

## PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING PADA COFFEE SHOP DI KOTA TASIKMALAYA

Ajang Muplihin<sup>1</sup>, Suci Putri Lestari<sup>2</sup>, Evilia Sri Yuniar<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email : [2002010149@unper.ac.id](mailto:2002010149@unper.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei, data diperoleh secara langsung melalui kuisioner kepada 85 responden yang merupakan sampel dari populasi *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Pengambilan sampel menggunakan cluster sampling, metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan inovasi produk dapat meningkatkan daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa teknologi informasi dan inovasi produk secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

**Kata Kunci : Teknologi Informasi, Inovasi Produk, Daya Saing**

### ABSTRACT

*The aim of this research is to determine and analyze the influence of information technology and product innovation on the competitiveness of coffee shops in Tasikmalaya City. The research method used is a quantitative method with a survey approach, data was obtained directly through questionnaires to 85 respondents who were samples from the coffeeshop population in Tasikmalaya City. Sampling used cluster sampling, data analysis method used multiple linear regression. The research results show that information technology and product innovation variables can increase the competitiveness of coffee shops in Tasikmalaya City. Based on the results of the analysis, it can be seen that information technology and product innovation simultaneously and partially have a significant effect on competitiveness.*

**Keywords : Information Technology, Product Innovation, Competitiveness**

### Article History

Received: Oktober 2024  
Reviewed: Oktober 2024  
Published: Oktober 2024

Plagirism Checker No 223  
DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musyitari.v1i2.365

**Copyright : Author**  
**Publish by : Musytari**



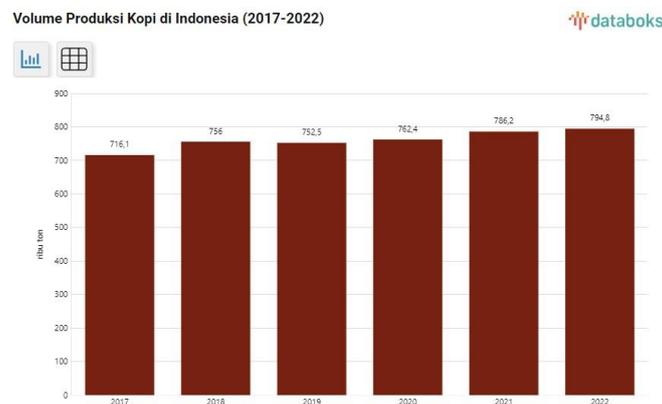
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas paling penting didunia, tidak hanya sebagai minuman tetapi juga sebagai produk yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Berdasarkan data dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) dalam Finaka (2023), produksi kopi global mencapai 170 juta kantong per 60kg kopi pada tahun 2022/2023. Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 dunia yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Sementara produsen terbesar global ditempati oleh Brazil yang memproduksi kopi sebanyak 62,6 juta kantong kopi, kemudian Vietnam menduduki peringkat ke-2 sebanyak 29,75 juta kantong kopi.

Menurut laporan Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Databoks 2023, produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022, meningkat 1,1% dibanding tahun sebelumnya. Gambar 1.1 menyajikan data volume kopi di Indonesia dari tahun 2017 sampai 2022.

**Gambar 1. Grafik Kopi Indonesia**



Meminum kopi telah menjadi gaya hidup yang baru dan tidak mengenal usia, dan tidak hanya sekedar minuman penghilang rasa kantuk tetapi juga sebagai sarana menunjukkan eksistensi mereka. Banyaknya peminat kopi di Indonesia ini menjadi keuntungan bagi pelaku usaha yang ada di bidang *coffee shop*. Di Indonesia sendiri sudah banyak *coffee shop* yang berdiri, apalagi di kota metropolitan dan pusat kota, sangat mudah sekali untuk dijumpai. Salah satunya di Kota Tasikmalaya, banyak kedai kopi atau *coffee shop* yang dapat kita temui sehingga berdampak pada perkembangan bisnis kopi yang ada di Kota Tasikmalaya.

Semakin banyak *coffee shop* di Kota Tasikmalaya membuat bisnis tersebut harus memiliki strategi untuk menghadapi persaingan. Karena banyaknya peminat di industri ini, banyak sekali yang menjual produk serupa. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin meningkat. Persaingan yang ketat di industri *coffee shop* disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi, perkembangan teknologi, dan arus informasi yang semakin cepat. Dengan keadaan pasar yang semakin dinamis, pemilik *coffee shop* harus terus berinovasi untuk mempertahankan pelanggannya.

Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada yang tekuat bertahan, maka dari itu akan selalu ada persaingan didalam bisnis. Dalam mempertahankan kehidupan dalam bersaing dibutuhkan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Teknologi adalah suatu jenis teknologi yang dapat digunakan untuk mengolah data, seperti mengubah, menyimpan, menyusun, mendapatkan, dan memproses

informasi yang berkualitas tinggi. Informasi ini akurat, relevan, dan aktual, dan juga dapat digunakan untuk keperluan pemerintah, bisnis, atau individu. Hal tersebut harus sesuai untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan (menurut Dalle, 2020:3). Indikator yang digunakan dalam variable teknologi informasi adalah *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak), dan *brainware* (manusia) menurut (Azhar Susanto, 2013; Zulkifli, 2021:11).

Saat ini, ada banyak teknologi yang dapat mempermudah operasi produksi. Teknologi yang lebih canggih juga dapat meningkatkan kredibilitas dan daya saing Perusahaan. Teknologi informasi memiliki peran penting dalam perusahaan yang salah satunya yaitu pada persaingan bisnis global (Mawarni et.al., 2022). Karena tuntutan pelanggan yang menginginkan kemudahan dan kecepatan menimbulkan berbagai permasalahan. Saat ini, teknologi informasi menjadi sangat penting untuk membantu bisnis *coffee shop*. Dengan memanfaatkan teknologi, Perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan kegiatan operasional serta transaksi dengan pelanggan akan menjadi lebih mudah dan lebih cepat.

Dari data yang didapatkan oleh penulis melalui survei ke beberapa *coffee shop* dan wawancara ke beberapa pelanggan *coffee shop* yang ada di Kota Tasikmalaya dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan dari segi teknologi informasi dan inovasi produk. Adapun permasalahan dari segi teknologi informasi meliputi banyaknya *coffee shop* yang belum memakai mesin kopi terbaru, dan banyaknya *coffee shop* yang belum menerapkan pemesanan lewat barcode tetapi masih pesan manual di kasir ataupun masih diorder sama waiters ke meja pelanggan. Kemudian, permasalahan dari segi inovasi produk ialah rata-rata *coffee shop* menawarkan menu yang sama dengan rasa dan tampilan yang hampir serupa. Maka dari itu, persaingan *coffee shop* tidak dapat dihindari lagi karena suatu produk akan berkembang dengan sangat cepat sehingga menjadi sulit untuk dibedakan dengan produk lainnya. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus melakukan inovasi dalam menghadapi permasalahan tersebut untuk membuat produknya menjadi lebih variatif atau produknya memiliki perbedaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Menurut Ismail (2023), manajemen diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, dan pengambilan keputusan untuk mengelola sumber daya yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan efektif dan efisien.

Sedangkan menurut Sudarsono (2020:2), manajemen pemasaran diartikan sebagai berikut: "manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien".

Dengan demikian, manajemen pemasaran ialah suatu proses manajerial yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dalam mencapai tujuan sebuah organisasi dengan cara yang efektif dan efisien untuk mendapatkan apa yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

## Teknologi Informasi

Teknologi informasi sangat penting dan dibutuhkan oleh manusia, baik dalam proses manajemen maupun dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman akan pengertian teknologi informasi ini sangat diperlukan agar bisa menelaah teknologi informasi dengan lebih jelas.

Ratnamurni et.al., (2018:51) teknologi informasi dapat diartikan sebagai berikut :

“Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, yang mencakup pengumpulan, pemrosesan, penyusunan, penyimpanan, dan manipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan actual yang digunakan untuk keperluan individu, bisnis, dan pemerintahan serta sebagai informasi yang efektif untuk pengambilan keputusan”.

Menurut William dan Sawyeer dalam Dalle (2020:1) :

“Teknologi informasi adalah suatu jenis teknologi yang terdiri dari gabungan jaringan komunikasi berkecepatan tinggi dengan komputer, yang mencakup data, suara, dan video”.

Dengan demikian, teknologi informasi adalah suatu bentuk teknologi yang memiliki manfaat meliputi pengolahan data, penerimaan data yang masuk, menyusun data sesuai aturan, penyimpanan data untuk mencegah kebocoran, memanipulasi data dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas yaitu berita atau informasi yang relevan, tepat waktu serta sempurna yang dipergunakan guna keperluan perorangan, perusahaan serta pemerintahan.

## Inovasi Produk

Untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, inovasi produk sangat penting karena produk yang berinovasi lebih baik dibandingkan dengan produk yang tidak memperbarui dirinya. Inovasi produk didefinisikan dalam Kamus Cambridge sebagai proses membuat produk baru atau memperbarui produk yang sudah ada.

Menurut Elfahmi dan Jatmika (2019) dalam Maylista et.al., (2022), inovasi produk dapat diartikan sebagai berikut :

“Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru atau modifikasi produk lama menjadi produk baru yang berfokus pada desain packaging, varian dan kualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga menjadikan produk lebih bernilai dan selangkah lebih maju dari pesaingnya”.

Menurut Murdianto (2019) :

“Inovasi produk adalah pengembangan produk baru dari produk lama dengan peningkatan kualitas”.

Dengan demikian, inovasi produk ialah cara yang paling efektif untuk memperoleh keunggulan kompetitif, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga menjadikan produk lebih bernilai dan selangkah lebih maju dari pesaingnya

## Daya Saing

Kemampuan untuk masuk dan bertahan disuatu pasar dikenal sebagai daya saing. Produk yang kompetitif atau memiliki daya saing adalah produk yang diminati banyak

konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), daya saing adalah “kemampuan untuk bersaing”.

Menurut Elfahmi dan Jatmika (2019) dalam Maylista et.al., (2022) daya saing dapat diartikan sebagai berikut :

“Daya saing merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan produktivitas untuk menciptakan produk guna menunjukkan hasil yang lebih dari para pesaingnya”.

Dengan demikian, daya saing ialah kemampuan sebuah perusahaan untuk memasuki pasar dan bertahan didalam pasar serta dapat melebihi posisi pesaingnya.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Sugiyono (2019:16-17), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan. Sedangkan metode survei adalah metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing. Jenis penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang alamiah, bukan buatan. Namun, peneliti menggunakan metode lain seperti kuisioner, tes, wawancara dan sebagainya. Objek penelitian ini adalah teknologi informasi, inovasi produk, dan daya saing. Sedangkan yang menjadi subjek pada penelitian ini ialah pemilik *coffee shop* yang ada di Kota Tasikmalaya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Daya Saing

Tabel 1. Rekapitulasi Teknologi Informasi Pada Coffee Shop Di Kota Tasikmalaya

No	Pertanyaan	Skor yang ditargetkan	Skor yang dicapai	Kategori
1.	Perusahaan selalu mengedepankan kualitas produk	425	380	Sangat baik
2.	Perusahaan selalu melakukan pengecekan kualitas produk	425	377	Sangat baik
3.	Perusahaan selalu berinovasi untuk menciptakan konsep yang unik	425	356	Baik
4.	Perusahaan selalu melakukan pengembangan produk	425	354	Baik
5.	Perusahaan selalu berinovasi membuat packaging yang unik	425	331	Baik
6.	Perusahaan selalu membuat tampilan produk yang menarik	425	361	Sangat baik
<b>Jumlah</b>		3.825	2.159	Sangat Baik

Dari hasil uraian atas tanggapan responden mengenai teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing, maka diuraikan mengenai perhitungan statistik yang dapat

menerangkan ada tidaknya pengaruh secara simultan antara teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing.

Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil ialah bahwa baik Teknologi Informasi maupun Inovasi Produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Daya Saing. Keduanya saling berkontribusi untuk meningkatkan Daya Saing, meskipun dengan tingkat pengaruh yang berbeda. Oleh karena itu, penting bagi *Coffee Shop* untuk memperhatikan kedua aspek tersebut dalam upaya meningkatkan Daya Saing antar *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

Diperoleh R (Korelasi) 0,895, artinya terdapat pengaruh yang sangat kuat antara teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan penafsiran korelasi yang telah dikemukakan maka hubungan positif teknologi informasi dan inovasi produk secara simultan terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori sangat kuat.

Diperoleh KD (koefisien determinasi) sebesar 0,801, dari angka tersebut menunjukkan besar pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya sebesar 80,1%. Sedangkan faktor lain yang tidak diteliti mempengaruhi daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya sebesar 19,9%.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya maka dilakukan uji F. Diperoleh nilai F hitung sebesar 164,529 lebih besar dari nilai F tabel 3,108 dengan nilai sig. 0,00. Dimana nilai sig. 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan inovasi produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing.

Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tersebut secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing. Artinya jika teknologi informasi digunakan dengan baik dan semakin baik inovasi produk, maka daya saing pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya akan meningkat.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulan Nur Fitriani (2020) yang menunjukkan bahwa secara simultan teknologi informasi dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap daya saing.

## **Pengaruh Teknologi Informasi Secara Parsial terhadap Daya Saing**

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,377 yang menunjukkan hubungan positif antara teknologi informasi terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Maka, besar pengaruh teknologi informasi terhadap daya saing secara parsial adalah sebesar  $KD = (0,377)^2 \times 100\% = 14,22\%$ . Berdasarkan penafsiran korelasi yang telah dikemukakan maka hubungan positif teknologi informasi secara parsial terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori kuat.

Berdasarkan hasil perhitungan Tingkat signifikansi pengaruh teknologi informasi secara parsial terhadap daya saing dapat dilihat dari hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Maka dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing dengan kontribusi sebesar 14,22%. Sehingga apabila Teknologi Informasi pada *Coffe Shop* di Kota Tasikmalaya naik, maka Daya Saing nya ikut naik dan apabila Teknologi Informasi pada *Coffe Shop* di Kota Tasikmalaya turun, maka Daya Saing pun ikut turun. Dengan baiknya teknologi informasi yang digunakan oleh *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya mempengaruhi daya saing.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andri Ikwana dan Sasi Dianti (2020) yang menunjukkan bahwa secara parsial teknologi informasi berpengaruh terhadap daya saing.

## Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Daya Saing

Tabel 2 Rekapitulasi Daya Saing Pada Coffee Shop Di Kota Tasikmalaya

No	Pertanyaan	Skor yang ditargetkan	Skor yang dicapai	Kategori
1.	Harga produk terjangkau sehingga cocok untuk semua kalangan	425	386	Sangat baik
2.	Biaya operasional yang rendah dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing	425	311	Baik
3.	Harga jual sesuai dengan harga beli	425	350	Baik
4.	Memiliki kualitas yang sesuai dengan standar <i>Coffee Shop</i> yang baik (layak)	425	376	Sangat Baik
5.	Sangat mengedepankan kualitas	425	381	Sangat Baik
6.	Perusahaan dapat dibedakan dengan perusahaan pesaing	425	360	Sangat baik
7.	Perusahaan mempunyai kecepatan pelayanan yang baik	425	368	Sangat Baik
8.	Perusahaan berusaha meluncurkan produk baru dalam waktu dekat	425	293	Baik
9.	Selalu memperhatikan sejauh mana peluang dipasaran saat ini	425	357	Sangat baik
10.	Perusahaan mempunyai konsep unik dan berbeda dari pesaing	425	350	Baik
<b>Jumlah</b>		4.250	3.532	Baik

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,695, yang menunjukkan hubungan positif antara inovasi produk terhadap daya saing. Nilai koefisien korelasi bernilai positif mengandung arti bahwa inovasi produk dikelola dengan baik dan tepat akan meningkatkan daya saing. Maka, besar pengaruh inovasi produk terhadap daya saing secara parsial adalah sebesar  $KD=(0,695)^2 \times 100\% = 48,31\%$ . Berdasarkan penafsiran korelasi yang telah dikemukakan maka hubungan positif inovasi produk secara parsial terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori kuat.

Berdasarkan hasil perhitungan Tingkat signifikansi pengaruh teknologi informasi secara parsial terhadap daya saing dapat dilihat dari hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing dengan kontribusi sebesar 48,31%. Sehingga apabila Inovasi Produk pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya naik, maka Daya Saing nya ikut naik dan apabila Inovasi Produk pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya turun, maka Daya Saing pun ikut turun. Dengan baiknya, inovasi produk yang dikelola dengan baik dan tepat oleh *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya mempengaruhi daya saing.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ribus Muji Wahono dan Ely Masykuroh (2022) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

## KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian dan pengujian hipotesis terkait dengan pengaruh teknologi informasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada *coffee shop* di Kota Tasikmalaya, maka peneliti dapat menarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi informasi pada *Coffee Shop* di Kota tasikmalaya memiliki kriteria penilaian baik, inovasi produk pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya memiliki kriteria penilaian sangat baik, dan daya saing pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya memiliki kriteria penilaian baik. Artinya Teknologi Informasi, Inovasi Produk, dapat meningkatkan Daya Saing pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari signifikansi analisis regresi linear berganda teknologi informasi dan inovasi produk secara simultan berpengaruh dalam meningkatkan daya saing *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dalle, J., Karim, A. ., & Baharuddin. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Erni Yuningsih, S. M. (2020). *Manajemen Bisnis & Inovasi*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Finaka, A. W. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. Retrieved from Indonesia baik.id:  
<https://indonesiabaik.id/infografis/negara-penghasil-kopi-terbesar>
- Ismail, M. A. (2023). *Jurusan Manajemen, Pengertian, Jenis dan Prospek Kerja*. Universitas STEKOM.  
<https://stekom.ac.id/artikel/jurusan-manajemen-pengertian-jenis-dan-prospek-kerja>
- Mawarni, R., Sari, T. K., & Anggiasari, Y. D. (2022). Peran Teknologi Informasi bagi Perusahaan Dalam Menghadapi Persaingan. *Osf*, 1–22. <https://osf.io/jk869/download>
- Maylista, S., Wijayanto, G., & Noviasari, H. (2022). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing dan Kinerja Pemasaran*. 01(2), 167–178.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.04>
- Murdianto, Y. (2019). Analisis Pengaruh Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*.
- Ratnamurni, E. D., & Irawan, A. (2018). Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Daya Saing UKM ( Kasus UKM Makanan Dan Minuman Kota Cimahi). *Jurnal*

