

PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (STUDI KASUS UMKM DI JAWA TENGAH)

Herry Laksito *)

Abstract

The purpose of this study is to examine the enhancement of the competitiveness of creative industries based on information technology and good corporate governance in Central Java. In this research, it is expected to find the right selection of information technology and the application of good corporate governance in an effort to improve the competitiveness of the creative industries in the handicraft sub-sector in Central Java. The sampling technique using purposive sampling method and get 112 respondents as samples that meet all the criteria. The analytical tool used to test the hypotheses in this study uses the Structural Equation Model. The results of this study indicate that it is necessary to utilize the development of information technology and the application of good corporate governance in an effort to increase the company's market competitiveness which will impact on improving company performance. In addition, transparency and accountability are also needed to build stakeholder's trust.

Keywords : *Competitiveness, Company performances, Good corporate governance, Information technology*

Pendahuluan

Pergeseran dari era pertanian kemudian era industrialisasi, dan disusul era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi serta globalisasi ekonomi memunculkan era ekonomi kreatif. Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, adalah harapan bagi perbaikan ekonomi untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Pengembangan industri kreatif tak terpisahkan dari ekonomi kreatif yang diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsa secara signifikan. Pemerintah

*) *Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*

mulai mengembangkan setiap sub sektor industri kreatif yang memiliki potensi cukup baik, karena memiliki sumber daya insani kreatif dan kaya warisan budaya. Permasalahan yang perlu mendapat perhatian utama menurut Departemen Perdagangan tahun 2008, adalah kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku industri kreatif, iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha, penghargaan/partisipasi terhadap insan dan karya kreatif yang dihasilkan, percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi serta lembaga pembiayaan yang mendukung pelaku industri kreatif.

Pada usaha kecil dan menengah, peran *Information Communication Technology* (ICT) dapat digunakan sebagai alat bisnis untuk mengurangi biaya, membuat hubungan yang kuat dengan pelanggan, menciptakan inovasi dan memfasilitasi ceruk pasar (Kutlu dan Özturan, 2009). ICT dalam proses bisnis digunakan dalam rangka untuk mengatasi tantangan dalam lingkungan bisnis di UKM (Ongori (2009).

Industri kreatif di Indonesia memiliki peran besar dalam menyumbang pendapatan negara, terbukti kontribusi pada pendapatan domestik bruto rata-rata 7,8 persen per tahun atau setara dengan 140 triliun rupiah dan tidak boleh dianggap sebelah mata karena mampu menyerap tenaga kerja sekitar 7,4 juta orang. Sejak tahun 2004 sampai 2010 ekspor industri kreatif mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan tahunan tertinggi 12 persen dan mencatat nilai ekspor 131 triliun rupiah pada tahun 2010, dan diharapkan pada tahun 2025 industri kreatif menyumbang 11 persen pada PDB dan 12-13 persen untuk ekspor (<http://citraindonesia.com/kemendag-genjot-industri-kreatif>).

Berdasarkan studi pemetaan industri kreatif oleh Departemen Perdagangan RI tahun 2008, diperoleh informasi kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia dibedakan berdasarkan 5 indikator utama, yaitu poduk domestik bruto, ketenagakerjaan, jumlah perusahaan, ekspor dan dampak terhadap sektor lain. Industri kreatif memiliki sumbangan yang cukup signifikan terhadap pendapatan domestik bruto nasional, penyerapan tenaga kerja dan nilai ekspor, sehingga upaya peningkatan daya saing terus diupayakan.

Dalam era globalisasi untuk meningkatkan daya saing industri kreatif sangat memerlukan dukungan teknologi informasi yang sesuai guna mendukung kegiatan usaha serta penerapan *good corporate governance* akan meningkatkan citra di mata *stakeholder*. Keberhasilan perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip *Corporate Governance* menyebabkan peningkatan citra perusahaannya, mendapatkan prestise di mata investor asing, dan meningkatkan mekanisme kontrol internal dan eksternal (Atakan, 2008).

Pengembangan kepribadian dalam kewirausahaan berkaitan erat dengan kinerja bisnis, sehingga para pengusaha industri kreatif harus merubah paradigma untuk menjadi lebih memiliki karakteristik kewirausahaan dan juga mengubah budaya mereka dalam konteks seni berbasis kinerja ke kewirausahaan berbasis kinerja. Selain itu, pengusaha harus kreatif mengubah budaya hidup mereka yang berorientasi pada keuntungan dan berorientasi pelanggan. Oleh karena itu pengusaha industri kreatif yang baik adalah individu yang memiliki kemampuan mengambil tantangan, kompetitif, strategis dan memiliki keinginan yang kuat dalam pencapaian bisnis (Halim, 2011). Sumber keunggulan kompetitif dalam sebuah organisasi tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal dan internal tetapi sumber keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan telah dianggap sebagai faktor menuju sukses (Wang, Wen-Cen, 2011).

Pada penelitian ini diharapkan dapat menemukan pemilihan teknologi informasi yang tepat serta aplikasi *good corporate governance* dalam upaya meningkatkan daya saing industri kreatif sub sektor kerajinan di Jawa Tengah. Hasil temuan penelitian ini diharapkan terbentuk sebuah model meningkatkan daya saing industri kreatif berbasis teknologi informasi dan *good corporate governance*.

Studi Pustaka

Industri kreatif

Dewasa ini telah terjadi pergeseran dari era industrialisasi ke era informasi dan akhir-akhir ini muncul era ekonomi kreatif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta era globalisasi ekonomi telah mendorong perkembangan manusia untuk berbuat lebih kreatif. Perkembangan industri telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang murah dan efisien, sehingga perkembangan teknologi membuat manusia menjadi semakin produktif (*value added*). Pada industri kreatif berfokus pada penciptakan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual.

Teknologi Informasi

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memiliki potensi luar biasa untuk berkontribusi pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam bisnis. Kutlu dan Özturan (2009), berpendapat bahwa Usaha Kecil dan Menengah, peran *Information Communication Technology* (ICT) dapat digunakan sebagai alat bisnis untuk mengurangi biaya,

membuat hubungan yang kuat dengan pelanggan, menciptakan inovasi dan memfasilitasi ceruk pasar. Ongori (2009) juga menyatakan bahwa UKM dipaksa untuk mengadopsi ICT dalam proses bisnis mereka dalam rangka untuk mengatasi tantangan dalam lingkungan bisnis.

Pada usaha kecil teknologi informasi yang berorientasi pasar ada hubungan penggunaan internet untuk komunikasi, transaksi, kebijakan strategi yang fleksibel, akan tetapi TI berorientasi pasar tidak memoderasi hubungan antara penggunaan internet untuk transaksi dan fleksibilitas strategis (Celuch, 2011). TI dapat meningkatkan kemampuan kelincihan perusahaan dan membangun organisasi yang tangkas (Ying Lu, 2011). Peningkatan efektivitas diri akan meningkatkan kreativitas dan tingkat kemampuan teknologi (Wu Chao Sen, 2011).

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan proses penyaluran data atau informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu. Beberapa teknologi yang berinteraksi untuk membuat sistem tanggap cepat antara lain adalah *Electronic Data Interchange (EDI)* yang melakukan dokumen bisnis komputer ke komputer melalui jaringan komunikasi, *Electronic Mail (E-Mail)* yang mencakup pengiriman teks dan *file* melalui komunikasi elektronik, *Just In Time (JIT)* merupakan suatu konsep dengan meniadakan persediaan, *Computer Integrated Manufacturing (CIM)* yang melakukan proses produksi secara otomatis misalnya: *CAM*, *CAD*, dan *Electronic Funds Transfer (EFT)* yang merupakan sistem pembayaran yang pemrosesan dan komunikasinya dilakukan secara elektronik. Industri keuangan dan perbankan menggunakan *FedWire*, *Clearing House Interbank Payment System (CHIPS)* untuk memberikan layanan kepada pelanggannya.

Pemanfaatan teknologi berhubungan dengan perilaku menggunakan teknologi tersebut untuk menyelesaikan tugas. Teori sikap dan perilaku (*theory of attitudes and behaviour*) yang dikembangkan oleh Triandis (1980) menyatakan bahwa pemanfaatan komputer personal atau PC (*personal Computer*) oleh pemakai yang memiliki pengetahuan di lingkungan yang dapat memilih (*optional*) dipengaruhi afeksinya (*affect*) terhadap pemanfaatan PC, norma sosial (*social norms*) tempat kerja yang memanfaatkan PC, kebiasaan (*habbit*) sehubungan dengan pemanfaatan komputer, Konsekuensi individual yang diharapkan (*consequencies*) dari pemanfaatan PC.

Menurut teori tersebut, faktor sosial (*social factor*) merupakan internalisasi kultur subyektif kelompok persetujuan interpersonal tertentu yang dibuat individu dalam situasi

sosial tertentu. Kultur subyektif berisi norma (*norms*), peran (*role*), dan nilai-nilai (*values*). Sedang afeksi (*affect*) berhubungan dengan perasaan senang, kegembiraan atau depresi, kemuakan, ketidaksenangan atau kebencian individu terhadap tindakan tertentu. Kompleksitas (*complexity*) adalah tingkat dimana inovasi dipersepsikan sesuatu yang relatif sulit untuk diartikan dan digunakan. Dalam konteks adopsi inovasi, kompleksitas mempunyai hubungan yang negatif dengan pemanfaatan teknologi (Rogers dan Shoemaker, 1971) . Pengeluaran promosi melalui internet memberikan dampak positif bagi pertumbuhan pendapatan, penggunaan internet untuk distribusi produk mengalami pertumbuhan penjualan (Rasheed, 2009).

Kesesuaian tugas (*job fit*) berhubungan dengan kemampuan individu menggunakan PC. Dimensi ini mengukur tingkat kepercayaan individual bahwa pemanfaatan PC dapat meningkatkan kinerja mereka (Thompson *et al.*,1991). Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) dalam teori Triandis dinyatakan sebagai faktor obyektif yang ada di lingkungan kerja yang memberikan kemudahan bagi pemakai untuk memanfaatkan PC.

Thompson *et al.* (1991) yang menguji sebagian model pemanfaatan PC berdasarkan teori Triandis, menyimpulkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara faktor sosial, kesesuaian tugas dan konsekuensi jangka panjang dengan pemanfaatan teknologi. Sebaliknya afeksi mempunyai hubungan yang tidak signifikan bahkan kompleksitas dan kondisi yang memfasilitasi mempunyai hubungan yang negatif dengan pemanfaatan teknologi.

Good Governance

Salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan/organisasi adalah dengan cara menerapkan *Good Corporate Governance (GCG)*. Perusahaan kecil masih berusaha memperluas pasar luar negeri sebagai sarana untuk memanfaatkan pengetahuan unik yang mereka miliki agar berpotensi mengurangi biaya dengan mengembangkan skala ekonomi atau sumber daya serta memanfaatkan pelanggan luar negeri untuk mengurangi kompetitif, memperoleh produk baru dan pengetahuan pasar (Christian , 2009).

Penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* merupakan pedoman bagi Komisaris dan Direksi dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dengan dilandasi moral yang tinggi, kepatuhan kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial perseroan terhadap pihak yang berkepentingan

(stakeholders) secara konsisten. Keberhasilan perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip *Corporate Governance* menyebabkan peningkatan citra perusahaannya, mendapatkan prestise di mata investor asing, dan meningkatkan mekanisme kontrol internal dan eksternal (Atakan, 2008).

Dalam teori keagenan (*agency theory*) dijelaskan bahwa secara ideal, agen dapat dipercaya untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam memaksimalkan kemakmuran. Namun kenyataannya, karena adanya informasi asimetri dimana agen mempunyai informasi yang lebih banyak dibanding pemilik, maka agen akan menggunakan kekuatan yang mereka miliki untuk mengutamakan kepentingan mereka dibanding kepentingan pemilik (Jensen, 1986).

Dalam perjalanan waktu, masalah keagenan semakin kompleks, dimana masalah keagenan tidak hanya terjadi antara manajer dengan pemilik, tetapi juga antara pemegang saham dengan kreditur. Antara pemegang saham dengan *stakeholders* seperti : pemasok, karyawan dan *stakeholders* yang lain (Shleifer dan Vishny, 1997; Zhuang, *et.al* 2000; Ariyoto, 2000). Adanya konflik keagenan yang semakin kompleks ini kemudian diperlukan *good corporate governance*, agar kepentingan berbagai pihak yang terlibat dengan lembaga tidak dirugikan.

Competitive Advantage

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan proses dinamis, sehingga harus dilakukan secara berkesinambungan. *Competitive advantage* menggambarkan suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan perusahaan lain walaupun mereka bergerak dilingkungan industri yang sama (Ali Hasan, 2009). Kepercayaan telah digambarkan sebagai sumber keunggulan kompetitif, nilai organisasi dan penciptaan kekayaan (Caldwell, 2010). Berbagai riset *competitive advantage* dan *market oriented* terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis keseluruhan.

Competitive advantage akan diperoleh bila kegiatan yang dilaksanakan memiliki *lower cost* atau lebih unggul dibanding pesaingnya dan total *competitive advantage* merupakan kombinasi keunggulan *cost* dan diferensiasi yang dihasilkan oleh berbagai elemen mata rantai antara nilai pelanggan (*customer delivered value*) (Barney 1996, Coyne, 1995, Day 1994). Moderasi keunggulan bersaing antara orientasi belajar dengan kinerja tidak berbeda antara perusahaan besar dan kecil (Martinetee, 2009).

Pertahanan *competitive advantage* yang terbaik pada sebuah bisnis sangat tergantung pada pertahana sumber daya dan skill unik yang dimiliki perusahaan. Posisi *competitive advantage* yang mampu bertahan merupakan kunci superioritas kinerja bisnis jangka panjang. Posisi *advantage* yang kuat akan menciptakan nilai yang dipersepsikan pelanggan lebih tinggi dari yang lain dan mampu menciptakan biaya yang relatif rendah dan pada akhirnya mendorong tercapainya deferensiasi kerja, yang didukung oleh skill yang berorientasi pada pasar dan sumber daya perusahaan.

Penentu keberhasilan usaha kecil adalah faktor struktural dalam memenuhi keuntungan dan lokasi serta keunikan usaha (Chawla, 2010). Menurut Porter (dalam Mudrajat Kuncoro,2006) keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber yaitu melalui keunggulan menciptakan biaya rendah (*cost leadership*), atau kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (*defferentiation*) dibanding pesaingnya.

Kinerja

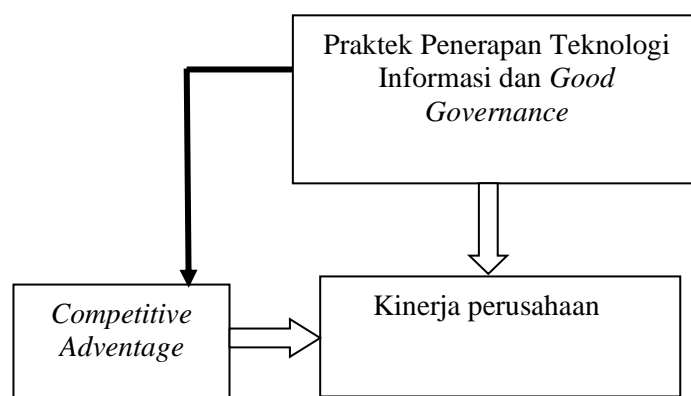
Penilaian kinerja suatu bisnis, harus diperhitungkan konsekuensi keuangan dan ekonomi dari keputusan manajemen yang mempengaruhi investasi, operasional dan pembiayaan (Mudrajat Kuncoro, 2006). Sumber intern keunggulan kompetitif mencakup berbagai bidang, yang penting keunggulan kompetitif dalam sebuah organisasi tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal dan internal tetapi sumber keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan telah dianggap sebagai faktor menuju sukses (Wang,Wen-Cen,2011) Kinerja perusahaan diukur dalam waktu tertentu dan menunjukkan kesuksesan dan efeisiensi suatu perusahaan. Setiap aktivitas perusahaan telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang dibuat dapat dilaksanakan dengan tepat atau tidak. Pelham & Wilson (1996) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dan pengembangan pasar, dimana kinerja dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pasar. Kinerja ekspor bagi perusahaan kecil dilakukan dengan mengembangkan keahlian memahami pasar, membangun jaringan distribusi yang kuat dan mengelola ekspor secara efektif (Eliot, L. 2009). Ada korelasi antara kepribadian kewirausahaan dengan kinerja bisnis, akan tetapi korelasi mengungkapkan bahwa moderating inisiatif pemerintah berkorelasi lebih rendah terhadap hubungan kewirausahaan kepribadian dan kinerja bisnis (Halim, 2011).

Pengukuran kinerja hendaknya menggunakan ukuran yang beragam (*multiple measures*) (Bhargava et al, 1994), sedangkan Sapienza et al (1998), mengemukakan

ukuran kinerja berbasis akuntansi dan keuangan memiliki kekurangan disebabkan bervariasinya metode akuntansi, juga di sebabkan adanya kecenderungan memanipulasi angka dari pihak manajemen, sehingga dimungkinkan menggunakan ukuran subjektif yaitu mendasarkan persepsi manajer (Beal, 2000). Ukuran kinerja subjektif memiliki reliabilitas dan validitas yang tinggi, dan dimensi pengukuran kinerja adalah pertumbuhan (growth), kemampuan (profitability) serta efisiensi (Murphy, et. al., 1996). Barkham et. al., (1990), menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja yang lazim dan telah menjadi konsensus sebagai ukuran dimensi pertumbuhan yang terbaik.

Bagan Alir Penelitian

Berdasarkan latar belakang akan di sajikan bagan kerangka penelitian dari sebagai berikut :



Hipotesis :

- H1 : Semakin baik pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin tinggi daya saing perusahaan
- H2 : Semakin baik menerapkan good corporate governance, maka akan semakin tinggi daya saing perusahaan
- H3 : Semakin baik pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan
- H4 : Semakin baik penerapan good corporate governance, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan
- H5 : Semakin baik daya saing perusahaan, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah semua industri kreatif yang difokuskan pada sub sektor kerajinan di JawaTengah. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, melalui dua tahap.

Tahap pertama memilih 6 kabupaten/kota terpilih yang banyak memiliki industri kreatif sub sektor kerajinan yaitu Kabupaten Semarang, Kudus, Jepara, dan Pekalongan. Pada tahap kedua adalah pengambilan sampel pada industri kreatif sub sektor kerajinan di kabupaten/kota terpilih dan mendapatkan 112 responden sebagai sampel, serta mereka bersedia partisipasi pada penelitian ini. Adapun yang menjadi pertimbangan pemilihan sampel adalah industri kreatif sub sektor kerajinan yang beroperasi lebih dari satu tahun dan memanfaatkan teknologi informasi serta melaksanakan *good corporate governance*.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini akan menggunakan instrumen kuesioner untuk mendeskripsi variabel, agar setiap variabel mudah dipahami. Kemudian setiap variabel dan indikatornya akan diuji validitas maupun realibilitasnya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah Skala Likert. Dalam rangka untuk mendapatkan data yang akurat sebanyak 121 pelaku industri kreatif, maka metode pengumpulan data akan dilakukan melalui pengiriman kuesioner ke pelaku industri kreatif sub sektor kerajinan di enam kabupaten/kota terpilih untuk melakukan wawancara secara mendalam, sehingga bila terjadi ketidakjelasan kuesioner dapat segera ditindaklanjuti. Selain pengumpulan data melalui kuesioner perlu adanya kunjungan langsung ke lapangan untuk mendapat kondisi riil industri kreatif di lapangan.

Teknik Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Model* dengan pertimbangan bahwa SEM memiliki kemampuan untuk menggabungkan measurement model dengan structural model secara simultan dan efisien bila dibandingkan dengan teknik multivariate lainnya (Hair et al (1998)). Penggunaan model persamaan tersebut dengan aplikasi program "*Partial Least Squares (PLS)*". Blok dengan indikator refleksif dapat ditulis persamaan sebagai berikut:

$$X_1 = \lambda_{x1\xi_1} + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{x2}\xi_2 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{x3}\xi_3 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{x4}\xi_4 + \delta_4$$

$$X_5 = \lambda_{x5}\xi_5 + \delta_5$$

Untuk variabel laten endogen dengan indikator reflektif, maka persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_1 = \lambda_{y1}\eta_1 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{y2}\eta_2 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{y3}\eta_3 + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{y4}\eta_4 + \varepsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{y5}\eta_5 + \varepsilon_5$$

Dimana notasi pada PLS adalah sebagai berikut:

ξ = Ksi, variable laten eksogen

η = Eta, variable laten endogen

λ_x = lamnda (kecil), loading factor variable laten eksogen

λ_y = lamnda (kecil), loading factor variable laten endogen

δ = delta (kecil), galat pengukuran pada variable laten eksogen

ε = epsilon (kecil), galat pengukuran pada variable laten endogen

Hasil

Tabel 1. Hasil Uji PLS

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
TI -> CA	0.133	0.164	0.151	1.983
GCG -> CA	0.282	0.287	0.154	3.832
TI -> Kinerja	0.803	0.822	0.106	7.552
GCG -> Kinerja	0.171	0.174	0.207	2.826
CA -> Kinerja	0.413	0.102	0.072	5.186

Sumber data : Data primer yang diolah 2019.

Semakin baik pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin tinggi daya saing perusahaan

Berdasarkan hasil uji PLS pada gambar 4.1 dan tabel 4.13 diperoleh nilai t sebesar 1,983 dan nilai koefisien estimasi sebesar 0,133. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1.96), yang berarti Hipotesis (Ha) yang menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap competitive advantage diterima pada level signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan bahwa untuk membangun daya saing pasar perusahaan perlu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Pemanfaatan teknologi informasi yang sesuai dengan karakteristik usaha serta pemanfaatan informasi yang sesuai level kebutuhan informasi akan memberikan kemudahan dalam membangun jaringan komunikasi dengan konsumen, pemasok, dan pihak lain yang berkepentingan. Teknologi informasi terus berkembang, maka industri kreatif diharapkan terus mengikuti perubahan teknologi sesuai dengan kebutuhan, serta mampu memanfaatkan teknologi informasi sesuai level informasi yang dibutuhkan bagi pengembangan usaha. Pemanfaatan teknologi informasi akan meningkatkan efisiensi biaya, inovasi produksi dan kemudahan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing serta memudahkan membangun jaringan kerja sama dengan pelanggan atau meningkatkan daya saing usaha.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Celuch (2011), bahwa pada usaha kecil penggunaan teknologi informasi yang berorientasi pasar berhubungan dengan penggunaan internet untuk komunikasi, transaksi, kebijakan strategi yang fleksibel. Kutlu dan Özturan (2009), bahwa *Information Communication Technology* (ICT) dapat digunakan sebagai alat bisnis untuk mengurangi biaya, membuat hubungan yang kuat dengan pelanggan, menciptakan inovasi dan memfasilitasi ceruk pasar. Sejalan juga dengan penelitian Ongori (2009), ICT dalam proses bisnis untuk mengatasi tantangan dalam lingkungan bisnis.

Semakin baik menerapkan good corporate governance, maka akan semakin tinggi daya saing perusahaan

Berdasarkan hasil uji PLS pada gambar 4.1 dan tabel 4.13 diperoleh nilai t sebesar 3,832 dan nilai koefisien estimasi sebesar 0,282. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1.96), yang berarti Hipotesis (Ha) yang menyatakan bahwa good corporate governance berpengaruh terhadap competitive advantage diterima pada level signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan untuk membangun daya saing pasar perusahaan perlu menerapkan good corporate governance.

Industri kreatif yang memiliki kemandirian cukup kuat akan mampu mengembangkan usaha dengan menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang murah serta efisien, sehingga membuat insan industri kreatif menjadi semakin produktif. Insan industri kreatif lebih menekankan pada penciptakan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual akan menjadikan semakin mandiri dan bertanggung jawab. Bagi industri kreatif transparansi dan akuntabilitas sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan dengan stakeholders, dan diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar. Penerapan good corporate governance akan meningkatkan kepercayaan pada stakeholders, dan diharapkan akan terjadi efisiensi biaya, mendorong inovasi produksi dan kemudahan menciptakan produk baru yang berbeda dengan pesaing serta memudahkan membangun jaringan kerja sama dengan pelanggan dan akhirnya meningkatkan daya saing usaha.

Temuan ini sejalan hasil penelitian Atakan (2008) dan Christian (2009), bahwa keberhasilan perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip Corporate Governance menyebabkan peningkatan citra perusahaannya, mendapatkan prestise di mata investor asing, dan meningkatkan mekanisme kontrol internal.

Semakin baik pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil uji PLS pada gambar 4.1 dan tabel 4.13 diperoleh nilai t sebesar 7,552 dan nilai koefisien estimasi sebesar 0,802. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1.96), yang berarti Hipotesis (H_a) yang menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja diterima pada level signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan perlu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Bagi industri kreatif pemanfaatan teknologi informasi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhannya akan memudahkan dalam membangun jaringan komunikasi dengan berbagai pihak. Industri kreatif diharapkan terus mengikuti perubahan teknologi yang berkembang sesuai dengan kebutuhan, serta mampu memanfaatkan teknologi informasi sesuai level informasi yang dibutuhkan.

Pemanfaatan teknologi informasi yang sesuai akan memberikan kemudahan dalam membangun jaringan komunikasi dengan konsumen, mendorong tumbuhnya penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan atau kinerja perusahaan. Hasil temuan

tersebut sesuai dengan penelitian Rasheed (2009), bahwa pengeluaran promosi melalui internet memberikan dampak positif bagi pertumbuhan pendapatan, penggunaan internet untuk distribusi produk mengalami pertumbuhan penjualan.

Semakin baik penerapan good corporate governance, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil uji PLS pada gambar 4.1 dan tabel 4.13 diperoleh nilai t sebesar 2,826 dan nilai koefisien estimasi sebesar 0,171. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1.96), yang berarti Hipotesis (Ha) yang menyatakan bahwa good corporate governance berpengaruh terhadap kinerja diterima pada level signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan perlu memanfaatkan perkembangan good corporate governance.

Kemandirian yang dimiliki pelaku industri kreatif dalam mengembangkan usaha dengan menciptakan pola kegiatan baik, dibidang produksi, distribusi maupun penciptaan pola kerja yang efisien dan murah, membuat insan industri kreatif menjadi semakin produktif dan kuat. Penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual akan menjadikan semakin mandiri dan bertanggung jawab. Transparansi dan akuntabilitas bagi pelaku industri kreatif sangat diperlukan dalam membangun kepercayaan dengan stakeholders.

Penerapan good corporate governance akan meningkatkan kepercayaan pada stakeholders, dan diharapkan akan tercipta efisiensi biaya produksi, sehingga dapat menurunkan harga jual produk. Inovasi produksi terus dilakukan untuk menciptakan produk baru yang berbeda dengan pesaing serta meningkatkan jaringan kerja sama dengan pelanggan selalu dilakukan untuk meningkatkan daya saing usaha. Demikian juga hasil penelitian Atakan (2008) dan Christian (2009), bahwa keberhasilan perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip Corporate Governance menyebabkan peningkatan citra perusahaannya, mendapatkan prestise di mata investor asing.

Semakin baik daya saing perusahaan, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan

Berdasarkan hasil uji PLS pada gambar 4.1 dan tabel 4.13 diperoleh nilai t sebesar 5,186 dan nilai koefisien estimasi sebesar 0,413. Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1.96), yang berarti Hipotesis (Ha) yang menyatakan bahwa competitive advantage berpengaruh terhadap kinerja diterima pada level signifikansi

5%. Hasil ini mengindikasikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan perlu membangun daya saing pasar yang kuat.

Strategi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dapat dilakukan melalui efisiensi biaya agar dapat menekan harga jual, membuat produk yang unik dan berbeda dengan pesaing. Pelaku industri kreatif diharapkan terus melakukan inovasi produksi agar mampu menghasilkan produk baru sesuai dengan selera konsumen serta membangun jaringan kerja sama dengan konsumen, dan kegiatan ini dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan. Peningkatan daya saing perusahaan akan memberikan kemudahan dalam membangun jaringan komunikasi dengan konsumen, mendorong tumbuhnya penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan atau kinerja perusahaan.

Temuan tersebut mendukung pendapat Ali Hasan (2009), *Competitive advantage* menggambarkan suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan perusahaan lain walaupun mereka bergerak dilingkungan industri yang sama. Keunggulan kompetitif pada perusahaan kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (Swamy, 2011). Demikian juga temuan Cen (2011), keunggulan kompetitif dalam sebuah organisasi tidak hanya ditentukan oleh faktor external dan internal tetapi keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan telah dianggap sebagai faktor menuju sukses. Temuan ini juga sejalan dengan temuan Martinetee,(2009), keunggulan bersaing berhubungan dengan orientasi belajar dengan kinerja, demikian juga Pelham & Wilson (1996) mengemukakan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dan pengembangan pasar.

Tabel 2. Pengaruh langsung dan tidak langsung

	Pengaruh langsung	Pengaruh tdk langsung
Teknologi informasi – competitive advantage	0.133	
Competitive advantage – kinerja	0.413	
Teknologi informasi – Kinerja	0.803	0.055

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh langsung teknologi informasi terhadap kinerja sebesar 0,803 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,055 (0,133 x 0,413). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. *Competitive advantage* bukan merupakan intervening dari teknologi informasi terhadap kinerja.

Tabel 3. Pengaruh langsung dan tidak langsung

	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung
Good corporate governance – Competitive advantage	0,282	
Competitive advantage – kinerja	0,413	
Good corporate governance - kinerja	0,171	0.116

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh langsung good corporate governance terhadap kinerja sebesar 0,171 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,116 ($0,282 \times 0,413$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Dengan demikian competitive advantage bukan merupakan intervening dari good corporate governance terhadap kinerja.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini berisikan suatu model yang menguji pengaruh teknologi informasi, *good corporate governance* dan *competitive advantage* terhadap kinerja karyawan di industri kreatif. Untuk lebih jelasnya kesimpulan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk membangun daya saing pasar perusahaan perlu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi
2. Untuk membangun daya saing pasar perusahaan perlu menerapkan good corporate governance.
3. Pemanfaatan teknologi informasi yang tepat akan memberikan kemudahan dan mendorong tumbuhnya penjualan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan atau kinerja perusahaan
4. Transparansi dan akuntabilitas bagi pelaku industri kreatif sangat diperlukan dalam membangun kepercayaan dengan stakeholders dan akan meningkatkan kepercayaan pada stakeholders.
5. Peningkatan daya saing perusahaan akan memberikan kemudahan dalam membangun jaringan komunikasi dengan konsumen, mendorong tumbuhnya penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan atau kinerja perusahaan.

Saran bagi peneliti berikutnya supaya dapat menggunakan variabel lain yang dapat digunakan untuk melihat pengaruhnya terhadap kinerja selain teknologi informasi, *good corporate governance* dan *competitive advantage*.

Daftar Pustaka

- Apulu, and Latham, Ann., 2011, *Drivers for Information and Communication Technology Adoption: A Case Study of Nigerian Small and Medium Sized Enterprises* *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 5; p 51-60
- Atakan . S, Zeynep Özsoy and Beyza Oba, 2008, *Human Systems Management : Implementation of good corporate governance in Turkey: The case of DoganYayın Holding, Turkey.*
- Arikunto, Suharsini, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Renika Cipta.
- Ali Hasan, 2008, *Marketing*, MedPress, Yogyakarta
- Barney,Jay B, 1996, *Strategic Factor Markets ; Expectations and Business strategy : Management Science*, 32 (oktober) 123-141.
- Ceng-W, Wang, 2011, *Types of Competitive Advantage and Analysis*, *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 5; May 2011
- Candwell.C, Hansen. Mark, 2010, *Trustworthiness, Governance, and Wealth Creation*, *Journal of Business Ethics* , 97:173–188
- Christian H., Joseph P. Cannon, Harley Krohmer, and Ingo Kiedaisch, 2009, *Governance of International Business Relationships: A Cross-Cultural Study on Alternative Governance Modes*, *Journal of International Marketing*, Vol. 17, No. 3, 2009, p. iii
- Chawla, K. Sudhir, at.al, 2010, *Are Small Business Critical Success Factor Same in Different Countries*, *SIES Journal of Management*, Vol.71: 1-12
- Chao, 2011, *Correlation Between Technological creativity Self efcacy and Knowledge Sharing Among Atletes*, *International Journal of Management and Marketing Research*, Volume 4.
- Celuch K and Murphy G, 2010, *SME Internet Use Strategic Flexibility : the moderating effect of IT Market Orientation*, *Journal of Marketing Management*, Vol. 26 No 5,page 131-145.
- Departemen Perdagangan: *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009 – 2025*

- Day, George S, 1994, *Market Driven strategi Proseses for Creating Value*.
- Darsono, Licen Indahwati, 2005, **Examining Information Technology Acceptance By Individual Professionals**, *Gajahmada International Journal of Bisnis*, May-Agustus, Vol. 7,pp 155-178
- Eliot, L., Nakos, G. Hadjimarcou, J, 2009, *Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms*, *Journal of International Marketing*, Vol. 17, No. 3, p. iv
- Executive Summary (2006), *Hasil Kajian Diputi Bidang Sumber daya Manusia UKM dan Koperasi* (<http://www.smeccda.com>)
- Ferdinand, A, 2006, *Structural Equations Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gunawan Sumodiningrat, 2003. *Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Menanggulangi Kemiskinan Terkait Dengan Kebijakan Otonomi Daerah*. (www.ekonomirakyat.org)
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- <http://www.posindonesia.co.id/home/index.php/extensions/gcg>
- <http://aguswibisono.com/2010/industri-kreatif-indonesia/>
- Halim. A, 2011, *The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry*, *Intemational Journal of Business and Management*, Vol. 6, p. 183-188.
- Izza Mafruhah, *Model Sinergitas Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis UKM* (<http://izzamfruhahion.com>)
- Kutlu, B., & Özturan, M, (2008), *The Usage and adopdon of IT among SMEs in Turkey: An exploratory and longitudinal study*, *Journal of Information Technology Management*, Volume XIX, Number 1,2008,
- Martinette. L. and Leeson, A, 2009, *A View Based On Organizational Size: How Competitive Advantage Moderates The Learning Orientation/Business Performance Relationship*, *International Journal of Global Management Studies*, Volume 1, p. 24-71.
- Mudrajat K, 2006, *Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta
- Mulyana, dan Sutapa (2008) , *Pengaruh Tugas Teknologi dan Kesesuaian Tugas Teknologi Terhadap Kinerja Manajer UKM di Semarang*, Hasil Penelitian.

- Mulyana,dkk (2007), *Pengaruh komunikasi, dan kepuasan terhadap kepercayaan dan dampaknya terhadap komitmen hubungan pemasaran jangka panjang*, *Jurnal Riset Bisnis Indonesia*
- Neill, 2006, *An Analysis of Factors Which Influence Small Businesses' Decision to Have a Website and to Conduct Online Selling*, *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge Vol. 8 Num. 2, p. 2004 - 2009
- Nunung Ghoniyah (2010), *Peran Good Governance dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan berbasis Syariah di Jawa Tengah*, Hasil Penelitian.
- Ongori, H, (2009), *Role of information communication technologies adopdon in SMES: evidence from Botswana*. *Research Journal of Information Technology*, 1(2), 79-85
- Patten, Richard, Jay Rosengard, Don Johnston and Widjojo Koesoemo *“Improving Access to Financial Services for Low-Income Rural Households and Microenterprises in Indonesia: The Potential for Further Development of Local Government-Owned Financial Institutions,”* GTZ, November 2003
- Rastrick, K., & Comer, J. (2010). *Understanding ICT Based Advantages: A Techno Savvy Case Study.*, *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 5,2010.
- Rasheed and Howard, 2009, *Contrasting E-comemerce Business Models: Performance Implications for Small Enterprices*, *Journal of Developmental Entrepreneurship*,Vol. 14, No. 1 ,pp 89–101
- Smith. C., Wright S, Pickton, 2010, *Competitive Intelligence programmes for SMEs in France: evidence of changing attitudes*, *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 18, No. 7, page 523–536
- Smith R.Jamie, at al, 2010, *Competitive Intelligence programmes for SMEs in France: evidence of changing attitudes*, *Journal of Strategic Marketing*, Vol.18, No. 7,pp 523-536.
- Shore B. Joanna, at al, 2011, *Developing Business Policy Enhance Rural Small Business Competitive*, *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 17, Number 1.
- Steven F Kreft dan Russell S Sobe (2003), *Public Policy, Entrepreneurship, Economic Growth, Western Virginia* University.axharakis, *The Portable MBA in Entrepreneur*
- Sri Astuti, 2003, *Pengaruh Diversitas Pemanfaatan dan Lingkungan Pengembangan Kemanfatan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Pemakai : Ketidakpuasan Tugas Sebagai Variabel Moderasi*, *KOMPAK*,Januari-April. pp. 94-117.

- Susanto, Hendry Indriantoro, 199, *Analisis Pengaruh Faktor Kecocokan Teknologi dan Pemanfaatan Teknologi informasi Terhadap Kinerja Individu*, KOMPAK, Vol.18, pp. 95-115
- Wu Chao-Sen, at al, 2011, *Correlation Between technological Creativity, self Efficacy and Knowledge Sharing Among Athletes*, *International Journal and Marketing Research*, Vol.2, p 77-84
- Wijayanti, at al,2005, *Pengaruh Partisipasi Dalam Pengembangan Sistem Informasi terhadap Kinerja sistem informasi : Ketidakpastian Tugas sebagai Variabel Moderasi*, KOMPAK, No. 13, pp.69-88.
- Yosep, 2009, *Corporate Governance and Earnings Management in Family-Controlled Companies*, *Journal of Accounting, auditing & Finance*, p. 199-127
- Ying, Lu. at al, 2011, *Undersdtanding the Link Between Information Technology capability and Organnizational agility : An Empirical Examination*, *Journal MIS Quarterly*, Vol. 35 No. 4 pp. 931-954.