

**ANALISIS PRAKTIK TEKNOLOGI INFORMASI
PADA 10 PRODUSEN BUSANA MUSLIM DI KOTA
BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**Oleh:
ANGEL CHRISTIANI
2015120034**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

**INFORMATION TECHNOLOGY PRACTICES
ANALYSIS ON 10 MUSLIM FASHION
MANUFACTURERS IN BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

**By:
ANGEL CHRISTIANI
2015120034**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT**

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**TELAH DISIDANGKAN
ANALISIS PRAKTIK TEKNOLOGI INFORMASI PADA 10
PRODUSEN BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG**

Oleh:
Angel Christiani
2015120034

Bandung, 29 Mei 2019

Ketua Program Sarjana Manajemen,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Istiharini'.

Dr. Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ria Satyarini'.

Ria Satyarini, SE, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Angel Christiani
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 28 Maret 1997
NPM : 2015120034
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“ANALISIS PRAKTIK TEKNOLOGI INFORMASI PADA 10 PRODUSEN BUSANA MUSLIM DI KOTA BANDUNG”

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Ria Satyarini, S.E., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.
Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta. dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 29 Mei 2019

Pembuat pernyataan:



(Angel Christiani)

ABSTRAK

Industri fesyen Indonesia saat ini telah melesat menjadi salah satu primadona subsektor Industri Kreatif. Berdasarkan data survei khusus Ekonomi Kreatif BPS - Bekraf 2016, *fashion* memiliki presentase paling tinggi dibanding sub sektor lainnya, yaitu sebesar 56%. Tren penggunaan busana muslim di tanah air khususnya Kota Bandung, terus mengalami perkembangan pesat. Busana Muslim selalu membutuhkan inovasi dan imajinasi tanpa batas untuk menghadirkan karya-karya fesyen dengan mode dan tren terbaru, yang mampu menjawab kebutuhan dan kepuasan para konsumen. Perhatian terhadap inovasi tentunya tidak dapat dipisahkan dengan praktik teknologi informasi, karena teknologi informasi saat ini menjadi *competitive advantage* yang sangat penting dalam menentukan daya saing dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja di masa mendatang. Sekarang ini perusahaan harus beralih ke bisnis digital (transformasi), jika tak ingin daya saingnya tergerus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik teknologi informasi dari 10 produsen busana muslim di Kota Bandung.

Praktik Teknologi Informasi merupakan rangkaian kegiatan yang difasilitasi peralatan elektronik yang mencakup pengolahan, transmisi, dan penyajian informasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar maupun untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Terdapat tujuh indikator untuk mengukur praktik teknologi informasi menurut Kianto (2015), yaitu (1) Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan pencarian dan penemuan informasi secara efisien, (2) Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan komunikasi di seluruh organisasi sehingga dapat memudahkan pekerjaan, (3) Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan baru dengan para pemangku kepentingan eksternal, (4) Teknologi informasi digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik, (5) Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing, (6) Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, (7) Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan cara-cara baru untuk mengelola perusahaan.

Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif dengan metode kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap objek penelitian. Sampel pada penelitian ini adalah 10 produsen busana muslim di Kota Bandung. Hasil wawancara kemudian dianalisa menggunakan *scoring rubric*.

Hasil dari analisa deskriptif menunjukkan bahwa pada umumnya praktik teknologi informasi pada industri busana muslim di Kota Bandung sudah dilakukan dengan cukup baik, namun ada praktik yang harus ditingkatkan / diperbaiki dari praktik teknologi informasi yang sudah dijalankan, yaitu indikator (5) Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil pengukuran *scoring rubric* terhadap 10 (sepuluh) perusahaan dengan indikator yang paling minim terpenuhi.

Para pelaku industri busana muslim harus melakukan peningkatan pada indikator (5) Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing, oleh karena itu, perusahaan tidak dapat selamanya bersikap acuh terhadap pesaing atau bahkan menganggap rendah dan menyepelekan pesaing, karena semakin berjalannya waktu, bisnis mereka pun bisa tergerus oleh persaingan yang amat ketat ini. Perusahaan harus mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing.

Kata Kunci: Praktik Teknologi Informasi

ABSTRACT

The Indonesian fashion industry has now advance to become one of the advantageous on the Creative Industry. Based on BPS Creative Economy - Bekraf 2016 survey data, fashion has the highest percentage compared to other sub-sectors, which is equal to 56%. The trend of the Muslim fashion in Indonesia, especially Bandung continues to experience rapid development. Muslim fashion always requires innovation and boundless imagination to present fashion works with the latest trends, which are able to fulfil the needs and satisfaction of consumers. Innovation itself certainly cannot be separated from information technology practices, because information technology is currently became a very important competitive advantage in determining the competitiveness and ability of companies to improve performance in the future. Now the company must adapt to digital business, which needs to be done to stay competitive. The purpose of this research was to find out information technology practices from 10 Muslim fashion manufacturers in Bandung.

Information Technology is a series of activities facilitated by electronic equipment which includes processing, transmitting, and presenting information that aims to improve company performance in meeting market needs and for the progress of the company itself. There are seven indicators for measuring information technology practices according to Kianto (2015), namely (1) Information technology is used to enable the search and discovery of information efficiently, (2) Information technology is used to enable communication throughout the organization so that it can facilitate work, (3) Information technology is used to develop new products and services with external stakeholders, (4) Information technology is used to make better business decisions, (5) Information technology is used to gather business-related knowledge about competitors, (6) Information technology is used to collect knowledge related to customers so that they can improve service quality, (7) Information technology is used to develop new ways to manage the company.

This study uses descriptive analysis with qualitative methods obtained from interviews and observations of the object of research. The sample in this study were 10 Muslim fashion manufacturers in the city of Bandung. The results of the interviews were then analyzed using rubric scoring.

The results of the descriptive analysis show that in general the information technology practices in the Muslim fashion industry in the Bandung have been done quite well, but there are practices that must be improved from the information technology practices that have been implemented, which is indicators (5) Information technology is used to collect business-related knowledge of competitors. This is indicated by the results of the measurement of rubric scoring for 10 (ten) companies with the most minimal indicators met.

Muslim fashion industry company must increase indicators (5) Information technology is used to gather business-related knowledge about competitors, therefore, companies cannot forever be indifferent to competitors or even underestimate competitors, because time goes by, business they can also be eroded by this very tight competition. Companies must begin to use information technology to gather business-related knowledge about competitors.

Keywords: Information Technologi Practices

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penelitian yang berjudul **“Analisis Praktik Teknologi Informasi Pada 10 Produsen Busana Muslim di Kota Bandung”** ini diajukan untuk dapat memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Selama proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari pihak-pihak yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papi Andry, Mami Ellen, Papi Edi selaku orang tua penulis, koko-koko, cici-cici, sodara-sodara semua yang sudah memberikan dukungan kepada penulis baik secara material, non-material, moral dan doa kepada penulis sehingga membantu penulis menyelesaikan pendidikannya.
2. Ibu Ria Satyarini, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu, tenaga, kritikan, dan kesabaran kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Inge Barlian, Dra., Akt., Msc. selaku Dosen Wali penulis selama masa kuliah serta yang telah membantu penulis dalam mengambil mata kuliah dan memberikan nasihat sepanjang perkuliahan.
4. Semua Bapak dan Ibu dosen yang membantu penulis selama masa perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Samuel yang sangat amat berjasa and the geng which are Herlangga, Tata, Joana, Handy (dan teman-teman skripsi S2nya), Ardy, Yogi, Richard, Tipeng, Ryan, Ci Tirza, Wkang.
6. Kepada teman seperjuangan skripsi (Sagita, Yulien, Sherla) dan kakak senior (Kak Gumi, Kak Adri, Kak Ica, Kak Kamal).
7. Kepada sahabat terkasih Boris Situmorang.
8. Kepada Edwin Surya Putra, yang selalu melihat penulis menangis.
9. Mba Heni yang kadang beliin martabak dan air kelapa buat nyemil sambil skripsi.

10. Teman-teman sengklek (Felix, Zopa, Kelvin, Lizzy, Jeane, Reni)
11. Geng Today (Nessa, Aldy, Ajeng, Nyopit, Tata, Cinthia)
12. Kakak Magang HJC (Kak Rizky, Kak Mego, Kak Adit, Ko Vincent)
13. Teman-teman Lambe Murah (Harwin, Sarah, Sagita, Tara, Olivia, Vialita, Vina, Dinda, Tina, Tricia)
14. Geng Jogja yang telah membuat badanku langsing lagi (Sarah, Harwin, Duto, Cepin, Tina, Tricia)
15. Manajemen angkatan 2015 yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu yang sudah memberikan bantuan dan keramahan kepada penulis saat membutuhkan dimasanya.
16. Teman-teman komsel KAK STELLA
17. Seluruh anggota keluarga, sahabat, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis berharap kiranya Tuhan yang Maha Esa selalu melimpahkan berkat yang tidak berkesudahan bagi semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Bandung, Mei 2019

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4. Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Inovasi	9
2.2. Praktik Teknologi Informasi	10
2.2.1. Teknologi Informasi	11
2.2.2. Teknologi Informasi dalam Dunia Bisnis	12
2.2.3. Teknologi Informasi dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif	14
2.2.4. Pengaruh TI Dalam Bisnis	15
2.2.5. Dampak Revolusi TI Bagi Bisnis	18
2.3. Kinerja	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1. Metode Penelitian	22
3.1.1. Jenis Penelitian	22
3.1.2. Langkah-Langkah Penelitian	22
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data	24
3.1.4. Teknik Analisa Data	25
3.1.5. Operasionalisasi Variabel	27
3.2. Objek Penelitian	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Praktik Teknologi Informasi Industri Busana Muslim di Bandung	55
4.1.1. Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan pencarian dan penemuan informasi secara efisien	56

4.1.2. Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan komunikasi di seluruh organisasi sehingga dapat memudahkan pekerjaan	76
4.1.3. Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan baru dengan para pemangku kepentingan eksternal.....	77
4.1.4. Teknologi informasi digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.....	90
4.1.5. Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing	95
4.1.6. Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan	97
4.1.7. Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan cara-cara baru untuk mengelola perusahaan	100
4.2. Praktik Teknologi Informasi yang harus ditingkatkan / diperbaiki dari praktik yang sudah dijalankan.....	111
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	120
RIWAYAT PENULIS	166

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rubrik Penilaian Variabel Praktik Teknologi Informasi dengan tujuh indikator	26
Tabel 3.1 Rubrik Penilaian Variabel Praktik Teknologi Informasi dengan tujuh indikator (lanjutan)	27
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.3 Objek Penelitian	36
Tabel 3.3 Objek Penelitian (Lanjutan)	37
Tabel 4. 1 Scoring Rubric	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sub Sektor Ekonomi Kreatif	1
Gambar 1. 2 Penggunaan Teknologi Informasi	4
Gambar 1. 3 Penggunaan Internet pada Perusahaan Ekonomi Kreatif.....	4
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Penelitian	24
Gambar 3. 2 Contoh Scoring Rubric	26
Gambar 3. 3 Produk Dykke	38
Gambar 3. 4 Produk Dykke	39
Gambar 3. 5 Produk Athiens	40
Gambar 3. 6 Produk Athiens	41
Gambar 3. 7 Produk Athiens	41
Gambar 3. 8 Produk Koraza.....	42
Gambar 3. 9 Produk Koraza.....	42
Gambar 3. 10 Produk Shasmira	43
Gambar 3. 11 Produk Shasmira	44
Gambar 3. 12 Produk Alzemira.....	45
Gambar 3. 13 Produk Alzemira.....	46
Gambar 3. 14 Produk Drbydewirika	47
Gambar 3. 15 Produk Drbydewirika	47
Gambar 3. 16 Produk MDM Boutique	48
Gambar 3. 17 Produk MDM Boutique	49
Gambar 3. 18 Produk Alure.....	50
Gambar 3. 19 Produk Allure	50
Gambar 3. 20 Produk Cullotes	51
Gambar 3. 21 Produk Cullotes	52
Gambar 3. 22 Produk Kintan	53
Gambar 3. 23 Produk Kintan	54
Gambar 4. 1 Akun Instagram Dykke.....	58
Gambar 4. 2 Fitur Pencarian dan Hashtag pada Instagram	59
Gambar 4. 3 Akun Instagram Athiens.....	62
Gambar 4. 4 Akun Line Athiens.....	62
Gambar 4. 5 Akun Instagram Ibu Euis pemilik Perusahaan Koraza	63
Gambar 4. 6 Akun Instagram Shasmira.....	65
Gambar 4. 7 Akun Facebook Shasmira	65
Gambar 4. 8 Akun Instagram Alzemira	67
Gambar 4. 9 Akun Facebook Drbydewirika	68
Gambar 4. 10 Akun Instagram Drbydewirika	68
Gambar 4. 11 Aplikasi Pinterest.....	69
Gambar 4. 12 Akun Instagram MDM Boutique	70
Gambar 4. 13 Akun Instagram Allure Hijabshop	71
Gambar 4. 14 Akun Instagram Cullotes	73
Gambar 4. 15 Akun Facebook Kintan Gallery	74
Gambar 4. 16 Akun Instagram Kintan Gallery	74
Gambar 4. 17 Desain dari Pinterest	75

Gambar 4. 18 Desain dari Shutterstock.....	75
Gambar 4. 19 Contoh Aplikasi Whatsapp Business	80
Gambar 4. 20 Contoh Fitur Quick Replies pada Whatsapp Business	81
Gambar 4. 21 Akun Zalora milik Cullotes	82
Gambar 4. 22 Website Shasmira	83
Gambar 4. 23 Akun Blibli.com milik Drbydewirika	84
Gambar 4. 24 Akun Lazada milik Shasmira	85
Gambar 4. 25 Akun Shopee milik MDM Boutique.....	86
Gambar 4. 26 Akun Shopee milik Shasmira	86
Gambar 4. 27 Akun Tokopedia milik MDM Boutique.....	87
Gambar 4. 28 Akun Tokopedia milik Shasmira	87
Gambar 4. 29 Akun Bukalapak milik Shasmira	88
Gambar 4. 30 Akun Bukalapak milik MDM Boutique	88
Gambar 4. 31 Akun Bukalapak milik Alzemira	88
Gambar 4. 32 Contoh Aktivitas Followers (Pengikut) dari Akun Instagram Penulis	91
Gambar 4. 33 Contoh Instagram Promote	93
Gambar 4. 34 Contoh Instagram Story Shasmira & Allure	93
Gambar 4. 35 Contoh Fitur Polling di Instagram Story	95
Gambar 4. 36 Contoh Informasi tentang Followers Instagram Penulis	98
Gambar 4. 37 Contoh Program Point of Sale (Moka Pos) Outlet Minuman	101
Gambar 4. 38 Contoh Program Point of Sale (Moka Pos) Outlet Minuman	102
Gambar 4. 39 Contoh Aplikasi Pawoon.....	103
Gambar 4. 40 Contoh Aplikasi Pawoon.....	104

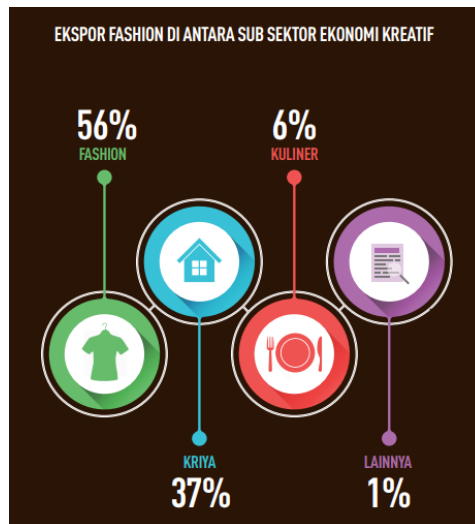
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri fesyen Indonesia saat ini telah melesat menjadi salah satu primadona subsektor Industri Kreatif. Fesyen adalah salah satu tulang punggung ekspor industri ekonomi kreatif. Dibanding sub sektor lain, ekspor fesyen lebih dari setengah total ekspor secara keseluruhan.

Gambar 1.1
Sub Sektor Ekonomi Kreatif



Sumber: Survei Khusus Ekonomi Kreatif BPS - Bekraf 2016

Dapat dilihat dari data sub sektor Ekonomi Kreatif diatas, *fashion* memiliki presentase paling tinggi dibanding sub sektor lainnya, yaitu sebesar 56%, diikuti kriya sebesar 37% sebagai urutan kedua, dan kuliner 6%, serta yang lainnya 1%. *Trend* penggunaan busana muslim di tanah air terus mengalami perkembangan pesat. Seiring berjalannya waktu, masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam mulai menjadikan busana muslim termasuk hijab sebagai bagian dari fesyen item utama.

Maraknya pasar *modest fashion* tidak lepas dari dorongan *trend* internasional. *Modest fashion* mulai dilirik ketika krisis Eropa. Akibat krisis tersebut, penjualan busana konvensional menurun dan *modest fashion* pun menyeruak ke permukaan. "Dulu, permintaan busana muslim juga tinggi, tapi tidak

terlalu kelihatan. Saat krisis sekitar 2009-2011, penjualan busana konvensional menurun dan *modest fashion* mulai menonjol," (Ali Charisma, Ketua Indonesia Fashion Chamber 2018). Industri busana muslim Indonesia terus berkembang sangat pesat dan berdaya saing. Mengingat, semakin dikenal dan diakuinya kreativitas para perancang busana muslim nasional di kancah internasional. Potensi ekonomi industri busana muslim terlihat dari kontribusinya terhadap PDB yang mencapai Rp54 triliun dari total nilai Rp181 triliun rupiah dari sumbangan industri fesyen Tanah Air (sumber: industry.co.id).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Organisasi Kerjasama Islam (OKI), saat ini nilai ekspor industri busana muslim Indonesia diproyeksi mencapai USD7,18 miliar, berada di posisi ketiga terbesar dunia setelah Bangladesh (USD22 miliar) dan Turki (USD14 miliar). Indonesia termasuk dalam lima besar negara anggota OKI eksportir fesyen muslim di dunia, dengan nilai *market share* berada pada angka 1,6 persen. Kini Indonesia berada pada urutan ke-4 sebagai negara konsumen fesyen muslim terbesar di dunia (sumber: industry.co.id).

Fesyen muslim terus melakukan transformasi dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda. Beragam faktor yang membuat fesyen muslim terus berkembang. Dari munculnya banyak komunitas seperti *Hijabers Community*, *Hijabers Mom*, sampai diselenggarakannya beragam bazar, dan peragaan busana muslim (sumber: Vivanews.com). Menurut Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah (sumber: Vivanews.com):

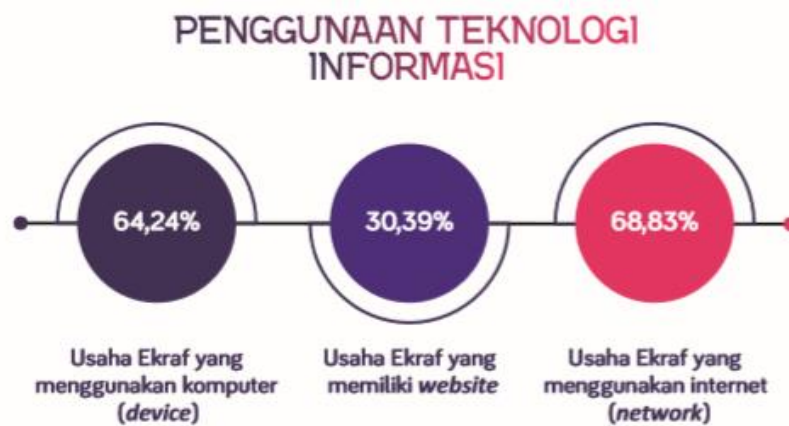
“Terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab. Hal ini selaras dengan perkembangan industri fesyen muslim tujuh persen setiap tahun. Dari 750 ribu IKM yang di Indonesia, 30 persennya merupakan industri fesyen muslim. Jika hal ini berjalan seiringan, bukan tidak mungkin IKM fesyen muslim pun akan terangkat ekonominya, terangkat pula perekonomian Indonesia. Mimpi menjadi fesyen muslim sebagai ikon fesyen Indonesia di mata dunia bukanlah tanpa tantangan. Hal ini pun diakui Euis yang menjabarkan bahwa Indonesia memiliki setidaknya lima tantangan dalam mengembangkan industri fesyen-nya, yakni bahan baku, teknologi, kemampuan SDM, pemasaran, dan modal. Tak hanya itu, IKM saat ini pun masih mengerjakan produknya dengan teknologi yang sangat sederhana. Hal ini karena masalah modal dan kemampuan SDM-nya yang tidak serius menggeluti bisnis fesyen. Masih banyak yang membuat barang hanya karena hobi atau ikut-

ikutan tanpa memiliki basis pengetahuan yang cukup. Mereka juga kerap kebingungan akan dijual kemana hasilnya”.

Dalam merintis usaha di bidang fesyen, tentunya ada suatu tantangan awal, yaitu seperti kesulitan menemukan *brand DNA*, dan menempatkan busana hasil rancangannya pada *market* yang tepat, namun hal itu justru bisa menjadi motivasi untuk meningkatkan kualitas *branding* dan inovasi produk, sehingga terpacu untuk terus berkarya lebih baik lagi, karena minat pasar terhadap *fashion* semakin hari semakin tinggi (Khanaan Shamlan, 2017). Oleh karena itu, industri fesyen tidak akan pernah punah oleh perubahan apapun, tapi industri fesyen selalu membutuhkan inovasi dan imajinasi tanpa batas untuk menghadirkan karya-karya fesyen dengan mode dan tren terbaru, yang mampu menjawab kebutuhan dan kepuasan para konsumen.

Perhatian terhadap inovasi tentunya tidak dapat dipisahkan dengan praktik teknologi informasi, karena teknologi informasi saat ini menjadi *competitive advantage* yang sangat penting dalam menentukan daya saing dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja di masa mendatang. Sekarang ini perusahaan harus beralih ke bisnis digital (transformasi), jika tak ingin daya saingnya tergerus. Fenomena ekonomi digital telah terimplementasi dengan baik dalam industri kreatif, yang terlihat dari banyaknya pengusaha yang telah menggunakan komputer dan internet. Ekonomi digital pada tahun 2016 berkontribusi sebesar 7,3% terhadap PDB. Pada tahun 2018 diproyeksi ekonomi digital akan berkontribusi sebesar 8,5% terhadap PDB (sumber: ekbis.sindonews.com). Namun penggunaan internet masih belum optimal karena pelaku usaha cenderung menggunakannya untuk keperluan layanan surel (*e-mail*), mencari info, dan melayani pelanggan, belum sampai pada ranah jual beli *online* (Bekraf, 2017).

Gambar 1. 2
Penggunaan Teknologi Informasi



Sumber: Bekraf 2017

Dari gambar tersebut, terlihat bahwa penggunaan teknologi informasi berdasarkan Usaha Ekraf yang menggunakan komputer (*device*) sebesar 64,24%, yang menggunakan *website* 30,39%, dan terakhir yang menggunakan internet (*network*) sebesar 68,83%. Tantangan utama untuk transformasi ini adalah keterbatasan SDM yang sesuai dengan kebutuhan, sulit mencari SDM yang inovatif. Tantangan lainnya, adalah persoalan budaya kerja.

Gambar 1. 3
Penggunaan Internet pada Perusahaan Ekonomi Kreatif



Sumber: Bekraf 2017

Dari hasil survey penggunaan internet pada perusahaan Ekonomi Kreatif didapat data sebagai berikut, penggunaan internet untuk email sebesar 82,01%, untuk mencari informasi 76,29%, serta untuk melayani pelanggan sebesar 64,62%. Potensi untuk mengembangkan ekonomi digital di Indonesia saat ini masih cukup besar, karena Indonesia menduduki posisi kelima untuk negara dengan

jumlah pengguna internet terbesar di dunia yakni 132 juta orang dan pengguna aktif sosial media lebih dari 70 juta orang (sumber: ekbis.sindonews.com). Diperlukan perbaikan infrastruktur sebagai kunci untuk meningkatkan daya saing ekonomi digital yang makin berkembang seperti *e-commerce*, *e-money*, dan sistem pembayaran.

Yang et al., 2009 yang dikutip dalam Inkinen et al., 2015 mencetuskan bahwa dukungan *information technology (IT)* untuk kolaborasi, komunikasi, pencarian informasi, pembelajaran, simulasi, dan prediksi sangat bermanfaat untuk inovasi perusahaan. Demikian juga, sejalan dengan temuan Andreeva dan Kianto (2012), yang menulis bahwa praktik teknologi informasi dan komunikasi (TIK) langsung mendukung kinerja perusahaan. Pengertian Inovasi menurut UU No. 18 tahun 2002:

“Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi”.

Sedangkan kinerja adalah penampilan kerja atau *performance* seseorang yang didasari oleh pengetahuan, sikap, keterampilan dan motivasi didalam menjalankan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dengan demikian, hal tersebut mengindikasikan bahwa dengan pengelolaan sumber daya teknologi informasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini infrastruktur, strategi, sumber daya manusia dan vendor akan meningkatkan pemahaman perusahaan terhadap produk, pelanggan, dan manajerial sehingga dengan adanya pemahaman tersebut, perusahaan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Kota Bandung merupakan pusat bisnis busana muslim, dari objek penelitian 10 (sepuluh) produsen busana muslim, ada kemungkinan yang cukup besar bahwa mereka menghadapi persaingan yang ketat dalam industri fesyen busana muslim di Bandung. Praktik teknologi informasi diperlukan untuk menunjang keberlangsungan usaha yang dijalankan agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan arahan pentingnya faktor *information technology* yang secara langsung dapat meningkatkan kinerja pada perusahaan. Penulis akhirnya tertarik

untuk melakukan penelitian terhadap usaha ini dengan judul “**Analisis Praktik Teknologi Informasi pada 10 Produsen Busana Muslim di Kota Bandung**”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Praktik Teknologi Informasi pada 10 produsen Busana Muslim di Kota Bandung?
2. Apa yang harus ditingkatkan / diperbaiki dari praktik teknologi informasi yang sudah dijalankan?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Praktik Teknologi Informasi pada 10 produsen Busana Muslim di Kota Bandung.
2. Mengetahui hal yang harus ditingkatkan dari Praktik Teknologi Informasi yang sudah dijalankan pada 10 produsen Busana Muslim di Kota Bandung.

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini berguna:

- Bagi Penulis
Mempraktekkan dan membandingkan antara teori-teori yang telah diajarkan serta dipelajari selama di bangku perkuliahan dengan realita yang benar-benar terjadi di lapangan.
- Bagi Perusahaan
Dengan melakukan penelitian ini semoga dapat meningkatkan pengetahuan tentang kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja mereka melalui keterlibatan dalam kegiatan Praktik Teknologi Informasi dan pada akhirnya menjadi masukkan dalam pengembangan kualitas pelayanan dan penanganan pada konsumen.
- Bagi Pihak Lain
Penelitian ini semoga bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan dan membutuhkan penelitian ini.

1.4. Kerangka Pemikiran

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) yang dikutip oleh Hermana B., 2004 mendefinisikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, selanjutnya disebut TIK, sebagai rangkaian kegiatan yang difasilitasi peralatan elektronik yang mencakup pengolahan, transmisi, dan penyajian informasi. TIK merupakan konvergensi dari tiga wilayah yaitu teknologi informasi, data dan informasi, serta masalah-masalah sosioekonominya. TIK sendiri pada dasarnya digunakan oleh individu yang sebagian besar menjadi karyawan sebuah perusahaan. Jadi tingkat penggunaan TIK di setiap negara sangat ditentukan oleh intensitas penggunaan TIK tersebut oleh karyawan dan muara akhirnya adalah dampaknya terhadap kinerja perusahaan.

Teknologi informasi juga dapat membantu dalam inovasi terbuka dengan menyediakan program untuk inovasi bersama dengan pihak eksternal, serta membangun berbagai saluran komunikasi untuk para pemangku kepentingan internal dan eksternal. Jadi, manajer harus mempertimbangkan teknologi informasi sebagai tidak hanya sistem pendukung, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan.

Inovasi berasal dari kata Latin *novus* yang artinya baru. Dalam kamus, inovasi diartikan sebagai “perkenalan sesuatu yang baru” atau ide, metode alat baru (Tornatzky dan Fleischer, 1990 yang dikutip oleh Harianto *et al.*, 2013: 288). Disisi lain, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan tingkat persaingan yang tinggi dan dinamis, mengharuskan perusahaan untuk melakukan inovasi guna peningkatan daya saingnya.

Inovasi tentunya dibutuhkan untuk terus maju dan berkembang. Ketika melakukan inovasi, selain target untuk menyelesaikan masalah menjadi tujuan utama, perlu juga dipikirkan agar inovasi yang akan dihasilkan nanti mampu meningkatkan salah satu atau lebih dari kinerja perusahaan berikut: produktivitas, profitabilitas, pangsa pasar, dan pertumbuhan organisasi (Bernathius Julison, 2014). Maka dari itu inovasi penting untuk diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri fesyen.

Sekarang, jumlah informasi yang tersedia untuk perusahaan sangat besar. Itu bisa dilihat baik sebagai ancaman atau peluang. Perusahaan-perusahaan

yang melihat sisi positifnya, akan memanfaatkan dukungan teknologi informasi dalam mencari, mengumpulkan, dan menganalisis informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kinerja mereka.

Meskipun praktik teknologi informasi, serta peranannya dalam pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju sudah banyak diteliti secara mendalam, hasil studi pustaka menunjukkan bahwa masih sedikit pengetahuan tentang faktor-faktor yang menentukan praktik teknologi informasi di negara-negara berkembang, khususnya di Indonesia. Negara berkembang seperti Indonesia, praktik teknologi informasi belum populer dibicarakan sebagaimana terjadi di negara-negara maju (Hariyanto, Vidyatmoko D., Rosadi H. Y., 2013).

Penelitian tentang praktik teknologi informasi di industri busana muslim di Indonesia belum banyak dilakukan. Ada beberapa alasan mengapa hal ini terjadi. Pertama, sulit mengharapakan industri secara terbuka menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan praktik teknologi informasi yang dihasilkan perusahaan, karena perusahaan sangat menjaga kerahasiaan praktik teknologi informasinya. Kedua, kesulitan mendapat data berkaitan dengan praktik teknologi informasi yang dihasilkan perusahaan yang ada di Indonesia. Meskipun data diperoleh tetapi data tersebut biasanya sangat umum.