

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Strategi bisnis merupakan faktor penting yang dapat digunakan untuk memperkuat dan meningkatkan kinerja sebuah organisasi, sehingga tercipta keunggulan kompetitif (Abdulwase et al., 2021). Setiap strategi yang diterapkan di perusahaan akan membantu untuk menentukan hasil kinerja dalam jangka waktu yang panjang (Thomas L. Wheelen et al., 2018). Dalam kondisi saat ini dimana dunia bisnis berkembang sangat cepat, perlu bagi setiap perusahaan untuk melakukan kegiatan pemantauan terhadap perubahan pasar, tidak hanya pada bidang pemasaran dan inovasi, namun juga pada kinerja bisnis dan penerapan indikator keuangan dalam pengukurannya (Horváthová et al., 2021).

Konsep kinerja dalam *strategic management* dipahami sebagai proses yang berkelanjutan yang merupakan seperangkat indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi sebuah tindakan, hasilnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan proses pengendalian dalam perusahaan (Wafiyudin et al., 2020). Kinerja bagi perusahaan merupakan hal yang penting, karena penilaian kinerja berkedudukan sebagai penentu berkala efektivitas operasional sebuah perusahaan. Dengan adanya informasi mengenai kinerja maka akan diperoleh informasi ketercapaian rencana yang telah ditetapkan perusahaan (Wafiyudin et al., 2020). Menurut banyak ahli, konsep kinerja bisnis ini telah menjadi fokus utama berbagai macam industri atau perusahaan serta para ahli telah banyak yang mempertimbangkan pentingnya pengukuran kinerja sebagai sarana komunikasi (Wafiyudin et al., 2020).

Pengukuran kinerja bisnis menjadi isu kritis yang setiap saat dibahas dan diteliti baik secara teoritis, empiris maupun manajerial. Secara teoritis, kinerja bisnis ini menjadi salah satu alat evaluasi untuk berbagai strategi yang telah diterapkan. Sedangkan secara empiris berbagai penelitian mengenai strategi tidak terlepas dari konstruk kinerja bisnis untuk menilai berbagai permasalahan mengenai strategi. Dari aspek manajerial, kinerja bisnis ini diyakini dapat meningkatkan volume perputaran pendapatan perusahaan, menentukan arah dan perubahan organisasi, penyesuaian organisasi serta kelangsungan hidup perusahaan (Venkatraman & Ramanujam, 1986).

Suatu perusahaan agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif harus mempersiapkan diri secara dini baik visi terhadap perubahan bentuk, kondisi perusahaan dan arena persaingan masa kini dan mendatang untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Keberhasilan perusahaan pada dasarnya dijelaskan oleh kinerjanya selama periode waktu tertentu (Al-Matari, Al-Swidi, & Fadzil, 2014). Keberhasilan dalam menciptakan kinerja bisnis yang baik sangat ditentukan oleh perencanaan strategi perusahaan yang baik, hal ini ditunjukkan dengan melaksanakan langkah-langkah dalam manajemen strategik (Skokan, Pawliczek, & Piszczur, 2013).

Kinerja bisnis dikonseptualisasikan sebagai hasil akhir dari aktivitas suatu perusahaan. Alat ukur kinerja bisnis dapat dipilih berdasarkan organisasi yang akan dinilai dan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam perumusan strategi sebagai bagian dari proses manajemen strategis, harus dapat digunakan untuk mengukur kinerja bisnis setelah strategi tersebut diterapkan (Wheelen, Hunger, Hoffman, & Bamford, 2017).

Menurut (De Waele et al., 2021) permasalahan kinerja bisnis selalu menarik untuk dibahas, karena seluruh perusahaan baik yang berukuran besar atau kecil berlomba-lomba untuk mencari alat pengukuran kinerja yang lebih akurat untuk dijadikan sebagai bahan informasi perusahaan. Mengingat berkembangnya lingkungan bisnis yang sangat dinamis berkembang pula berbagai pengukuran kinerja bisnis yang digunakan suatu perusahaan. Dalam sistem manajemen tradisional, pengukuran kinerja bisnis hanya didasarkan pada aspek keuangan, karena ukuran keuangan ini dapat dengan mudah diperoleh dalam bentuk nilai kuantitatif yang berasal dari laporan keuangan, sedangkan kinerja non-keuangan seringkali diabaikan karena tidak mudah untuk diukur (Wafiyudin et al., 2020). Peningkatan kompleksitas pengelolaan organisasi saat ini menuntut manajer untuk dapat mengukur dan menganalisis kinerja dari aspek non keuangan (Horváthová et al., 2021) seperti mempertimbangkan pelanggan, kualitas produk dan pelayanan, serta aspek non keuangan lainnya (Lo et al., 2016).

Beberapa penelitian terkait peningkatan kinerja bisnis telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya yang mengkonfirmasi bahwa posisi keunggulan perusahaan (*comparative advantage, competitive advantage, atau cooperative*

advantage) dinyatakan secara langsung mampu mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis. Terdapat fakta yang menyatakan bahwa sumber-sumber keuntungan perusahaan seperti *superior skills* and *superior resources* mampu memanifestasi posisi keunggulan perusahaan dalam bentuk nilai-nilai pelanggan yang superior dan biaya pengiriman terendah, yang pada akhirnya mampu mewujudkan kinerja bisnis yang superior (Day & Wensley, 1988).

Penelitian mengenai kinerja bisnis telah banyak dilakukan dalam berbagai industri mulai dari industri manufaktur (Lo et al., 2016), jasa (Kanovska & Tomaskova, 2018), *tourism* (Subangkit & Suhardjanto, 2018), logistik (Green et al., 2008), industri perbankan (Green et al., 2008), dan perusahaan konstruksi (Love and Holt 2000; Horta, Camanho, and Da Costa 2010; Fatima and Wibisono 2017; Ali, Al-Sulaihi, and Al-Gahtani 2013). Namun, masih sedikit ditemukan penelitian mengenai kinerja bisnis yang fokus terhadap industri konstruksi baja, sehingga menarik untuk dilakukan berbagai penelitian lanjutan, hal ini karena salah satu indikator kuat dan tidaknya perekonomian suatu negara di dunia pada saat ini dan ke depan dapat dilihat dari kekuatan dan kokohnya dari struktur dan kinerja industri besi dan baja yang dimiliki oleh suatu negara yang bersangkutan (Prasetyo, 2010).

Dalam kurun waktu beberapa dekade terakhir, lingkungan bisnis global yang kompleks dan kompetitif telah menyoroti pentingnya pengukuran kinerja dalam semua industri, khususnya industri konstruksi. Hal ini karena industri konstruksi telah lama mendapatkan kritik dikarenakan kinerja yang rendah, sehingga tidak sedikit peneliti yang menekankan pentingnya mengadopsi metode pengukuran kinerja untuk meningkatkan kinerja industri konstruksi, hal ini karena adanya perkembangan pesat di industri lainnya dalam penerapan metode pengukuran kinerja, semakin kompleksnya proyek konstruksi, semakin berkembangnya manajemen dan teknologi dalam konstruksi, sehingga pengukuran kinerja dalam industri konstruksi semakin penting untuk dilakukan (Yang et al., 2010)

Menurut (Meng & Fenn, 2019) saat ini masih banyak ditemukan kesenjangan dalam segi pengetahuan dan praktek di lapangan mengenai pengukuran kinerja dalam industri konstruksi, sehingga hal ini bisa menjadi celah

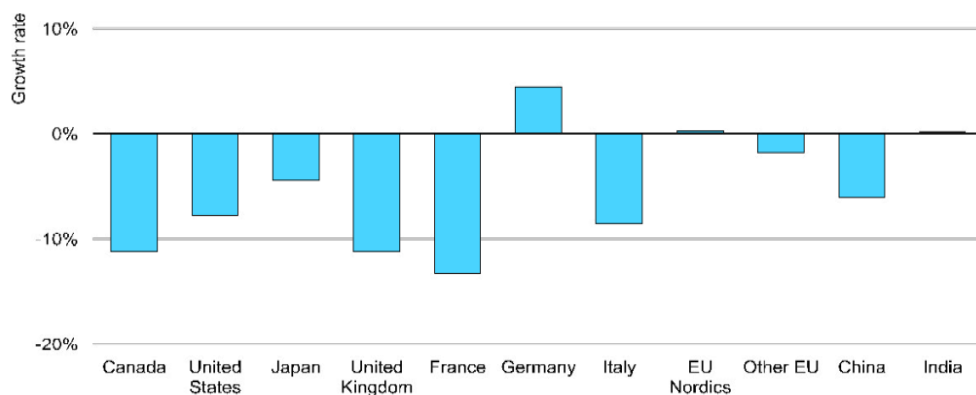
untuk para peneliti melakukan kajian lebih dalam mengenai pengukuran kinerja pada industri konstruksi. Kesenjangan itu berupa pertama kerangka penilaian kinerja untuk proyek konstruksi belum ada model yang komprehensif untuk mengukur secara efektif, kedua pengukuran kinerja proyek konstruksi relatif subjektif dan biasanya terfokus pada indeks keuangan, sedangkan indeks non keuangan jarang digunakan karena indeks non keuangan tidak mudah untuk diidentifikasi, masih terbatasnya penelitian mengenai pengukuran kinerja dalam industri konstruksi. Ketiga, pengukuran kinerja pada industri konstruksi masih menggunakan sistem yang statis, tanpa mempertimbangkan kompleksitas proyek dan ketidakpastian yang berkembang dalam lingkungan internal dan eksternal di sekitarnya.

Industri konstruksi merupakan salah satu industri yang dinamis, serta mempunyai faktor internal dan eksternal yang kompleks (Fatima & Wibisono, 2017). Perubahan yang sangat cepat dan industri yang kompetitif pada industri konstruksi memaksa para perusahaan konstruksi untuk terus menerus meningkatkan kinerja perusahaan mereka (Ali et al., 2013). Industri konstruksi memiliki peran penting dalam pembangunan negara dengan memberikan kontribusi terhadap PDB negara. Hal inilah yang mendorong negara mampu berkembang pesat karena pembangunan infrastruktur negara tersebut. Pertumbuhan suatu negara seringkali ditandai dengan berapa banyak infrastruktur yang berhasil dikembangkan, dimana infrastruktur menjadi pusat daya tarik global, selain itu industri konstruksi semakin dibutuhkan dalam dunia modern seiring peningkatan populasi di seluruh dunia, dan kepemilikan terhadap infrastuktur tertentu menjadi parameter kesuksesan individu atau perusahaan (Thakor, 2016).

Industri konstruksi pada dasarnya memberikan kontribusi besar untuk pembangunan sosial ekonomi nasional dengan membangun sarana dan prasana produktif. Industri konstruksi merupakan salah satu sektor besar yang bonafit, memberikan kontribusi pendapatan yang signifikan terhadap perekonomian nasional di setiap periode, mampu menciptakan banyak lapangan pekerjaan karena teknologi padat karya yang dijalankan, industri konstruksi berlangsung di seluruh negara dan mampu mendorong perkembangan sektor kewirausahaan, dan transfer teknologi ke semua warga negara. Studi literatur menunjukkan bahwa peran

konstruksi dalam suatu negara yang begitu besar, tentunya harus mendapatkan perhatian yang besar pula. Dengan demikian urgensi untuk meneliti industri ini harus terus dilakukan, meskipun kondisi di lapangan menunjukkan minat para akademisi untuk melakukan penelitian terhadap industri konstruksi stagnan bahkan cenderung menurun (Ofori, 2007).

Kondisi industri konstruksi global saat ini cukup terpuruk karena adanya Covid-19 yang melanda seluruh dunia, ditandai adanya penurunan aktivitas konstruksi global sebesar 10-25% dibandingkan tahun 2019. Tahun 2019 nilai konstruksi global meningkat sebesar 2,6% melambat dari tahun sebelumnya yang mencapai 3,2%, terjadi hampir di seluruh dunia, di pasar Asia khususnya China, nilai konstruksi hanya mencapai 4,4% per tahun turun dari 5,1 %, sedangkan pasar Amerika Utara dan Eropa hanya mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan yang rendah sebesar 1,2 – 2,3% (GSP, 2020). Gambar 1.1 Proyeksi Nilai Konstruksi Global Tahun 2020 menggambarkan bahwa selama masa pandemi, banyak negara telah melaporkan penurunan yang signifikan dalam menyelesaikan aktivitas konstruksi.



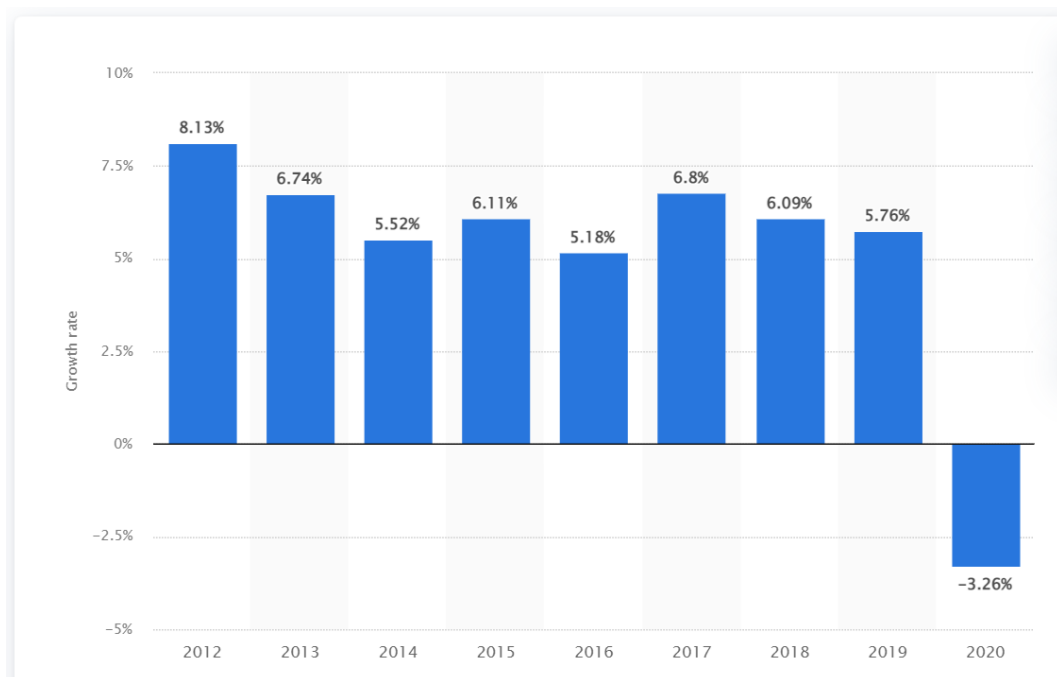
Sumber : (GSP, 2020)

Gambar 1.1
Proyeksi Nilai Konstruksi Global Tahun 2020

Industri konstruksi di Indonesia merupakan salah satu sektor yang paling berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian Indonesia dan merupakan kontributor penting dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Industri konstruksi ini merupakan sektor yang dibangun untuk menopang sektor ekonomi lainnya seperti sektor pertanian, energi, pariwisata, manufaktur dan lainnya

(Budiwibowo et al., 2009). Sektor konstruksi merupakan penyumbang terbesar ketiga terhadap PDB Indonesia dan investasi di sektor konstruksi di Indonesia termasuk yang terbesar dari semua investasi konstruksi di Asia. Industri ini tumbuh karena didukung oleh target pemerintah untuk mengembangkan infrastruktur nusantara untuk meningkatkan konektivitas di Indonesia (Statista.com, 2021).

Pasar konstruksi Indonesia merupakan pasar terbesar jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga lainnya diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2025. Namun pasar konstruksi di Indonesia kalah menarik dibandingkan negara tetangga dikarenakan resiko investasi industri yang masih cukup tinggi karena kondisi lingkungan politik dan keamanan yang belum stabil (Kesai et al., 2018). Diperparah lagi industri konstruksi merupakan salah satu sektor yang terdampak pandemi covid-19 (WHO, 2020). Data menunjukkan pandemi covid-19 telah memakan korban meninggal hingga 2,66 juta yang tersebar di 223 negara, khususnya di Indonesia mencapai angka kematian sebesar 38 ribu jiwa (The Economist Intelligence Unit, 2020). Gambar 1.2 Nilai PDB Indonesia dari Sektor Konstruksi Tahun 2012-2020 menunjukkan bahwa nilai PDB Indonesia dari sektor konstruksi cenderung berfluktuasi dari tahun 2012, namun selama tiga tahun terakhir trennya cenderung turun, dan di tahun 2020 menunjukkan kontribusi negatif sebesar 3,26%.



Sukma Nugraha, 2023

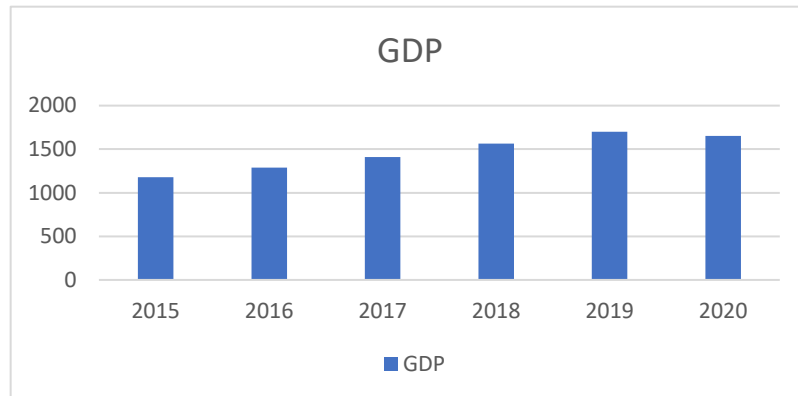
STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber : (Statista.com, 2021)

Gambar 1.2
Nilai PDB Indonesia dari Sektor Konstruksi
Tahun 2012-2020

Kontribusi sektor konstruksi di Indonesia terhadap PDB selama 2015-2020 juga diperjelas dalam Gambar 1.3 yang menandakan bahwa ada penurunan yang cukup signifikan di tahun 2020.



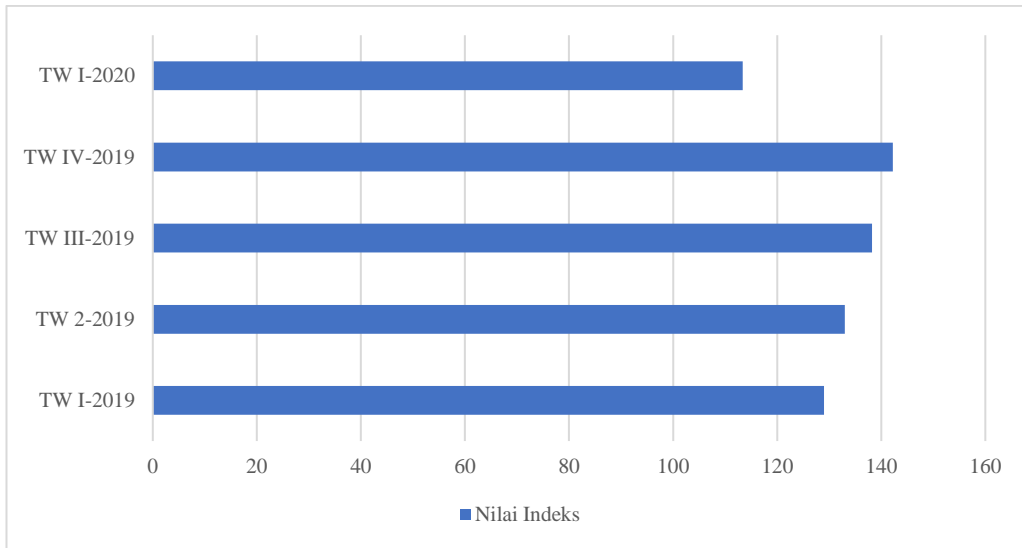
Sumber : (Statista.com, 2021)

Gambar 1.3
Nilai PDB Indonesia dari Sektor Konstruksi
Tahun 2015-2020

Penurunan nilai konstruksi juga dapat dilihat pada data Indeks Nilai Konstruksi triwulan I pada tahun 2020 sebesar 113,38 yang kemudian mengalami penurunan sebesar 12,10% dibandingkan indeks pada tahun 2019 yang bernilai 128,99. Data juga menunjukkan bahwa Indeks pada triwulan I tahun 2020 juga mengalami penurunan sebesar 20,29% dibanding triwulan IV tahun 2019. Kondisi bisnis pada tahun 2019 telah menyebabkan sebagian besar pengusaha konstruksi pesimis terhadap kondisi usahanya, khususnya pada triwulan I. Namun sebaliknya, pada triwulan II tahun 2019, sebagian besar pengusaha konstruksi optimis akan mempunyai prospek yang lebih baik. Hal ini dikarenakan pada tahun 2019, besaran nilai indeks kondisi dan prospek bisnis menunjukkan angka yang cukup menjanjikan. Sedangkan pada tahun 2020, sebagian besar pengusaha pengusaha pesimis terhadap kondisi usahanya pada triwulan I dan triwulan II tahun 2020. Hal ini dikarenakan besaran nilai kondisi dan prospek bisnis yang tidak baik. Dengan demikian, para pengusaha konstruksi juga mengalami beberapa masalah pada bisnisnya (bps.go.id, 2020).

Sukma Nugraha, 2023

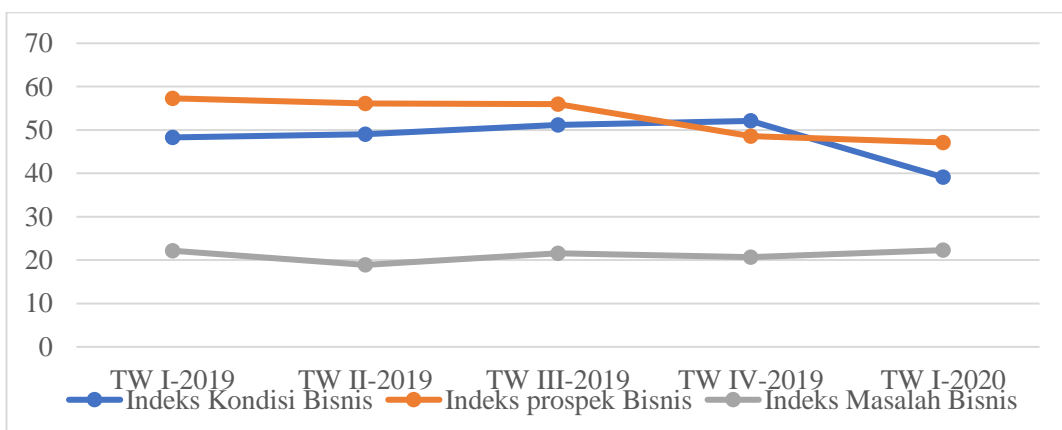
STRATEGI BERBASIS NILAI DALAM MENCIPTAKAN RELIGIUSITAS ATMOSPHERE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA BISNIS KONSTRUKSI BAJA DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Sumber : (bps.go.id, 2020)

Gambar 1.4
Pertumbuhan Nilai Konstruksi yang Diselesaikan

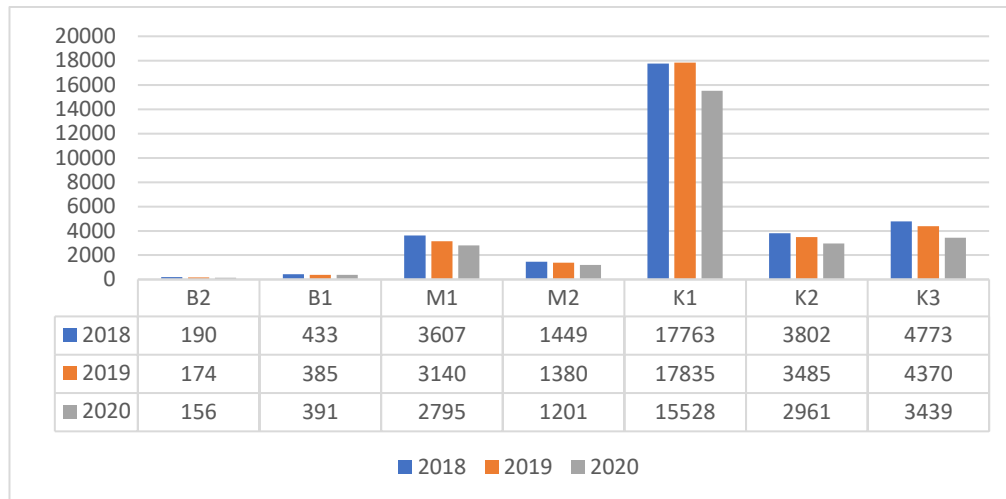
Kondisi keterpurukan industri konstruksi di Indonesia juga digambarkan dalam Gambar 1.5 yang menjelaskan bahwa indeks masalah bisnis pada tahun 2020 cukup mengkhawatirkan bagi para pengusaha konstruksi dibandingkan triwulan pada periode tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena data menunjukkan bahwa Indeks Masalah Bisnis (IMB) pada triwulan 1 tahun 2019 menunjukkan sebesar 22,19 sedangkan pada triwulan I tahun 2020 sebesar 22,27. Dengan demikian tantangan masalah pada bisnis konstruksi tahun 2020 lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya atau dengan kata lain, pengusaha jasa konstruksi cenderung pesimis di masa yang akan datang (bps.go.id, 2020).



Sumber: (bps.go.id, 2020)

Gambar 1.5
Indeks Kondisi, Prospek Bisnis dan Masalah

Data dari (Gapensi, 2018, 2019, 2020) yang ditunjukkan pada Gambar 1.6 menunjukkan bahwa terdapat penurunan jumlah anggota Gapensi yang merupakan Asosiasi Jasa Konstruksi Nasional pada masa pandemi. Perusahaan kontraktor yang dikualifikasikan dalam tiga skala, yaitu kualifikasi kecil (K1, K2, K3), kualifikasi menengah (M1, M2) dan kualifikasi besar (B1 dan B2).



Sumber: (Gapensi, 2018, 2019, 2020)

Gambar 1.6
Statistik Anggota Gapensi

Tren aktivitas konstruksi global yang menurun karena virus corona ini tentunya sangat merugikan perekonomian dunia. Banyak pekerja konstruksi diberhentikan sementara karena khawatir akan adanya penyebaran virus, selain itu sistem transportasi juga terganggu yang berdampak pada kacaunya sistem pasokan bahan. Hampir semua perusahaan konstruksi mengalami penurunan kinerja yang ditandai dengan kesulitan keuangan, sehingga perusahaan banyak merumahkan pekerja mereka dan tidak sedikit yang perusahaan konstruksi yang mengalami kebangkrutan (Biswas et al., 2020).

Berdasarkan data dari (Kadin, 2021) di Indonesia banyak program konstruksi yang tertunda dikarenakan banyak faktor mulai dari faktor tenaga kerja, manajemen, dan keuangan (Hassan et al., 2016), rantai pasokan terpengaruh karena mobilitas pekerja yang rendah, kekurangan bahan, transportasi terbatas, banyak investor mengalami penurunan pendapatan padahal industri konstruksi ini merupakan salah satu sektor kunci yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, dan industri konstruksi ini memiliki potensi yang sangat besar dan akan

terus berkembang di masa yang akan datang, sehingga kinerja bisnis pada perusahaan konstruksi perlu untuk diperhatikan secara kontinu.

Dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis perusahaan konstruksi perlu menetapkan strategi, karena menurut (Rahayu, 2010) perancangan strategi sejatinya bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat dicapai melalui implementasi yang tepat, tahapan evaluasi dan pemilihan alternatif oleh manajemen dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun implementasi strategi yang digunakan pada penelitian ini yaitu strategi berbasis nilai atau *value driven strategy*. Strategi berbasis nilai diyakini mampu untuk mengantarkan perusahaan mencapai keunggulan kompetitif, hal ini karena pada umumnya nilai ditawarkan oleh perusahaan dan dibeli oleh pelanggan, selain itu strategi nilai juga berhubungan dengan pemasok dimana keduanya berkolaborasi untuk menghasilkan nilai untuk pelanggan (Park & Park, 2020).

Upaya pengembangan nilai-nilai pada setiap level organisasi dibentuk dan dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal merupakan salah satu aspek utama harus diselaraskan dalam rangka pengembangan seperangkat nilai-nilai ini perusahaan. Lingkungan internal diartikan sebagai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan baik dalam hal operasional maupun manajerial. Analisis lingkungan internal pada dasarnya bertujuan untuk melakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memahami sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya untuk dijadikan sebagai sumber keunggulan kompetitif perusahaan (Suci, 2015). Salah satu cara dalam mengukur faktor internal yang selanjutnya dipertimbangkan sebagai kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan untuk menganalisis seberapa baik manajemen perusahaan tertentu bisa menggunakan indikator yang disebut kerangka VRIO atau *Value, Rare, Imitability* dan *Organization* (Thomas L. Wheelen et al., 2018).

Dimensi-dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur lingkungan internal dirangkum dalam bentuk nilai-nilai organisasi yang dipercaya, diikuti dan dijadikan filosofi atau landasan dalam menjalankan perusahaan. Nilai-nilai ini biasanya tertulis di dalam budaya organisasi, mengingat budaya organisasi mencakup harapan tentang perilaku, gaya berperilaku, gaya dalam mengambil

keputusan dan gaya komunikasi. Pentingnya nilai-nilai dalam organisasi karena dengan adanya nilai-nilai yang disepakati menjadi salah satu cara untuk menemukan identitas perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian nilai-nilai yang diinternalisasi di organisasi sangat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini karena, terbukti dalam beberapa kasus, perusahaan yang memiliki nilai organisasi yang jelas dan diinternalisasi dengan baik oleh seluruh karyawan mencapai hasil kinerja yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menyatakan nilainya secara jelas bahkan tidak memiliki sama sekali (Gorenak & Ferjan, 2015). Adapun nilai-nilai organisasi dalam mengukur lingkungan internal yaitu nilai integritas (*integrity*), saling menghargai (*respect*), keberanian karyawan (*courage*), pelayanan (*services*). Kebijakan (*wisdom*), disiplin dan kerjasama.

Lingkungan internal juga dipengaruhi oleh lingkungan eksternal (Ogotu & Pellisier, 2012) yang mana lingkungan eksternal merupakan semua hal yang berada di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan (Witcher, 2020). Dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur lingkungan eksternal yaitu perubahan kebijakan pemerintah, yang mana pilihan strategi perusahaan sangat dipengaruhi oleh keputusan politik (Brodbeck et al., 2004), budaya yang berkembang di masyarakat, kemampuan konsumen dalam mendapatkan produk dan faktor persaingan antar perusahaan.

Faktor lingkungan eksternal dan internal yang mampu mempengaruhi penerapan strategi berbasis nilai di perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian terdahulu mengemukakan bahwa kinerja bisnis dipengaruhi oleh *social culture* (L.Pathiranage, 2019), *religious values* (Rohaizat, 2001), *organizational values* (Fitzgerald & Desjardins, 2004), *organizational value* (Abdul et al., 2013), *values, leadership styles* (Carter & Greer, 2013), *religious* (Lu & Wu, 2020; Wang & Lu, 2021; Wijayanti & Nurhayati, 2021). *religiosity atmosphere* (Brien et al., 2021; Li et al., 2020; Liu et al., 2021).

Melalui pemikiran dan kajian yang mendalam, penulis menawarkan strategi yang dituangkan dalam sebuah disertasi melalui analisis strategi atmosfer religiusitas dalam meningkatkan kinerja bisnis yang dapat diterapkan dalam sektor industri konstruksi maupun sektor industri lainnya yang bertujuan untuk mengukur

sejauhmana keyakinan individu dalam memegang ajaran Tuhan, menjadikan nilai itu sebagai pedoman hidup dan mengaplikasikannya dalam kehidupan mereka diyakini dapat mempengaruhi produktivitas dan kinerja karyawan di perusahaan, dimana nilai tersebut dapat membimbing karyawan untuk bagaimana berperilaku, bekerja, mengambil keputusan terutama pada lingkungan yang multi kultural dan multi religius.

Religiosity atmosphere dalam persaingan strategis berkedudukan sebagai salah satu aspek dalam pendekatan berbasis nilai atau *value driven strategy* (Jr 2009). *Value driven strategy* diartikan sebagai strategi organisasi untuk mengembangkan seperangkat strategis nilai-nilai inti pada setiap level organisasi (Piercy and Cravens 2000). Salah satu dasar dari penerapan *value driven strategy* yaitu mengidentifikasi nilai-nilai inti yang menjadi dasar organisasi. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam mengenai apa yang dianggap penting oleh perusahaan, termasuk etika, integritas, tanggung jawab sosial, keadilan, agama atau nilai-nilai lainnya. Nilai-nilai ini kemudian harus diartikulasikan secara jelas dan komprehensif sehingga dapat menjadi panduan bagi seluruh organisasi (Adhim & Hakim, 2019).

Strategi atmosfer religiusitas (*religiosity atmosphere*) inilah yang diyakini penulis akan mampu meningkatkan kinerja bisnis perusahaan. Sifat religius pada individu yang diartikan sebagai perilaku taat pada agama yang dianutnya, serta sejauh mana pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah, pelaksanaan aturan individu terhadap agamanya (Peranginangin & Nevi, 2019) dapat mempengaruhi kinerja bisnis. Menurut (Hilary & Hui, 2009) sulit untuk menjelaskan hubungan kausal antara keyakinan agama dan perilaku perusahaan. (Liu et al., 2021) berpendapat keyakinan agama atau religiusitas dapat sangat mempengaruhi perilaku individu, saat perusahaan memiliki suasana keagamaan atau *religiosity atmosphere* yang kuat maka diyakini dapat mengurangi resiko para pimpinan dan pekerja dalam melakukan pelanggaran di perusahaan, baik yang bersifat etis maupun struktural, sehingga mengurangi resiko timbulnya masalah-masalah.

Adanya *religiosity atmosphere* yang kuat di perusahaan secara positif dapat mendorong adanya perbaikan dan peningkatan tata kelola perusahaan. Semakin kuat *religiosity atmosphere* perusahaan maka semakin rendah

kemungkinan untuk perusahaan melakukan kecurangan atau pelanggaran dalam membuat laporan keuangan, dan lainnya. Literatur yang luas menunjukkan efek signifikan dari religiusitas pada orang hidup. Dalam penelitiannya, (Essoo & Dibb., 2004) telah membuktikan bahwa adanya hubungan antara religiusitas dan perilaku manusia, baik dari segi kognitif maupun aspek afektif. Agama juga telah dikatakan dapat mempengaruhi sifat emosional individu dan tindakan fisiknya (Siala, O'Keefe, & Hone, 2004).

Menurut Koenig yang dikutip dalam (Mussardo, 2019) agama adalah sistem kepercayaan, praktik, ritual, dan simbol yang dirancang untuk (a) bagi memfasilitasi kedekatan dengan yang suci atau transenden (Tuhan, kekuatan yang lebih tinggi, atau yang tertinggi) kebenaran atau kenyataan), dan (b) untuk menumbuhkan pemahaman tentang hubungan dan tanggung jawab seseorang untuk yang lain hidup bersama dalam suatu komunitas.

Azimi, dkk. (2006) mengklaim bahwa religiusitas dari perspektif Islam adalah terukur, tetapi tingkat religiusitas sejati seseorang hanya diketahui oleh Allah. Studi terdahulu mengungkapkan bahwa kesuksesan wirausaha dapat dipengaruhi oleh religiusitas seseorang. Dengan adanya religiusitas pada pribadi seorang wirausahawan, pengejaran kekayaan materi tidak mengarah pada hasil disfungsional, akan tetapi lebih kepada meningkatkan kepuasan hidup yang lebih tinggi (Bellu & Fiume, 2004). Selain itu, sejumlah penelitian telah membuktikan adanya dampak positif religiusitas terhadap berbagai hasil Sumber Daya Manusia (SDM) dan organisasi (Abu Bakar, Cooke, & Muenjohn, 2018). Religiusitas juga dianggap sebagai salah satu hal yang dapat meningkatkan komitmen pada organisasi (Brown & Sargeant, 2007); (Prabowo, Mariatin, & Novliadi, 2018). Penelitian lainnya menyatakan bahwa religiusitas memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan interaksi antara komitmen organisasi dengan kinerja karyawan (Robbie & Novianti, 2020).

Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa *religious atmosphere* dalam sebuah perusahaan mendasari perilaku pegawai yang bekerja dengan baik di perusahaan. Menurut mereka bekerja adalah suatu hal yang menjadi salah satu panggilan agama mereka. Religiusitas itu pula dapat berdampak pada menurunnya stress kerja, mampu mempertahankan sikap kerja karyawan, meningkatkan

keterlibatan kerja atau *job engagement*, kepuasan kerja, kesehatan mental karyawan, dan kesejahteraan subjektif karyawan. Hal ini akan sangat menguntungkan perusahaan, dimana saat para pekerjanya loyal terhadap pekerjaan mereka, akan berdampak pada kinerja bisnis perusahaan (Brien et al., 2021).

Nilai agama yang diyakini oleh individu pada perusahaan pada akhirnya akan menciptakan lingkungan kerja yang bernilai tinggi dan penuh makna, dimana perusahaan dalam menjalankan perusahaannya akan lebih fokus pada pelanggan, karyawan dan investor dalam jangka panjang, dampaknya perusahaan akan lebih unggul dalam kinerja dibandingkan dengan organisasi lainnya (Zahid, 2017).

Kemampuan strategi perusahaan sangat dibutuhkan agar perusahaan mampu bertahan dalam berbagai kondisi bisnis yang tidak menentu (Johnson & Greening, 2017) terutama untuk perusahaan konstruksi di Indonesia yang senantiasa dihadapkan pada kondisi-kondisi ketidakpastian bisnis, khususnya pada masa pandemi, sehingga perusahaan konstruksi di Indonesia harus meningkatkan daya saingnya di pasar global sehingga mampu untuk memberikan kontribusi untuk pembangunan nasional.

Gambaran mengenai industri konstruksi di Indonesia sangat beragam dan tersebar berbagai provinsi, yang diklasifikasikan berdasarkan batas nilai suatu pekerjaan mulai dari usaha konstruksi perorangan, kecil, menengah dan besar. Untuk itu yang dimaksud pada kajian penelitian ini adalah perusahaan konstruksi klasifikasi skala menengah dan besar yang ada di Indonesia khususnya di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Banten yang tergabung dalam Gabungan Pelaksana Konstruksi Nasional Indonesia atau GAPENSI dengan unit analisis konstruksi baja yang tergabung dalam perkumpulan masyarakat profesional yang keanggotaannya bersifat pribadi atau badan usaha yang disebut *Indonesian Society of Steel Construction* (ISSC).

Keberadaan sektor konstruksi mempunyai peran besar yang berkaitan erat dengan penyerapan tenaga kerja, penanaman modal, jumlah proyek infrastruktur dan bangunan, hubungan timbal balik dengan sektor-sektor pendukung, bahkan menjadi fasilitator dalam pergerakan dan pertumbuhan barang dan jasa. Pemerataan pembangunan untuk semua sektor juga didukung oleh sektor konstruksi antara lain ketahanan pangan di tiap daerah, pemenuhan kebutuhan listrik dan energi nasional,

peningkatan sarana pendidikan dan kesehatan, akses jalan yang memadai untuk pengangkutan barang dan jasa, dan peningkatan daya tarik pariwisata (BPS, 2020).

Oleh karena itu penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam menemukan model yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia melalui variabel *external environment*, *internal environment*, *value driven strategy*, *religiousity value program*, dan *athmosphere religiousity*, sehingga perusahaan konstruksi di Indonesia dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka serta unggul dibandingkan para pesaingnya.

Posisi strategis perusahaan konstruksi di Indonesia membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui disertasi dengan variabel penelitian lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value driven strategy*, *religiousity value program* dan *religiousity atmosphere* yang implikasinya pada peningkatan kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia karena masih sedikitnya penelitian mengenai penerapan strategi berbasis nilai pada perusahaan konstruksi di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini mencoba menjelaskan pengaruh lingkungan internal, lingkungan eksternal terhadap *value driven strategy*, pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap *religious value program*, pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap *religiousity atmosphere*, serta pengaruh *religious value program* dan *religiousity atmosphere* terhadap kinerja bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel *religiousity atmosphere*. Maka dari itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran lingkungan eksternal, lingkungan internal, *religious value program*, *value driven strategy*, *religiousity atmosphere* dan kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal terhadap lingkungan internal perusahaan konstruksi di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *value driven strategy* perusahaan konstruksi di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *religiousity value program* perusahaan konstruksi di Indonesia?

5. Bagaimana pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *religious atmosphere* perusahaan konstruksi di Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh *value driven strategy* terhadap *religiousity value program* dan *religious atmosphere* perusahaan konstruksi di Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh *religiousity value program* dan *religious atmosphere* terhadap kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui gambaran lingkungan eksternal, lingkungan internal, *religious value program*, *value driven strategy*, *religiousity atmosphere* dan kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal terhadap lingkungan internal perusahaan konstruksi di Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *value driven strategy* perusahaan konstruksi di Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *religiousity value program* perusahaan konstruksi di Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap *religious atmosphere* perusahaan konstruksi di Indonesia
6. Untuk mengetahui pengaruh *value driven strategy* terhadap *religiousity value progdam* dan *religious atmosphere* perusahaan konstruksi di Indonesia
7. Untuk mengetahui pengaruh *religiousity value program* dan *religious atmosphere* terhadap kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian disertasi ini adalah untuk :

- a. Pemahaman terhadap konstruksi teoritis variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value driven strategy*, *religious value program*, *religiosity atmosphere*, dan kinerja bisnis.
- b. Hubungan kausalitas antara variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap *value driven strategy*, variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap *religious value program*, variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap *religiosity atmosphere*, *religiosity program* terhadap kinerja bisnis, *religiosity program* terhadap kinerja bisnis melalui variabel mediasi *religiosity atmosphere*, *religiosity atmosphere* terhadap kinerja bisnis.
- c. Memberikan informasi tambahan mengenai teori model yang menjelaskan antara karakteristik-karakteristik variabel lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value driven strategy*, *religious value program*, *religiosity atmosphere*, dan kinerja bisnis
- d. Memberikan sudut pandang baru mengenai analisis bidang manajemen strategi khususnya dalam kajian *religiosity atmosphere*.
- e. Menambah bahan kajian dan referensi untuk kalangan akademis di bidang manajemen strategi, serta kajian multilevel dan lintas level pada lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value driven strategy*, *religious value program*, *religiosity atmosphere*, dan kinerja bisnis.
- f. Temuan penelitian dapat memberikan kontribusi dalam pemikiran dan memperkuat teori serta hasil penelitian sebelumnya khususnya di bidang manajemen strategi, dan khususnya terkait variabel *religiosity atmosphere*.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian teoritis diharapkan mampu berkontribusi praktis dalam hal-hal sebagai berikut.

- a. Memberikan masukan kepada perusahaan konstruksi di Indonesia khususnya yang tergabung dalam Gabungan Pelaksana Konstruksi Nasional Indonesia atau GAPENSI dengan unit analisis ISSC atau perusahaan konstruksi baja di Indonesia dalam pengambilan keputusan sebagai upaya meningkatkan kinerja perusahaan yang mempertimbangkan aspek

lingkungan internal, lingkungan eksternal, *value driven strategy*, *religiosity value program*, dan *religiosity atmosphere*.

- b. Berkontribusi sebagai alat dan bahan pendorong untuk para peneliti lainnya yang mengembangkan kajian pengaruh antar variabel yang dibahas.
- c. Berkontribusi untuk menghasilkan panduan yang dapat dijadikan alternatif solusi permasalahan di bidang manajemen strategi.
- d. Berkontribusi pada hal pemikiran untuk praktek-praktek manajerial untuk perusahaan konstruksi di Indonesia, yaitu dalam bentuk pengujian empirik lingkungan bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia.
- e. Berkontribusi dalam mengembangkan pemikiran mengenai lingkungan internal, lingkungan eksternal *religiosity value program*, dan *religiosity atmosphere* untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan konstruksi di Indonesia.
- f. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai informasi untuk membantu manajemen dalam perusahaan konstruksi di Indonesia terutama dalam penerapan manajemen strategi, sehingga akurasi, efektivitas, produktivitas hasil dapat diperoleh dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis.
- g. Hasil penelitian dapat menghasilkan informasi awal yang bermanfaat untuk peneliti masa depan, baik bagi mereka yang sedang melakukan penelitian saat ini atau yang akan melakukan penelitian di masa depan.