

ANALISIS PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PERUSAHAAN CV. PAMPAM DI ERA DIGITALISASI

Rizka Azkiya Megawati
Universitas Mayasari Bakti
azkiya.megawati@gmail.com

Harry Ramdhani Hadiano
Universitas Mayasari Bakti
harryrhadiano@gmail.com

Zia Ulhaq
Universitas Mayasari Bakti
ziul1933@gmail.com

naskah masuk: Oktober 2024, naskah diterbitkan: Desember 2024

Abstrak:

Teknologi informasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dan menjadi suatu tantangan yang dihadapi pada era digitalisasi yang saat ini terus berkembang. Teknologi informasi juga saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha, karena dapat mendorong inovasi di berbagai bidang dan merupakan salah satu strategi untuk dapat meningkatkan daya saing Perusahaan. Namun upaya peningkatan daya saing Perusahaan tersebut belum dilakukan secara efektif pada CV. Pampam, karena masih ada beberapa kendala yang dihadapi dalam menerapkan Teknologi Informasi, mengingat di era digitalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif. Maka dari itu, tujuan penelitian ini akan menganalisis bagaimana Penerapan Teknologi Informasi dalam peningkatan daya saing Perusahaan di era digitalisasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, terhadap Pimpinan Perusahaan Jasa Percetakan CV. Pampam.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Daya Saing, Digitalisasi.

Abstract:

Information technology is one of the most important things and is a challenge faced in the era of digitalization which is currently continuing to develop. Information technology is also interrelated and cannot be separated from the business world, because it can encourage innovation in various fields and is one strategy to increase the competitiveness of the Company. However, efforts to increase the competitiveness of the Company have not been carried out effectively at CV. Pampam, because there are still several obstacles faced in implementing Information Technology, considering that in this era of digitalization the arena of competition is increasingly competitive. Therefore, the purpose of this study will analyze how the Application of Information Technology in increasing the competitiveness of Companies in the era of digitalization. The type of research used in this study is qualitative research, on the Management of the Printing Services Company CV. Pampam.

Keywords: *Information Technology, Competitiveness, Digitalization.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan adanya perkembangan yang semakin meningkat, penerapan teknologi informasi sudah bukan hal yang baru lagi, bahkan peningkatan penggunaan teknologi informasi telah banyak berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, baik digunakan untuk kebutuhan individu maupun bisnis. Tujuan penerapan teknologi informasi bagi perusahaan adalah untuk mendapatkan rantai nilai dari teknologi informasi yang bermanfaat dalam semua aspek bisnis yang berorientasi kepada peningkatan efisiensi dan

produktivitas karyawan dan perusahaan untuk mendapatkan margin yang telah ditargetkan dengan resiko dan biaya yang seminimal mungkin (Mitariyani dan Setiari, 2023).

Teknologi informasi merupakan sebuah perangkat elektronik yang berfungsi untuk mengolah data seperti menyimpan informasi, memproses suatu data dengan akurat, tepat dan relevan (Rahma, M., dkk, 2021). Peran teknologi informasi dibidang manajemen bisnis mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi karyawan dan perusahaan khususnya. Pekerjaan yang selama

ini sedikit sulit dikerjakan dan memakan banyak waktu serta banyak kesalahan dengan adanya teknologi semua itu lebih mudah, cepat dan akurat (Taufik, A., dkk, 2022:8). Sehingga Teknologi informasi memiliki keterkaitan dan tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha, karena dapat mendorong inovasi di berbagai bidang dan merupakan salah satu strategi untuk dapat meningkatkan daya saing Perusahaan.

Daya saing dapat di definisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar (Rahmana, 2019). Kemampuan tersebut sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Sehingga setiap Perusahaan harus memiliki daya saing untuk tetap *survive* di dalam pasar persaingan. Banyak perusahaan kecil maupun besar yang juga memanfaatkan penerapan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnisnya, termasuk bisnis percetakan. Percetakan adalah usaha yang

bergerak dibidang jasa, dimana konsumen bisa mengirimkan desainnya sendiri untuk dicetak atau bisa juga meminta bantuan dari perusahaan untuk sekaligus mendesain dan langsung cetak.

Bisnis percetakan adalah salah satu sektor usaha kreatif yang semakin berkembang, begitu juga dengan CV. Pampam. Bisnis percetakan CV. Pampam merupakan Perusahaan jasa percetakan yang berada di kawasan Pancasila Kota Tasikmalaya yang menawarkan berbagai produk atau layanan mengenai sablon, digital printing, offsets, advertising, dan berbagai merchandise. Pada awalnya Pampam berdiri pada tahun 2010 dengan nama percetakan pampam.Corp. Namun pada tahun 2017, pampam beralih nama menjadi CV. Pampam. Sejak berdirinya Perusahaan sampai adanya perubahan nama tersebut penerapan teknologi informasi belum dilakukan secara efektif pada Perusahaan jasa percetakan CV. Pampam, karena secara umum

masih ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti pada keterbatasan waktu, biaya, dan kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang teknologi informasi, sehingga berdasarkan penjabaran diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana Perusahaan Jasa Percetakan CV. Pampam menerapkan Teknologi Informasi dalam peningkatan daya saing Perusahaan, khususnya pada era digitalisasi.

Teknologi informasi dapat dikatakan sebagai salah satu hal yang sangat penting dan menjadi suatu tantangan yang dihadapi pada era digitalisasi yang saat ini terus berkembang. Karena Era Digital merupakan masa dimana informasi dapat diperoleh dan disebarluaskan dengan cepat dan mudah (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan , 2018). Sehingga pada era digitalisasi saat ini, dalam suatu bisnis atau Perusahaan sudah memiliki kemampuan digital yang cukup untuk mendorong kemajuan suatu Perusahaan dan memudahkan

pada hal-hal yang berkaitan dengan perbaikan.

Upaya peningkatan daya saing Perusahaan melalui penerapan teknologi informasi memang penting untuk dilakukan pada era digitalisasi saat ini. Seperti halnya menurut penelitian oleh (Avriyanti, 2020), kendala yang terjadi bagi UKM di Kabupaten Tabalong adalah penguasaan teknologi para pengusaha yang masih rendah dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan e-commerce dalam bisnis mereka. Padahal, dengan memanfaatkan bisnis online konsumen menjadi lebih mudah mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Begitu juga dengan CV. Pampam, dalam upaya peningkatan daya saing Perusahaan belum dilakukan secara efektif, karena masih ada beberapa kendala yang dihadapi dalam menerapkan Teknologi Informasi, mengingat di era digitalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif. Sehingga diperlukan adanya peningkatan daya saing

Perusahaan agar lebih efektif. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Penerapan Teknologi Informasi dalam peningkatan daya saing Perusahaan jasa Percetakan CV. Pampam di era digitalisasi.

KAJIAN LITERATUR

Teknologi Informasi

Penerapan Teknologi Informasi yang efektif dan efisien merupakan sesuatu hal yang diinginkan bagi pelaku usaha atau bisnis untuk memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Hal tersebut demikian karena teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi agar dapat diakses oleh semua orang (Kadir, 2005).

Daya Saing

Setiap Perusahaan harus memiliki daya saing untuk tetap *survive* di dalam pasar persaingan. Hal tersebut demikian, karena daya saing dapat di definisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar (Rahmana, 2009). Sehingga akan ditinggalkan oleh pasar apabila Perusahaan tidak mempunyai daya saing, karena secara tidak langsung Perusahaan tidak akan bisa *survive* dalam jangka waktu yang panjang dikarenakan tidak memiliki keunggulan.

Digitalisasi

Dengan adanya era digitalisasi saat ini, keberadaannya memiliki manfaat yang sangat berguna untuk mempermudah dalam melaksanakan berbagai aspek, terutama dalam pekerjaan. Hal tersebut demikian, karena Era Digital merupakan masa dimana informasi dapat diperoleh dan disebarluaskan dengan cepat dan mudah (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018). Sehingga

pada era digitalisasi saat ini, dalam suatu bisnis atau Perusahaan sudah memiliki kemampuan digital yang cukup untuk mendorong kemajuan suatu Perusahaan dan memudahkan pada hal-hal yang berkaitan dengan perbaikan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah wawancara dan observasi. Wawancara, dalam Teknik pengumpulan data, wawancara dilakukan secara mendalam terhadap Pimpinan pada Perusahaan Jasa Percetakan CV. Pampam. Sedangkan Observasi, dalam Teknik pengumpulan data, observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap situasi dan kondisi yang ada pada objek penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum CV.Pampam

CV. Pampam merupakan Perusahaan jasa percetakan yang berada di kawasan Pancasila Kota Tasikmalaya yang menawarkan berbagai produk atau layanan mengenai sablon, digital printing, offsets, advertising, dan berbagai merchandise. Berdasarkan hasil wawancara dengan Owner CV. Pampam selaku informan, menjelaskan bahwa gambaran

umum Perusahaan Jasa Percetakan CV. Pampam, yaitu sebagai berikut :

"Iya, pada awalnya Pampam berdiri pada tahun 2010 namanya percetakan pampam.Corp. Namun pada tahun 2017, pampam beralih nama menjadi CV. Pampam. Sejak berdirinya Perusahaan sampai adanya perubahan nama tersebut penerapan teknologi informasi nya sih belum dilakukan secara efektif pada Perusahaan kami, karena masih ada beberapa kendala yang dihadapi".

Karyawan yang ada di CV.Pampam di seleksi sesuai dengan standar dan kemampuan di bidangnya masing-masing. Berdasarkan hal tersebut, menurut informan, mengenai karyawan yang ada di CV. Pampam ini adalah sebagai berikut:

"Alhamdulillah, semua karyawan yang ada di

Perusahaan kami semuanya udah diseleksi dulu, sesuai juga sama standar dan kemampuan di bidangnya masing-masing, jadi insyaallah nantinya akan menghasilkan kualitas produk dan layanan yang cukup baik. Selain itu setiap bagian juga diberikan jangka waktu dan pelatihan dulu, seperti pada bagian admin, desainer, bagian produksi, finishing, dan kurir".

Pada awalnya CV.Pampam memiliki 21 orang karyawan, dengan sarana dan prasarana yang lengkap untuk melakukan percetakan tersebut. Berikut pemaparan yang disampaikan oleh informan, sebagai berikut :

"Awalnya karyawan Pampam itu banyak, ada sampai 21 orang, namun yaa seiring dengan berjalannya waktu, CV. Pampam mengalami gulung tikar pada tahun 2018, nah.. sehingga p

waktu itu tersisa hanya 4 orang karyawan saja”.

Berdasarkan hal tersebut, banyak mesin dan alat-alat khusus juga yang mulai dijual oleh CV.Pampam. Disamping itu pada tahun 2018, kepemilikan CV. Pampam tersebut mulai dialihkan kepada anak pemilik tersebut sebagai penerus kepemilikan CV.Pampam sampai saat ini.

Analisa Penerapan Teknologi Informasi pada CV.Pampam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV.Pampam belum menerapkan Teknologi Informasi secara efektif. Namun hanya berupa pemasaran produk jasanya dengan memanfaatkan *digital marketing*. Pemanfaatannya berupa memposting produk di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan status Whatsaap. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Gita dan Zeffanya (2022), Hadi & Zakiah (2021) dan Saifuddin (2021) yang menyatakan bahwa *digital*

marketing adalah salah satu strategi yang efektif untuk menarik konsumen. Hal ini dikarenakan manfaat yang diperoleh tidak hanya sebatas tempat untuk mempromosikan produk dan kelengkapan informasi yang diperoleh, tetapi juga memungkinkan untuk penyebaran informasi yang lebih interaktif, menciptakan *awareness* terhadap perusahaan dan produk, serta memperoleh informasi sebagai acuan untuk melakukan riset pasar.

Berikut pemaparan yang disampaikan oleh informan mengenai Penerapan Teknologi Informasi, yaitu sebagai berikut :

”Setuju, penerapan IT itu memang bagus untuk Perusahaan, harusnya seperti itu ya, khususnya manfaat dari medsos itu sendiri. karena pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsaapp itu betul, dapat dikatakan sebagai penerapan teknologi

informasi dan wadah untuk menjual produk, dan yang paling penting itu merupakan langkah yang tepat bagi CV.Pampam”.

“Jelas, CV.Pampam menggunakan internet dalam melakukan layanan kepada konsumen, tidak hanya sekedar browsing saja, tapi dalam menggunakan email, juga penggunaan LAN, kurang lebih 70% an”.

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa Tingkat penggunaan internet CV.Pampam kurang lebih sebesar 70%, mulai dari browsing, penggunaan email, dan LAN. Minat konsumen untuk berbelanja tersebut, lebih banyak secara online, namun selanjutnya dilakukan secara offline. Jumlah minat konsumen, rata-rata menengah keatas, dari usia muda dan tua. Solusi dan harapan CV.Pampam yaitu ingin segera menerapkan teknologi informasi yang efektif di era digitalisasi saat

ini, mencari sumber daya manusia yang sesuai dengan kualifikasinya, dan penggunaan dana yang tidak terlalu besar.

Kendala dalam menerapkan Teknologi Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kendala yang dihadapi oleh CV.Pampam dalam menerapkan Teknologi Informasi. Berikut kendala yang dihadapi oleh informan dalam menerapkan Teknologi Informasi, dengan menggunakan media sosial, sebagai berikut :

“Kendalanya sih terjadi pada keterbatasan waktu dan biaya sebenarnya, ditambah kurangnya sumber daya manusia yang tidak memiliki keahlian di bidang teknologi informasi, pada akhirnya yaa dalam menjalankan kegiatan operasional CV.Pampam belum menerapkan teknologi informasi secara efektif”.

Pada tahun 2017, saat Pampam.Corp berubah bentuk menjadi CV.Pampam, sempat dilakukan penerapan *digital marketing*, namun tidak lama, adapun pemaparan yang disampaikan informan yaitu sebagai berikut :

“Awalnya sih Perusahaan kami belum menerapkan digital marketing, namun setelah berubah bentuk menjadi CV, kami mulai menerapkan digital marketing, seperti melalui whatsapp, facebook, dan Instagram, namun yaa dikarenakan gk ada yang ngelola medsos nya, jadi di tahun 2020, gk menerapkan digital marketing lagi pada akun CV.Pampam, tapi hanya pada media sosial saya saja (Owner CV. Pampam)”.

Pada era digitalisasi saat ini, meskipun CV.Pampam belum menerapkan Teknologi Informasi dengan efektif, namun masih tetap

bertahan, karena melakukan beberapa strategi, diantaranya yaitu dengan cara door to door dalam menawarkan produk jasa tersebut, sehingga langsung lebih dekat konsumen dan memiliki komunikasi yang baik. Disamping itu CV.Pampam memiliki konsumen tetap dalam lingkup besar, seperti Universitas Siliwangi, Kimia Farma, dan beberapa Lembaga / institusi lainnya di tasikmalaya. Sehingga dapat meningkatkan daya saing Perusahaan di era digitalisasi saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam peningkatan daya saing Perusahaan di era digitalisasi saat ini, CV.Pampam sempat didukung dengan penggunaan digital

marketing melalui media sosial, namun tidak lama.

- 2) Facebook, Whatsapp, dan Instagram, merupakan *digital marketing* melalui media sosial yang sempat digunakan oleh CV.Pampam.
- 3) Tingkat penggunaan internet CV.Pampam kurang lebih sebesar 70%, mulai dari browsing, penggunaan email, dan LAN.
- 4) Dalam menerapkan Teknologi Informasi, masih ada beberapa kendala yang dihadapi CV.Pampam, yaitu belum secara efektif dalam penerapan Teknologi Informasi di era digitalisasi saat ini, karena disebabkan oleh keterbatasan waktu, biaya, dan kurangnya sumber daya manusia yang tidak memiliki keahlian di bidang teknologi informasi, sehingga kurangnya pengetahuan bagian pemasaran tentang dunia pasar digital.

Saran yang diberikan, berdasarkan hasil penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) CV. Pampam diharapkan agar bisa lebih memaksimalkan pemasarannya, terutama dengan memanfaatkan media digital lainnya, seperti halnya Website, agar digunakan lebih *update* dalam peningkatan daya saing Perusahaan di era digitalisasi saat ini.
- 2) Perlu adanya kerja sama dengan *stakeholder*, dalam melakukan penerapan teknologi informasi, karena kedepannya akan menjadi kunci dalam peningkatan daya saing Perusahaan, khususnya pada era digitalisasi.
- 3) Penggunaan *digital marketing* yang dilakukan, perlu konsistensi dan memaksimalkan kembali dalam penggunaan media sosial Perusahaan, bukan akun pribadi owner.
- 4) Perlu dilakukan sosialisasi serta pembinaan dan edukasi mengenai penerapan teknologi

Informasi sebagai suatu strategi Pemasaran dalam meningkatkan daya saing Perusahaan CV.Pampam.

Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.

DAFTAR PUSTAKA

- Avriyanti, S. (2020). Peran *E-Commerce* untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di Era Industri 4.0 (Studi Pada UKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, Volume 4, No 1, 82-99.
- Darwanto., Khasanah, M., & Putri, A.M. (2021). Penguatan Literasi, Numerasi, Dan Adaptasi Teknologi Pada Pembelajaran Di Sekolah (Sebuah Upaya Menghadapi Era Digital Dan Disrupsi). *Jurnal Ekspone*, Volume 11, Nomor 2, 25 – 35.
- Gita, S., & Zeffanya, R.W (2022). Penerapan Digital Marketing sebagai strategi pemasaran Bakmi Tando 07. Vol. (1), 24-31.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi_Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Indrayani, Henny. Penerapan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Efektivitas, Efisiensi Dan Produktivitas Perusahaan, 48 – 56.
- Kadir, Abdul, dan Tera Ch Wahyuni (2005), *Pengenalan Teknologi*, Penerbit Andi, Jakarta.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan . (2018). *Seri Pendidikan Orang Tua : Mendidik Anak di Era Digital*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Mitariyani, N.W.E., Setiari, N.P. (2023). Penerapan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Produktifitas Secara Digital Pada Perusahaan Pt. Sinar Yasa Agung Perkasa. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*. Volume 2 Nomor 2, 1113 – 1118.
- Rahma, M., Yulis, E., Pratiwi, N., Susanto, N., Syofyan H. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mengembangkan Kompetensi Pedagogik

- Guru. *Jurnal Eduscience* Volume 6 Nomor 2, 97 – 105.
- Rahmana, Arief. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, B-11 – B-15.
- Rohimah, A. (2018). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 6 (2), 91-100.
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing: Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan E&P*, Bandung:Alfabeta
- Tambunan, S. F. A., Charos, SW.A., & Nurbaiti. (2023). Analisis Perbandingan Sebelum Dan Setelah Menggunakan Teknologi Informasi Dalam Bidang E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1 (3) (2023) 415-418.
- Taufik, A., Sudarsono, B.G., Budiyantra, A., Sudaryana, I.K., Muryono, T. T. (2022) *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta:Pena Persada.