 2023). Globalisasi dan kemudahan penggunaan merupakan dua faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi (Budiastuti & Muid, 2020).

Teknologi ini sudah sering diteliti oleh sejumlah peneliti terdahulu antara lain: (Widiarta et al., 2020); (Nurul et al., 2022) ; (Wijaya & Simamora, 2022); (Aryanto et al., 2023).

Kreativitas

Kreativitas merupakan cara pikir suatu hal baru. Kreativitas yaitu kemampuan dalam melakukan pengembangan ide baru dan mendapatkan cara baru untuk memecahkan permasalahan ketika dihadapkan peluang. Perusahaan secara umum dituntut agar memiliki kreativitas produk yang dipasarkan. Kreativitas produk ini berupa kemampuan dalam mengembangkan dan menggabungkan ide sehingga tercipta kreativitas produk yang berpengaruh pada keunggulan bersaing di mata konsumen (Suryana, 2003). Kreativitas diartikan sebagai kemampuan dalam menciptakan produk baru yang belum ada. Dalam hal ini perusahaan dituntut memiliki kreativitas ketika menciptakan produk (Harini et al., 2022). Dari sini kreativitas berarti ide dari seseorang agar bisa menciptakan karya maupun produk tertentu yang baru dan lebih baik.

Dimensi ini terbagi menurut empat dimensi yaitu person, proses, produk, dan press. Dalam menentukan kreativitas produk berkaitan pada tiga dimensi yakni dimensi proses, person dan produk kreatif. Pada penelitian, biasanya indikator yang digunakan untuk menilai kreativitas produk yaitu keterbukaan, penemuan dan pengembangan ide baru, penemuan yang unik dan tidak biasa, serta keinginan kuat dalam belajar (Kalil & Aenurohman, 2020). Adapun faktor yang mempengaruhi kreativitas pembuatan produk di perusahaan yaitu lingkungan, pimpinan, budaya organisasi, stuktur organisasi, dan kemampuan yang dimiliki perusahaan. Produk yang dibuat harus unik dan baru agar bisa disebut sebagai produk yang kreatif dan berbeda dari sebelumnya (Vuspitasari et al., 2021).

Kreativitas ini sering diteliti oleh peneliti terdahulu antara lain : (Noviani, 2020) ; (Harini et al., 2022); (Anderson & Hidayah, 2023).

Kualitas Produk

Produk dan jasa dianggap berkualitas tinggi jika memiliki semua kualitas yang diperlukan untuk memenuhi permintaan langsung dan tidak langsung. Salah satu saran positioning terpenting yang dibuat oleh pemasar adalah pentingnya kualitas produk dalam menentukan seberapa baik kinerja suatu produk atau jasa di pasar. Nilai dan kesenangan bagi pelanggan berkorelasi kuat dengan atribut ini. (Kotler & Armstrong, 2008:272). Kualitas produk merupakan kombinasi property maupun karakteristik sebagai penentu seberapa jauh output memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk ini menjadi cara perusahaan agar bisa bersaing dibanding pesaingnya di pasar melalui penetapan sejumlah perbedaan signifikan diantara produk maupun layanan yang ditawarkan dibanding pesaingnya (Nurfauzi et al., 2023).

Adapun dimensi dan indikator kualitas produk terdiri dari delapan faktor yaitu kinerja, daya tahan, kesesuaian terhadap spesifikasi, keandalan, fitur, estetika, kualitas yang dirasakan juga kemudahan servis (Tjiptono, 2008). Dimensi produk yaitu tingkat dan konsistensi. Apabila produk mampu menjalankan fungsinya maka bisa disebut produk berkualitas baik. Dimensi produk berdasarkan literatur lain yaitu performance, daya tahan, kesesuaian terhadap spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan dan kualitas (Mirella et al., 2022). Adapun faktor yang mempengaruhi kualitas produk berdasarkan Baum (2012) yaitu *market, money, management, men, motivation, material, machine and mechanization, modern information, dan mounting product requirement*.

Kualitas produk sudah sering diteliti oleh peneliti terdahulu antara lain : (Noviani, 2020) ; (Lestari et al., 2020); (Nurfauzi et al., 2023).

Review Artikel Relevan

Dalam melakukan penetapan hipotesis maka dilakukan upaya mereview artikel yang memiliki relevansi terhadap penelitian melalui penjelasan hasil temuan terdahulu, memberikan

penjelasan persamaan dan perbedaan juga rencana penelitiannya, menurut penelitian sebelumnya yang relevan ditunjukkan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	Wijaya & Simamora, (2022)	Teknologi informasi berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing melalui strategi, Kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi.	Teknologi informasi berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing melalui strategi.	Kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui strategi.	H1
2	Widiarta et al., (2020)	Orientasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Orientasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing.	Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	H1
3	Noviani, (2020)	Inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.	Kreativitas dan kualitas produk berpengaruh terhadap strategi bersaing.	Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing perusahaan.	H2, H3
4	Riany & Dahmiri, (2020)	Kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Kreativitas berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.	Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	H2
5	Novitasari et al., (2021)	Inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	H3
6	Lestari et al., (2020)	Inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	Kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.	Inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.	H3

Pembahasan

Menurut kajian teori yang sudah dilaksanakan, penulisan pembahasan dalam artikel ini yaitu dengan mereview artikel yang memiliki relevansi dan menduga sekaligus menganalisis hubungan kaitan variabel bebas dengan terikat sehingga bisa menyusun konsep berpikir terkait rencana penelitian.

Pengaruh Teknologi terhadap Strategi Bersaing

Definisi teknologi yaitu suatu hasil usaha mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan sehingga bisa digunakan dalam pemecahan masalah. Umumnya, teknologi ini berkaitan dengan penemuan baru yang sifatnya membantu. Teknologi ini sangat dibutuhkan perusahaan agar bisa bertahan dan bersaing dalam pasar persaingan yang ketat. Hal ini menjadikan perusahaan berusaha keras mengadopsi teknologi informasi dalam operasional bisnisnya untuk memudahkan pekerjaan, menjawab kebutuhan konsumen, dan memiliki keunggulan bersaing (Iskandar & Jayanto, 2022). Prinsip atau konsep dari penggunaan teknologi ini yaitu dapat membantu dan mempermudah operasional bisnis. Apabila teknologi dipersepsikan secara baik maka dapat menentukan strategi bersaing yang baik juga sehingga tercapai keunggulan bersaing. Dengan demikian dalam meningkatkan strategi bersaing perusahaan, maka diperlukan pengadopsian teknologi secara tepat. Adapun indikator yang berpengaruh terhadap upaya pengadopsian dan pengimplementasian inovasi teknologi yakni konteks teknologi, konteks organisasi, dan konteks lingkungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu pengaruh globalisasi, kebutuhan pelanggan, dan kemudahan penggunaan. Untuk meningkatkan strategi bersaing dengan penggunaan teknologi maka yang dilakukan oleh manajemen adalah mengadopsi teknologi untuk mencapai tujuan perusahaan terutama menjadikan teknologi sebagai strategi meningkatkan keunggulan bersaing dengan menawarkan sejumlah karakteristik yang canggih.

Teknologi memiliki peran dalam meningkatkan strategi bersaing perusahaan. Pengaruh penggunaan teknologi terhadap keunggulan bersaing perusahaan melalui strategi bersaing sejalan dengan sejumlah temuan terdahulu yaitu: (Widiarta et al., 2020); (Wijaya & Simamora, 2022).

Pengaruh Kreativitas terhadap Strategi Bersaing Perusahaan

Kreativitas merupakan cara pikir suatu hal baru. Kreativitas merupakan kemampuan dalam melakukan pengembangan ide baru dan mendapatkan cara baru untuk memecahkan permasalahan ketika dihadapkan peluang. Perusahaan secara umum dituntut agar memiliki kreativitas produk yang dipasarkan. Kreativitas produk ini berupa kemampuan dalam mengembangkan dan menggabungkan ide sehingga tercipta kreativitas produk yang berpengaruh pada keunggulan bersaing di mata konsumen. Prinsip atau konsep dari kreativitas yaitu perusahaan dapat membuat produk yang unik dan belum pernah ada sebelumnya. Kreativitas berpengaruh pada strategi bersaing perusahaan, jika kreativitas dipersepsikan secara baik maka strategi bersaing perusahaan akan dipersiapkan baik juga. Hal ini dapat dijelaskan bahwa adanya kreativitas produk bisa menjadi strategi bersaing perusahaan yang menunjukkan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan dibanding pesaingnya. Biasanya indikator yang digunakan untuk menilai kreativitas produk yaitu keterbukaan, penemuan dan pengembangan ide baru, penemuan yang unik dan tidak biasa, serta keinginan kuat dalam belajar. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas yaitu lingkungan, pimpinan, budaya organisasi, stuktur organisasi, dan kemampuan yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu untuk meningkatkan strategi bersaing, produk yang dibuat harus unik dan baru agar bisa disebut sebagai produk yang kreatif dan berbeda dari sebelumnya.

Kreativitas produk memiliki peran dalam meningkatkan strategi bersaing perusahaan. Pengaruh kreativitas produk terhadap strategi bersaing perusahaan sejalan dengan sejumlah temuan terdahulu yaitu: (Noviani, 2020) ; (Riany & Dahmiri, 2020)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan

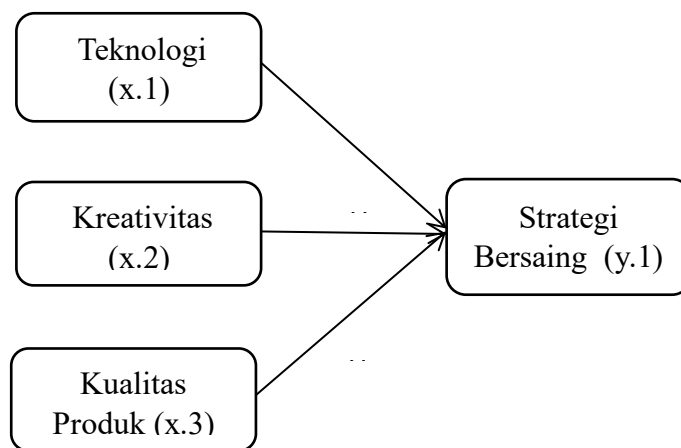
Kualitas produk merupakan kombinasi properti maupun karakteristik sebagai penentu seberapa jauh output memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk ini menjadi cara perusahaan agar bisa bersaing dibanding pesaingnya di pasar melalui penetapan sejumlah perbedaan signifikan diantara produk maupun layanan yang ditawarkan dibanding pesaingnya.

Prinsip dari kualitas produk yaitu bagaimana produk mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen karena memiliki mutu yang baik. Kualitas produk berpengaruh pada strategi bersaing perusahaan, apabila kualitas produk memiliki persepsi baik maka strategi bersaing akan dipersepsikan baik juga. Hal ini dapat dijelaskan bahwa adanya produk yang berkualitas bisa menjadi cara perusahaan dalam menyusun strategi bersaing untuk mencapai keunggulan bersaing. Adapun faktor-faktor yang dapat ditingkatkan dalam keunggulan bersaing melalui strategi bersaing dari kualitas produk yaitu dengan memperhatikan aspek pasar, keuangan, manajemen, sumber daya manusia, motivasi, material atau bahan, alat dan peralatan, informasi modern, dan kebutuhan produk.

Kualitas produk memiliki peran dalam meningkatkan strategi bersaing perusahaan. Pengaruh kualitas produk terhadap strategi bersaing perusahaan sejalan dengan sejumlah temuan terdahulu yaitu: (Noviani, 2020) ; (Lestari et al., 2020)

Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut masalah yang sudah dirumuskan, penelitian yang relevan dan pembahasan dirumuskan kerangka konseptual artikel berikut ini.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Menurut gambar kerangka konsep tersebut: Peluang dan Ancaman Industri, Perubahan Regulasi dan Perkembangan Teknologi memiliki hubungan pengaruh terhadap lingkungan eksternal. Selain dari tiga variabel yang berpengaruh terhadap lingkungan eksternal terdapat variabel lainnya misalnya:

- 1) Inovasi produk (X4) : (Widiarta et al., 2020) ; (Noviani, 2020) ; (Lestari et al., 2020); (Riany & Dahmiri, 2020)

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) Teknologi berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan
- 2) Kreativitas berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan
- 2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Strategi Bersaing Perusahaan

REFERENSI

- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Aryanto, A., Hanum, N., & Syaefudin, R. (2023). Faktor Teknologi, Organisasi, dan

- Lingkungan pada Penerapan Akuntansi Digital serta Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Owner*, 7(1), 632–643. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1224>
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu. Terpadu (alih bahasa)*. Erlangga.
- Bettany-Saltikov, J. (2016). *How to Do a Systematic Literature Review in Nursing: a Step-by-Step Guide*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=qMkvEAAAQBAJ>
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan Technology *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/29074/24586>
- Firdawati, A., Cahyono, D., & Nuha, G. A. (2021). Systematic Literature Review: Faktor Keunggulan Kompetitif Hotel di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(1), 54–63. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i1.2671>
- Gunadi, W. (2021). Prospek Dan Strategi Bersaing Pada Industri Furniture Berbahan Baku Kayu Jati. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 48–62. <https://doi.org/10.35968/mpu.v11i1.601>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Eka, M. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 2579–9312. <https://republika.co.id>
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter'S Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>
- Huda, I. A. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121–125. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.622>
- Iskandar, R., & Jayanto, N. D. (2022). Analisis Pengaruh Kemampuan Dalam Mengoperasikan Dan Memanfaatkan Teknologi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 46–54. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v2i1.113>
- Januszewski, A., & Molenda, M. (2013). *Educational Technology: A Definition with Commentary*. Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=JO3Yc0UuK74C>
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56–65.
- Mirella, N. N. R., Nurlala, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar"). *Jurnal Manajemen Danbisnis (Jumanis)*, 2(1), 2076–2086. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/982>
- Novitasari, D., Muniroh, L., Eldine, A., & Maulana, H. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 194–201.

- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurul, S., Shynta Anggrainy, & Siska Aprelyani. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Sistem Informasi: Keamanan Informasi, Teknologi Informasi Dan Network (Literature Review Sim). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 564–573. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.992>
- Retnowati, E., & Mardikaningsih, R. (2022). Study On Online Shoppingg Interest Based On Consumer Trust And Shopping Experience. *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 143–152.
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1481–1509.
- Siregar, A. P. H. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE - Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–21.
- Suhaeni, T. (2018). Suhaeni, Tintin. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57–74.
- Supriandi, & Iskandar, Y. (2022). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. *Proceedings of the International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 207(Icemac 2021), 164–179. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220204.018>
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Strategi Manajemen In Action*. Gramedia Pustaka Utama.
- Vuspitasari, B. K., Deffrinica, D., & Siahaan, S. V. B. (2021). Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 181–187. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1132>
- Widiarta, P. G. K., Mahardika, I. P. D., Nugraha, N. A. S., Tintara, I. D. G. W., & Yasa, N. N. K. (2020). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2, 199. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i02.p05>
- Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 51–65. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3474>
- Zhu, Z., & Nakata, C. (2017). Reexamining the link between customer orientation and business performance: The role of information systems. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679150301>