

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Lingkungan Bisnis

Lingkungan (*environment*) dapat diartikan sebagai keseluruhan unsur-unsur yang dapat saling berhubungan dan saling mempengaruhi terhadap sesuatu keadaan dan kegiatan tertentu. Lingkungan terdiri dari dua unsur fisik (*tangible*) dan nonfisik. Di dalam dunia bisnis, unsur fisik misalnya teknologi, kondisi alam dan pemasok, sedangkan unsur non fisik dapat berupa adat istiadat masyarakat, kondisi ekonomi dan lain-lain (Suratman, 2021).

Bisnis adalah aktivitas dengan tujuan menghasilkan suatu yang bernilai, baik produk ataupun jasa. Bisnis dapat diartikan juga usaha berdagang berupa barang serta layanan jasa kepada pelanggan, kepada individu maupun organisasi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Organisasi/perusahaan, pasar tradisional, rumah sakit, konsultan, pasar modern, semua itu termasuk organisasi bisnis. Bisnis adalah perorangan atau perusahaan yang berusaha memperoleh laba berdasarkan cara menjual produk yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan manusia. Bisnis juga adalah sebuah kejadian di mana individu maupun kelompok orang yang telaten menjalankan pekerjaan demi memperoleh keuntungan. Purwanto (2020) menyatakan bahwa lingkungan organisasi (bisnis) pada dasarnya, adalah segala hal yang mempengaruhi kegiatan organisasi (bisnis). Lingkungan bisnis merupakan keseluruhan hal-hal atau keadaan di luar badan usaha atau industri yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan usaha (Purwanto, 2020).

2.1.1.1 Pengertian Lingkungan Bisnis

Faza & Solihin (2024) mendefinisikan lingkungan bisnis sebagai faktor-faktor yang ada disekitar bisnis tersebut. Faktor-faktor tersebut akan dapat membantu ataupun menghambat perkembangan bisnis yang ada. Lingkungan bisnis merupakan elemen kausal dalam hubungan strategi manufaktur dan kinerja bisnis Perusahaan. Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan “*scanning environment*” untuk tetap kompetitif dan proses scanning ini merupakan proses berkesinambungan untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi (Faza & Solihin, 2024).

Sedangkan menurut Dwi Hardiana & Ridho'i (2022), lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam lingkungan internal dengan memastikan setiap tenaga kerja konsisten mengikuti prosedur kerja untuk meningkatkan profitabilitas, dan melihat kondisi lingkungan eksternal perusahaan dengan mengenali perubahan lingkungan usahanya. Perubahan lingkungan terjadi pada perubahan permintaan, perubahan tarif, dan perubahan selera pasar. Penyebab ketidakpastian lingkungan juga dapat disebabkan oleh kompetisi, perubahan teknologi, dan isu sosial ekonomi. Dalam lingkungan bisnis yang tidak menentu dimana perubahan lingkungan bisnis akan terjadi setiap saat dengan pergerakan perubahan dari salah satu atau gabungan faktor-faktor lingkungan diluar perusahaan pada skala nasional, regional maupun global. Keadaan tersebut menjadi dampak terhadap munculnya berbagai kesempatan usaha ataupun menjadi suatu kendala dalam berusaha (Butarbutar & Lisdayanti, 2020). lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat

menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Analisis lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan (Dwi Hardiana & Ridho'i, 2022)

Adapun menurut Azis Safi'i & Anom (2021) menyatakan tentang keharusan pelaku bisnis yang ingin sukses di lingkungan bisnis yang begitu kompleks, maka pelaku bisnis tersebut harus bekerja dengan memanfaatkan pengetahuan dan intuisi yang digunakan untuk memperkirakan apa yang akan terjadi dimasa depan. Perkiraan itupun juga harus dilakukan dengan jernih, menghilangkan subyektifitas yang ada dalam diri pelaku bisnis tersebut. Hal ini dikarenakan lingkungan bisnis merupakan sebuah faktor yang sangat dinamis dan kedinamisan itu berganti dalam waktu yang sangat cepat (Anggraheni & Kusnilawati, 2022). Selain itu menurut Dwi Hardiana & Ridho'i (2022) lingkungan bisnis sangat berpengaruh dalam perencanaan strategis. Perumusan strategi dijadikan pedoman oleh eksekutif dalam menetapkan kebijakan organisasi untuk mencapai tujuan akhir serta cara yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Perumusan strategi yang efektif dan efisien adalah perumusan yang memadukan perspektif yang berorientasi kedepan dengan lingkungan bisnis eksternal dan lingkungan internal organisasi.

Hery Achmad Buchory & Djaslim Saladin (2018) mengemukakan beberapa alasan pentingnya analisis faktor lingkungan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Lingkungan berubah sangat cepat atau dinamis sehingga para pimpinan perusahaan perlu menganalisis dan mendiagnosis perubahan lingkungan tersebut.

- 2) Para pimpinan perlu menyelidiki lingkungan, khususnya untuk:
 - a. Menentukan apakah faktor-faktor dalam lingkungan saat sekarang mengancam strategi dan pencapaian tujuan perusahaan.
 - b. Menentukan apakah faktor-faktor dalam lingkungan saat sekarang mengancam strategi dan pencapaian tujuan perusahaan
- 3) Perusahaan yang secara sistematis melakukan analisis dan diagnosis lingkungan umumnya lebih efektif dibandingkan dengan yang tidak melakukannya.

Berdasarkan definisi mengenai lingkungan bisnis dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang ada di sekitar perusahaan, baik internal maupun eksternal, yang dapat memengaruhi aktivitas dan kinerjanya. Faktor-faktor dalam lingkungan bisnis dapat menjadi peluang atau ancaman bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami dan menganalisis lingkungan bisnis secara berkelanjutan agar dapat beradaptasi dan mengambil langkah strategis yang tepat.

Lingkungan bisnis adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Dengan memahami dan menganalisis lingkungan bisnis secara berkelanjutan, perusahaan dapat mengambil langkah strategis yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman.

2.1.1.2 Dimensi Lingkungan Bisnis

Dwi Hardiana & Ridho'i, (2022) mengemukakan dimensi lingkungan bisnis meliputi lingkungan ekonomi, teknologi, hukum dan sosial:

- 1) Lingkungan ekonomi

Lingkungan ekonomi merujuk pada kondisi sistem ekonomi tempat perusahaan tertentu beroperasi. Kondisi ekonomi merefleksikan kondisi bisnis nyata. Apabila terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi maka konsumsi dan permintaan cenderung meningkat, sebaliknya pertumbuhan ekonomi yang menurun mengakibatkan konsumsi dan permintaan menurun,

2) Lingkungan Teknologi

Pengertian teknologi merujuk pada semua cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi konstituen mereka, termasuk pengetahuan manusia, metode kerja, peralatan fisik, elektronik, dan komunikasi.

3) Lingkungan Hukum-Politik

Lingkungan ini mencerminkan hubungan antara bisnis dan pemerintah, biasanya dalam bentuk regulasi pemerintah. Sistem hukum ikut menentukan sesuatu yang dapat dilakukan dan tidak dapat dilakukan oleh organisasi

4) Lingkungan Sosio-Budaya

Lingkungan sosial mencakup kebiasaan, adat istiadat, nilai, dan karakteristik demografik dari Masyarakat Dimana sebuah organisasi beroperasi. Proses sosio-budaya menentukan barang dan jasa serta standar perilaku bisnis yang dihargai dan diterima masyarakat.

Kemudian Kresna (2019) juga mengungkapkan bahwa literatur konseptual tentang lingkungan bisnis dikembangkan dalam literatur manajemen. Dimensi-dimensi tersebut meliputi *environmental munificence*, *environmental dynamism*, dan *environmental complexity*. *Environmental munificence* merupakan Tingkat dukungan lingkungan terhadap pertumbuhan organisasi yang ada di dalamnya dan

diukur melalui tiga hal yaitu biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, serta Tingkat persaingan. Tingkat persaingan mencakup fokus pada penurunan permintaan baik dalam pasar lokal maupun pasar asing serta fokus pada profil yang rendah dan standar kualitas permintaan.

2.1.1.3 Indikator Lingkungan Bisnis

Indikator lingkungan bisnis disesuaikan dari Kurniawan & Rinofah (2017) yang dapat diukur melalui:

1. Biaya bisnis, yaitu semua biaya produksi yang dibutuhkan Perusahaan dalam kegiatan operasional, meliputi biaya material, biaya tenaga kerja, biaya pengangkutan;
2. Ketersediaan tenaga kerja, mewakili fokus pada *clerical* (Staf Manajerial dan Administrasi) dan pekerja produksi;
3. Tingkat persaingan, mencakup fokus pada penurunan permintaan baik dari pasar, profit margin yang rendah dan kualitas permintaan.

2.1.2 Penggunaan Teknologi

Arifin (2017) memandang teknologi sebagai “konfigurasi”, mengamati bahwa objek yang ditransfer (teknologi) bergantung kepada pengertian subjektif namun spesifik pada serangkaian proses dan produk.

2.1.2.1 Pengertian Teknologi

Seiring dengan kemajuan perkembangan jaman, teknologi juga berkembang sebagai wujud berkembangnya peradaban manusia. Febrie Novitasari & Saleh (2019) mendefinisikan teknologi sebagai penemuan benda atau alat yang merupakan suatu wujud implementasi dari ilmu pengetahuan dan keterampilan

yang dimiliki oleh manusia. AR Muhammad (2016) menyatakan definisi teknologi adalah suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang tidak terpisah dari produk lain yang sudah ada. Hal itu juga yang menyatakan bahwa teknologi merupakan bagian integral dari yang terkandung dalam sistem tertentu. Sedangkan menurut L. Anatan & Ellitan (2018) di satu sisi, teknologi dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengenali masalah-masalah teknis dan mengeksploitasi konsep-konsep yang dapat menyelesaikan masalah teknis yang ada, serta di sisi lain teknologi merupakan alat atau perangkat, seperti *equipment*, *software*, dan *hardware* yang digunakan untuk menyelesaikan masalah operasional secara efektif dalam suatu organisasi. Mulyani & Haliza (2021) mengungkapkan bahwa proses kemajuan teknologi menghasilkan modernitas, ditandai dengan pertumbuhan ekonomi, mobilitas sosial, ekspansi atau peluasan budaya.

Adapun menurut L. Anatan & Ellitan (2019: 90), mendefinisikan teknologi sebagai suatu proses, Teknik, atau metodologi yang menyatu dalam suatu desain produk, proses manufaktur atau jasa yang mentransformasikan input tenaga kerja, kapital, informasi, material, dan energi menjadi output yang mempunyai nilai yang lebih tinggi. Sementara itu, L. Anatan & Ellitan (2019: 90) mengartikan teknologi sebagai perangkat disiplin, metode, Teknik, dan instrument pendukung yang dibutuhkan untuk menguraikan proses. Arifin (2017) merujuk teknologi sebagai pengetahuan teoritis dan praktis, keterampilan, dan artefak yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan serta sistem produksi dan penyebarannya.

Definisi terbaru yang diberikan oleh Arifin (2017) memperluas konsep teknologi dimana teknologi didefinisikan sebagai informasi yang diperlukan untuk mencapai hasil produksi tertentu dari cara tertentu, yang menggabungkan atau memproses input terpilih termasuk proses produksi. Struktur organisasi internal perusahaan, teknik manajemen, fasilitas keuangan, metode pemasaran atau kombinasi dari semua hal-hal tersebut. Oleh karena itu teknologi juga terkandung pada manusia, materi, proses kognitif dan fisik, fasilitas, mesin dan peralatan.

Menggunakan teknologi pada era saat ini merupakan suatu kebutuhan khususnya pada kalangan muda, dimanapun dan kapanpun saat ini kita dapat melihat hampir seluruh penduduk sudah mulai berteknologi. Contohnya dengan menggunakan gadget dan bermedia sosial. Dalam pesatnya perkembangan teknologi ini menjadikan satu masyarakat, satu kebudayaan dapat terhubung secara langsung menjadikan hal yang jauh menjadikan dekat dan dapat menjadikan suatu kabar cepat berkembang di masyarakat (Aulia & Dewi, 2022).

Adapun tantangan generasi milenial di era digitalisasi ini adalah keberadaan mereka yang melek teknologi. Secara tidak langsung hal ini membentuk pribadi generasi milenial yang bersifat digital native orang-orang yang begitu menyukai segala hal yang visual (Pakpahan et al., 2021). Dari hal tersebut adanya perkembangan teknologi yang pesat ini memberikan dua sisi yaitu positif dan negative dalam penggunaannya, keberadaan teknologi yang cepat ini cenderung membuat generasi muda terfokus kepada perkembangan yang tengah hangat dalam lingkup masyarakatnya (Aulia & Dewi, 2022).

2.1.2.2 Dimensi Teknologi

Dimensi penggunaan teknologi mengacu pada berbagai aspek atau kategori yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis bagaimana teknologi digunakan dalam suatu masyarakat atau konteks tertentu. Dimensi-dimensi ini dapat membantu untuk memahami dengan lebih baik dampak teknologi pada individu, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa dimensi penggunaan teknologi di kutip dalam (*Dimensi Dan Indikator Teknologi*, n.d.):

1) Akses

- a. Kepemilikan perangkat teknologi (misalnya, computer, smartphone, internet)
- b. Keterampilan dan pengetahuan teknologi
- c. Akses ke infrastruktur teknologi (misalnya, jaringan internet dan Listrik)

2) Keterlibatan

- a. Frekuensi penggunaan teknologi (misalnya, berapa jam per hari menggunakan internet)
- b. Jenis teknologi yang digunakan (misalnya, media sosial, aplikasi belajar online)
- c. Aktivitas online yang dilakukan (misalnya, browsing internet, menonton video dan bermain game)

3) Keterampilan

- a. Kemampuan menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak
- b. Kemampuan mencari informasi online
- c. Kemampuan berkomunikasi dan berkolaborasi online

4) Dampak

- a. Perubahan perilaku dan kebiasaan
- b. Peningkatan produktivitas dan efisiensi
- c. Perubahan cara berkomunikasi dan berinteraksi
- d. Munculnya peluang dan tantangan baru

2.1.3 Daya Saing

2.1.3.1 Pengertian Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan (Romi Saputra et al., 2023). Adapun menurut L. & E. L. Anatan (2017) menyatakan bahwa definisi daya saing adalah “kemampuan suatu usaha (perusahaan) untuk memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan”.

Menurut Kuncoro dalam Romi Saputra et al (2023) proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan. Dalam analisis tentang strategi bersaing suatu perusahaan, strategi generic terbagi atas keunggulan biaya, pembedaan produk dan fokus (Romi Saputra et al., 2023). Kelemahan dan kekuatan para pesaing sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Selain itu, menganalisis konsumen dan pesaing merupakan hal yang tidak kalah penting. Pesaing yang spesifik menimbulkan dampak baik ataupun buruk dalam rangka memenuhi keinginan kelompok konsumen yang spesifik (segmen pasar).

Mengetahui kesenjangan (gap) antara keinginan pembeli dengan tawaran yang diberikan para pesaing merupakan peluang untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Disamping itu, perusahaan harus mempelajari produk-produk pesaing untuk mengidentifikasi cara-cara peningkatan produknya sendiri. Daya saing berkaitan dengan kemampuan perusahaan secara luas dalam menciptakan posisi bertahan melebihi pesaingnya. Daya saing terdiri dari kemampuan-kemampuan yang membuat suatu organisasi berbeda dari pesaingnya, dan merupakan hasil dari pengambilan keputusan manajemen yang penting (Munizu, 2021).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah kemampuan atau kekuatan atau fungsi yang menjadi suatu tolak ukur bagi perusahaan untuk menjadi unggul dan bertahan dalam pasar dengan para pesaing.

2.1.3.2 Dimensi Daya Saing

Mohamad et al (2020) menjelaskan bahwa terdapat empat dimensi daya saing Perusahaan yaitu biaya (*cost*), kualitas (*quality*), waktu penyampaian (*delivery*), dan fleksibilitas (*flexibility*). Keempat dimensi tersebut lebih lanjut di terangkan oleh Muhardi dalam Mohamad et al (2020) lengkap dengan indikatornya sebagai berikut:

- a. Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. Unsur daya saing yang terdiri dari biaya merupakan modal mutlak dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan)

yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.

- b. Kualitas seperti yang di maksudkan oleh Muhardi adalah merupakan dimensi daya saing yang juga sangat penting, yaitu meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Tampilan produk dapat tercermin dari desain produk atau layanannya, tampilan produk yang baik adalah yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Jangka waktu penerimaan produk dimaksudkan dengan lamanya umur produk dapat diterima oleh pasar, semakin lama umur produk di pasar menunjukkan kualitas produk tersebut semakin baik. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk.
- c. Waktu penyampaian merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk. Ketiga indikator tersebut berkaitan, ketepatan waktu produksi dan lamanya waktu tunggu produksi.
- d. Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

2.1.4 Penelitian terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No (1)	Judul (2)	Persamaan (3)	Perbedaan (4)	Hasil Penelitian (5)	Sumber (6)
1.	Afri Muhammad Yoval. Khusnul Fikri, Sulistyandari, 2023, Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Operasional Breatdalk Pekanbaru	Lingkungan bisnis	Tidak ada variabel penggunaan teknologi dan daya saing	lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis H1 lingkungan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional dapat diterima	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA Vol. 2, No, 2, Juni 2023
2.	Michael Christian, 2019, Dampak Penggunaan Teknologi Berbasis Aplikasi pada usaha Restoran Berskala Mikro & Kecil	Penggunaan Teknologi	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis dan Daya saing	(1) Kinerja Usaha restoran dipengaruhi oleh Penggunaan Teknologi Berbasis Aplikasi untuk mendukung strategi usaha, (2) Kinerja Usaha juga dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dimana perubahan yang dinamis membutuhkan daya tanggap yang cepat untuk dapat tetap bersaing, (3) Orientasi Pasar dipengaruhi oleh factor Penggunaan Teknologi Berbasis Aplikasi dan (4) Kinerja Usaha restoran dipengaruhi oleh Penggunaan Teknologi Berbasis Aplikasi yang dimediasi oleh factor Orientasi Pasar	Journal of Business and Applied Management Vol.12 No.2: 131-198, 2019
3.	Muhammad Fernanda Maulana Faza, Ismail Solihin, 2024, Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Keterampilan Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis	Lingkungan Bisnis, Menggunakan Alat Analisis Regresi Linear Berganda	Tidak ada Variabel Penggunaan Teknologi dan Daya Saing	lingkungan bisnis dan keterampilan kewirausahaan secara parsial memberikan pengaruh positif antara terhadap kinerja bisnis UMKM sektor fashion di kota Bandung, dan keduanya secara simultan memberikan pengaruh sebesar 86.5%	Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol. 5 No. 1, 937-948, 2024
4.	Candra Dwi Hardiana, Ikhlas Ridho, 2022, Pengaruh Lingkungan Bisnis, dan Strategi Operasional terhadap Kinerja Operasional pada	Lingkungan Bisnis Menggunakan Alat Analisis Regresi Berganda	Tidak ada Variabel Penggunaan Teknologi dan Daya Saing	lingkungan bisnis dan strategi operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional, dengan tingkat signifikansi $0,539 > 0,05$ dan hasil uji F	Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.2 No.1, Januari 2022

No (1)	Judul (2)	Persamaan (3)	Perbedaan (4)	Hasil Penelitian (5)	Sumber (6)
	Outlet <i>Fast Food</i> di Kabupaten Bekasi			0,631. Analisis uji R ² menunjukkan bahwa hanya 3,8% variasi kinerja operasional dijelaskan oleh kedua faktor tersebut, sementara 96,2% dijelaskan oleh faktor lain	
5.	Heni Ardianto, Saharuddin Kaseng, 2021, Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Daya Saing Industri Rotan di Kota Palu	Daya Saing Analisis linear berganda	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis dan Penggunaan Teknologi	Strategi operasional yang terdiri dari Keputusan struktural dan Keputusan infrastruktural secara serempak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri rotan di kota Palu	Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 7, No 2, April 2021, 162-171
6.	Rifki Mohamad, Idris Yanto Niode, 2020, Analisis Strategi Daya Saing (<i>Competitive Advantage</i>) Kopia Karanji Gorontalo	Daya Saing	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis dan Penggunaan Teknologi	Berdasarkan hasil analisis eksternal, diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi strategi daya saing Kopia Karanji Gorontalo di Desa Pulubala Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo meliputi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan	Jurnal Kajian Ekonmi dan Bisnis, Vol 13. No 1, Juni 2020
7.	Anna Triwijayati, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, Achmad Zahrudin, 2023, Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital	Daya Saing	Tidak adanya Variabel Lingkungan Bisnis, dan Penggunaan Teknologi	Hasil studi ini menekankan urgensi bagi UMKM untuk berinvestasi dalam teknologi digital dan strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing. Strategi seperti adopsi <i>e-commerce</i> , pengambilan keputusan berbasis data, dan peningkatan pengalaman pelanggan dapat berperan penting dalam mencapai tujuan ini	Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science, Vol.2, No.3, Agustus 2023, 306-314
8.	Mediany Kriseka Putri, Astri Ghina dan Febi Sandita, 2017, Pengaruh Penggunaan Teknologi Komputer Terhadap Daya Saing UMKM Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung	Penggunaan Teknologi Daya Saing	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis	Variabel teknologi komputer berpengaruh terhadap variabel daya saing pelaku usaha sebesar 30% dan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini	Jurnal e-Proceeding of Management Vol.4, No, 2 Agustus 2017, Page 1224
9.	Vieridho Rafif Raditya, Dona Primasari, Rini Widianingsih, 2022, Analisis Penggunaan Teknologi Aplikasi Akuntansi pada Usaha Kecil dan Menengah	Penggunaan Teknologi	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis dan Daya Saing	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan untuk penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat dan sikap penggunaan teknologi	Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS). Vol.1, No.1, 2022

No (1)	Judul (2)	Persamaan (3)	Perbedaan (4)	Hasil Penelitian (5)	Sumber (6)
	(UKM) di Kabupaten Banyumas Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)			aplikasi akuntansi, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi aplikasi akuntansi, sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan teknologi aplikasi akuntansi, dan minat perilaku berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem senyatanya teknologi aplikasi akuntansi	
10.	Anis Khoirunnisa, 2020, Analisis Penerapan Strategi Generik Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (studi kasus bisnis kuliner sehat “Naturicha Healthy Food and Drink”)	Daya Saing	Tidak ada Variabel Lingkungan Bisnis dan Penggunaan Teknologi	hasil analisis menunjukkan Naturicha pada dasarnya memiliki beberapa strategi yang dapat dikembangkan untuk menghadapi persaingan yang semakin menjamur khususnya dalam industry kecil yang semakin kompetitif	Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS), Vol.1, No.1, Januari 2020
11.	Edy Suroso, 2009, Model Integrasi Lingkungan Bisnis, Strategi Operasi, Kinerja Perusahaan, Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur Menengah Besar di Tasikmalaya.	Lingkungan Bisnis	Tidak ada Variabel Penggunaan Teknologi dan Daya Saing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor lingkungan bisnis mempengaruhi pilihan strategi operasi.	Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 13 No.1, April 2009, 43-59

2.2 Kerangka Pemikiran

Lingkungan bisnis perlu dilakukan untuk membantu pelaku usaha dalam meramalkan dampak lingkungan bisnis terhadap perkembangan perusahaan. Perubahan dalam lingkungan bisnis, seperti kebijakan pemerintah atau perubahan tren pasar, dapat memengaruhi cara perusahaan beroperasi dan bersaing di pasar. Diperlukan analisis yang baik tentang lingkungan bisnis agar dapat membantu perusahaan untuk merancang strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan berpotensi memberikan keunggulan kompetitif. Berkumpulnya berbagai informasi dari lingkungan memudahkan untuk membuat perencanaan jangka Panjang.

Menurut Hardiana & Ridho (2022) mengemukakan bahwa lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Indikator lingkungan bisnis disesuaikan dari penelitian Kurniawan & Rinofah (2017) yaitu: [1] Biaya Bisnis, [2] Ketersediaan tenaga Kerja, [3] Tingkat Persaingan.

Selain Lingkungan bisnis, penggunaan teknologi tentunya tidak kalah penting dalam mempertahankan atau meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut L. Anatan & Ellitan (2018) Teknologi didefinisikan sebagai kemampuan mengenali masalah-masalah teknis dan mengeksploitasi konsep-konsep yang dapat memecahkan masalah teknis yang ada. Teknologi merupakan peralatan atau perangkat seperti *equipment*, *software*, dan *hardware*, yang digunakan untuk memecahkan masalah operasional secara efektif dalam suatu organisasi. Penggunaan teknologi yang tepat memungkinkan perusahaan untuk mengatasi tantangan yang ada di lingkungan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, mengembangkan produk atau layanan baru, dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai proses bisnis.

Anatan (2017: 36) menyatakan bahwa daya saing merupakan kemampuan suatu usaha (perusahaan) untuk memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya, dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Dengan kata lain, daya saing suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuannya untuk menciptakan produk atau jasa yang memiliki nilai lebih (*added value*) dibandingkan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing-pesaingnya. Nilai lebih ini dapat berupa kualitas produk yang lebih baik, fitur yang

lebih menarik, atau keunggulan-keunggulan lainnya yang dianggap berharga oleh pelanggan.

Daya Saing berkaitan dengan kemampuan perusahaan secara luas dalam menciptakan posisi bertahan melebihi pesaingnya. Daya saing terdiri dari kemampuan-kemampuan yang membuat suatu organisasi berbeda dari pesaingnya, dan merupakan hasil dari pengambilan keputusan manajemen yang penting (Munizu, 2021: 91). Indikator daya saing disesuaikan dari penelitian (Mohamad et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas, lingkungan bisnis dan penggunaan teknologi merupakan faktor kunci yang mempengaruhi daya saing perusahaan. Analisis lingkungan bisnis yang baik membantu perusahaan mengantisipasi perubahan seperti kebijakan pemerintah dan tren pasar, serta merancang strategi yang sesuai untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Selain itu, penggunaan teknologi yang tepat memungkinkan perusahaan mengatasi tantangan lingkungan mengembangkan produk/layanan baru, dan meningkatkan efisiensi proses bisnis. Daya saing perusahaan ditentukan oleh kemampuannya memberikan nilai lebih pada produk/jasanya dibandingkan pesaing, sehingga memberikan manfaat bagi pelanggan. Daya saing terkait dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan posisi bertahan melebihi pesaing melalui pengambilan keputusan manajemen yang penting. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan bisnis dan penggunaan teknologi yang baik sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM konveksi di Desa Gunajaya untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan uraian mengenai kerangka pemikiran dan pembahasan antar variabel, maka peneliti dapat merumuskan suatu hipotesis penelitian yakni sebagai berikut:

H01: $\beta = 0$ tidak ada pengaruh antara lingkungan bisnis terhadap daya saing.

Ha1: $\beta \neq 0$ terdapat pengaruh antara lingkungan bisnis terhadap daya saing.

H02: $\beta = 0$ tidak ada pengaruh antara penggunaan teknologi terhadap daya saing.

Ha2: $\beta \neq 0$ terdapat pengaruh antara penggunaan teknologi terhadap daya saing