

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kinerja secara umum dapat dianggap sebagai hasil pencapaian perusahaan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan dalam beradaptasi pada lingkungan eksternal maupun mengelola sumber daya internal melalui penerapan suatu strategi tertentu (Al-ansari et al., 2013; Taghian, D'Souza, et al., 2015). Kinerja adalah hasil sebenarnya dari suatu proses manajemen strategis. Proses implementasi manajemen strategis dilakukan untuk meningkatkan kinerja organisasi, yang apada umumnya ditentukan dari keuntungan dan laba atas investasi (Wheelen et al., 2015a). Pengukuran terhadap suatu kinerja dalam bisnis didasarkan pada efektifitas sumber daya yang tersedia, kualitas produk dan layanan, pelanggan dan pangsa pasar, pertumbuhan perusahaan, pencapaian tujuan perusahaan, serta faktor kunci lainnya seperti profitabilitas (Hult, Hurley, & Knight, 2004; Taghian et al., 2015, Al-hakim & Lu, 2017).

Konsep kinerja bisnis melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti manajemen operasi, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, akuntansi atau keuangan, sistem informasi, perilaku organisasi, dan ekonomi (Franco-santos et al., 2007). Salah satu hal yang penting bagi perusahaan adalah kinerja bisnis, karena kinerja bisnis mencerminkan budaya, norma, nilai dan keyakinan perusahaan. Orientasi perusahaan yang tertanam kuat dalam budaya, norma dan keyakinan perusahaan, akan mendukung pelaksanaan strategi perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing sehingga akan tercipta keunggulan kompetitif (Hult et al., 2004).

Melalui pengukuran kinerja bisnis, perusahaan akan mendapatkan informasi yang memungkinkan organisasi untuk menyelaraskan proses manajemen dengan tujuan yang akan dicapai (Al-hakim & Lu, 2017). Pengukuran kinerja bisnis memungkinkan untuk menghasilkan informasi tentang cacpaian kinerja yang berkaitan dengan rencana strategis, serta untuk mendeteksi dan memperkuat masalah yang ada dalam proses pencapaian tujuan (Yuliansyah et al., 2017). Melalui informasi yang didapatkan dari pengukuran kinerja bisnis,

manajer dapat membandingkan hasil yang sebenarnya terjadi dengan rencana awal yang ditetapkan dalam tahap perumusan (Wheelen et al., 2015a).

Beberapa penelitian tentang kinerja bisnis banyak dilakukan dalam beberapa industri mulai dari industri manufaktur (Bayraktar et al., 2016; Takata, 2016), industri pariwisata (Morrison, 2004), industri logistik (Sezen, 2005), industri tekstil (Brasil et al., 2016), industri perbankan (Mehra & Coleman, 2016), industri elektris (Al-hakim & Lu, 2017) hingga industri digital (Straub, Rai, & Klein, 2004; Qu, Wang, Wang, & Zhang, 2013; Park & El Sawy, 2015)(Park & El Sawy, 2015; Qu et al., 2013; Straub et al., 2004).

Berkembangnya teknologi dari tahun ke tahun mendorong perusahaan untuk beradaptasi dan berupaya untuk melakukan penggunaan teknologi digital. Perubahan era digital sekarang ini yang melanda hampir seluruh aspek kehidupan, tak terkecuali dunia bisnis, hampir seluruh industri telah mengarah pada penggunaan teknologi digital. (Herlinda, 2017; Okezone.com, 2017). Hampir semua perusahaan menyadari bahwa penggunaan teknologi saat ini harus merubah perspektif tentang bisnis dimana model bisnis dan apa yang ditawarkan kepada konsumen harus terdampak oleh teknologi termasuk bagaimana perusahaan memandang penggunaan teknologi informasi maupun manajemen datanya (Arenalte.com, 2019). Perkembangan perusahaan IT di Dunia tahun 2019 terlihat pada Tabel 1.1.

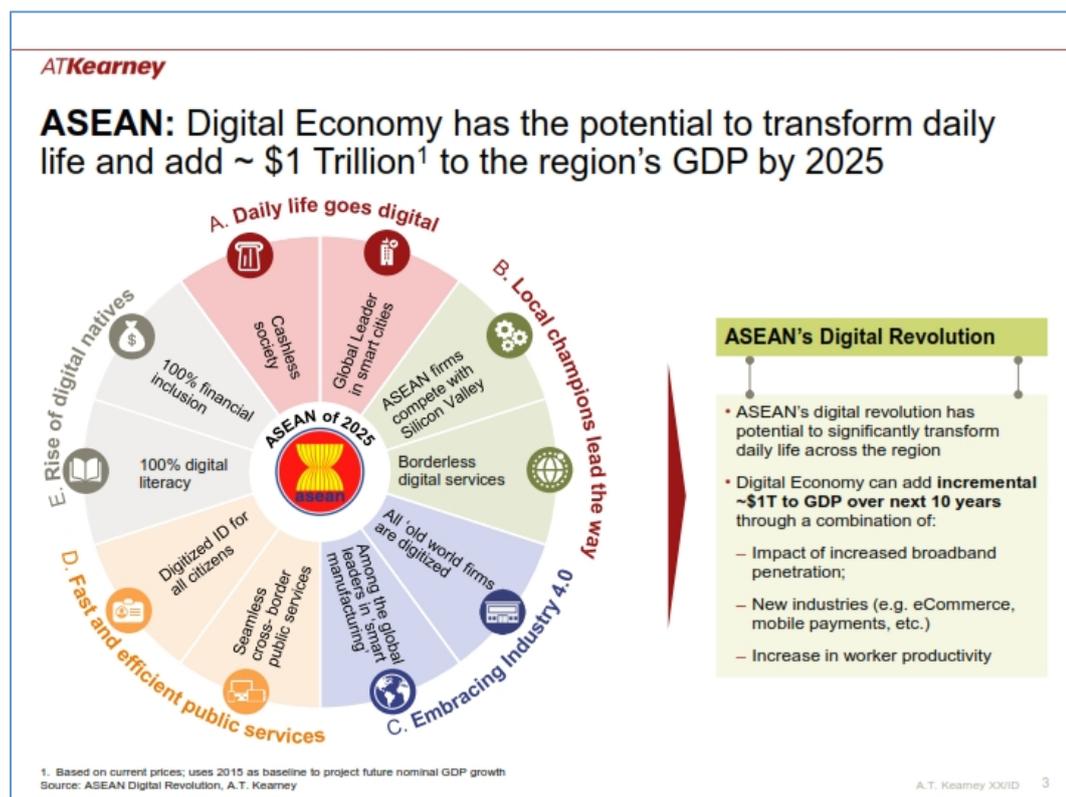
Tabel 1.1.
Perkembangan Perusahaan IT di Dunia

Company	Software Revenues min USD	Software Revenue Growth	Total Revenue min USD	Software Revenue Share
Microsoft	54,270	10.6%	67,383	80.5%
IBM	22,485	5.1%	99,870	22.5%
Oracle	20,958	12.8%	30,180	69.4%
SAP	12,558	10.5%	16,654	75.4%
Ericsson	7,274	-4.2%	30,307	24.0%
HP	6,669	7.9%	126,562	5.3%
Symantec	5,636	1.3%	6,013	93.7%
Nintendo	5,456	-19.8%	13,766	39.6%
Activision	4,447	3.9%	4,447	100.0%
Blizard				
EMC	4,356	10.0%	17,015	25.6%

Sumber: Arenalte.com, 2019

Pada Tabel 1.1 menjelaskan tentang perkembangan perusahaan IT di dunia yang menunjukkan pencapaian nilai industri *software* yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi. Dapat dilihat bahwa *software revenue share* yang tertinggi diraih oleh Activision Blizzard dengan presentase yang diraih sebesar 100%.

Terdapat beberapa model bisnis dalam industri *software* IT diantaranya menjual lisensi sekali bayar, pemeliharaan bulanan dengan distribusi dan *support one-to-one*, menjual dengan layanan profesional berupa pengembangan aplikasi, serta sistem *software as a services* (SaaS) melalui komputasi awan. Sistem *software as a services* memungkinkan pengguna *software* untuk menyewa sistem daripada membeli lisensi satu *software* yang mahal, sehingga sistem ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan dalam penghasilannya. Bahkan potensi digital economy di ASEAN bertambah 1 Triliun dollar pada tahun 2025 sehingga sangat menjanjikan seperti pada Gambar 1.1.



Sumber: Arenalte.com, 2019

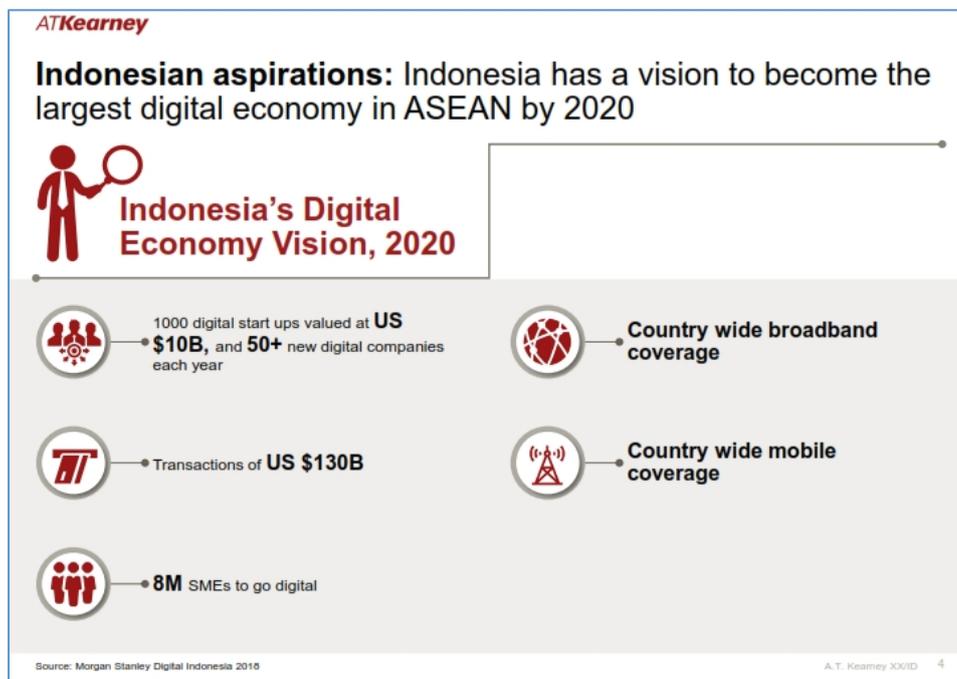
Gambar 1.1. Potensi Ekonomi Digital di ASEAN

Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan ekonomi digital di kawasan ASEAN sangat menjanjikan, bahkan di tahun 2025 direksi ada penambahan

Judi Achmadi, 2020

STUDI KEMITRAAN BISNIS DAN MANAJEMEN INOVASI PADA INDUSTRI DIGITAL DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

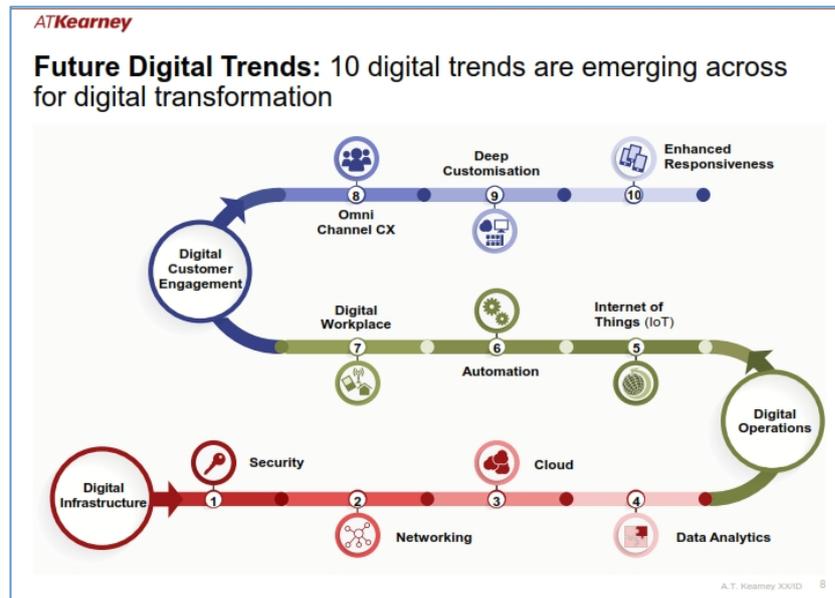
sebesar 1 Triliun dollar. Sejalan dengan perkembangan di ASEAN, perkembangan digital ekonomi Indonesia ke depan juga sangat pesat seperti Gambar 1.2.



Sumber: Arenalte.com, 2019

Gambar 1.2. Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia

Gambar 1.2. menunjukkan perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang sangat pesat, sehingga industri digital memiliki peluang yang sangat besar. Kondisi tersebut menjadikan peluang investasi pada industri digital akan meningkat di tahun 2020. Ada 10 area dalam industri digital yang paling dicari terlihat seperti Gambar 1.3.

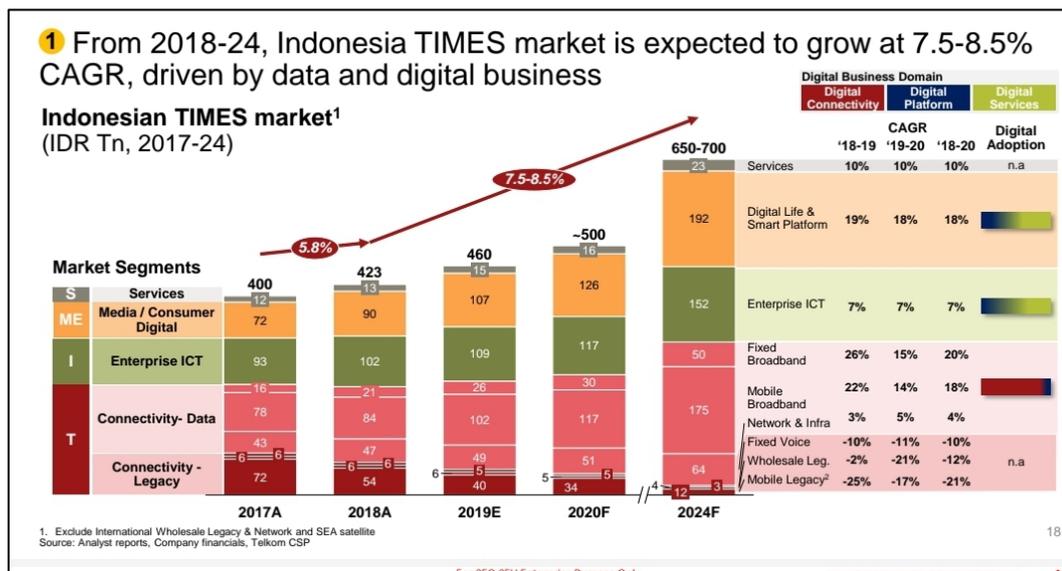


Sumber: Arenalte.com, 2019

Gambar 1.3. Area Industri digital yang paling dicari

Perusahaan *startup* IT di Indonesia pada tahun 2019 tercatat sebagai jumlah tertinggi di Asia Tenggara, yaitu lebih dari 2.000 perusahaan. *Startup* di Indonesia diproyeksikan akan terus tumbuh hingga 6,5 kali lipat atau sebanyak 13.000 pada tahun 2020 (Bisnis.tempo.co, 2019). Tantangan transformasi digital mengharuskan perusahaan untuk menciptakan berbagai inovasi dan kreativitas baru di sejumlah sektor untuk mendukung metode tradisional dan mengatasi berbagai masalah yang mereka hadapi, seperti kebutuhan sumber daya manusia, manajemen data, infrastruktur teknologi, konektivitas, dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Arenalte.com, 2019).

Perkembangan industri digital sekarang ini sangatlah cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi di Indonesia, maka industri digital juga mengalami perkembangan yang sangat signifikan seperti yang terlihat pada Gambar 1.4.



Gambar 1.4. Perkiraan Pertumbuhan Industri Digital di Tahun 2024

PT Telkom membukukan kinerja keuangan yang semakin baik pada kuartal III 2019, dengan ditandai perolehan laba bersih sebesar Rp 16,5 triliun atau naik 15,6 persen dibanding periode sama tahun sebelumnya, sementara pendapatan tercatat Rp 102,6 triliun atau tumbuh 3,5 persen. Capaian PT Telkom tersebut lebih ditopang dari pendapatan bisnis digital, data dan IT. Pendapatan data, internet dan IT service menjadi penyumbang terbesar pendapatan PT Telkom yang mencapai 59,1 persen dari total pendapatan perseroan (Laporan Tahunan PT Telkom, 2019).

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan di berbagai sendi kehidupan manusia, kita kini dengan nyata dapat mencermati bagaimana perubahan tersebut menjadi fenomena dashyat yang tidak dapat dibendung, sepanjang tahun 2019 yang baru saja dilewati, perusahaan-perusahaan dunia dan juga di Indonesia berlomba-lomba dalam melakukan inovasi untuk memenangkan persaingan pasar ditengah semakin ketatnya kompetisi. Inovasi yang dilakukan diantaranya dilakukan dengan strategi transformasi digital, melakukan perubahan menyeluruh atas setiap proses, kompetensi, dan model bisnis dengan implementasi teknologi digital, sejalan dengan rekomendasi berbagai lembaga riset global yang menjadikan transformasi digital sebagai pengarusutamaan organisasi dalam memenangkan persaingan global.

Inovasi telah massif menjalar ke seluruh lini kehidupan ditengah dinamika relasi dunia yang semakin dinamis, terdapat beberapa perubahan

radikal yang akhir-akhir ini terlihat bergerak sangat cepat, salah satunya melalui digitalisasi, yang ditandai dengan ciri-ciri antara lain, berlakunya *vertical networking*, jaringan sudah tidak lagi memiliki sekat-sekat atau hierarki. Kinerja bisnis digital di Indonesia bukanlah PT Telkom satu-satunya, namun banyak perusahaan-perusahaan digital yang berperan, bahkan hampir semua perusahaan bisa beralih ke digital. Semakin banyaknya perusahaan yang masuk dalam industri digital, mengharuskan perusahaan lebih bekerja keras untuk meningkatkan kinerja bisnis agar lebih baik di bandingkan dengan para pesaingnya. Kinerja bisnis yang baik dapat digunakan untuk membuat keputusan strategis yang efisien dan akan membantu untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Al-ansari et al., 2013). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja bisnis tinggi akan membantu manajer untuk mengeksplorasi manfaat operasional dan implementasi strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan (Losonci & Demeter, 2013).

Perusahaan dengan kinerja bisnis yang buruk menunjukkan bahwa ada sesuatu yang salah dalam formulasi atau implementasi strategi (Wheelen et al., 2015a). Dampak kinerja yang buruk bagi sebuah perusahaan akan membawa kesulitan karena perusahaan tidak mampu menentukan strategi yang jelas, bahkan hal ini akan berujung pada gagalnya mencapai keuntungan biaya dan kebangkrutan perusahaan (Blackwell, 2005; Wheelen et al., 2015a).

Konsep kinerja bisnis terdapat dalam teori manajemen strategi yang menyatakan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis suatu perusahaan. Faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis antara lain dapat dilihat dari segi luar maupun dalam perusahaan. Faktor eksternal perusahaan terdiri dari lingkungan fisik, lingkungan sosial hingga lingkungan pekerjaan. Faktor internal perusahaan terdiri dari struktur perusahaan, budaya perusahaan, sumber daya perusahaan (pemasaran, keuangan, penelitian dan pengembangan, operasi dan logistik, sumber daya manusia serta teknologi informasi) (Wheelen et al., 2015a).

Penelitian-penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kinerja bisnis dapat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis diantaranya orintasi

pasar yang terdiri pelanggan, pesaing, dan antar fungsional (Hughes et al., 2008), kolaborasi, difusi teknologi (Al-hakim & Lu, 2017; Mehra & Coleman, 2016). Faktor internal perusahaan atau *resource-based view* lebih fokus pada sumber daya individu organisasi, daripada strategi umum yang digunakan untuk semua perusahaan dalam suatu industri (Lynch, 2015). Sumber daya perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis diantaranya manajemen pemasaran, sumber daya manusia, R&D (Brasil et al., 2016), budaya internal (Al-ansari et al., 2013), diferensiasi (Bayraktar et al., 2016), dan inovasi (Hult et al., 2004; Al-ansari et al., 2013; Lo, 2014; Bayraktar et al., 2016; Caputo, Lamberti, Cammarano, & Michelino, 2016).

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis perusahaan (Bayraktar et al., 2016). Inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Perusahaan yang memiliki strategi inovasi mampu mempertahankan kelangsungan hidup, meningkatkan efisiensi, dan dalam kesempatan jangka panjang dapat memberikan kinerja bisnis yang lebih baik (Al-ansari et al., 2013; Dziallas & Blind, 2019).

Meningkatkan kinerja bisnis juga dapat dilakukan dengan menggunakan keunikan sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan. Memiliki sumber daya dan kemampuan yang berharga dan unik akan sulit ditiru oleh orang lain (Al-ansari et al., 2013). Berdasarkan analisis sumber daya, John Kay (Lynch, 2015) mengemukakan bahwa kemampuan khas dari sumber daya organisasi sangat penting dalam memberikan keunggulan kompetitif. Sumber daya yang sulit untuk ditiru dan tidak dapat disubstitusikan dapat meningkatkan kinerja melalui manajemen yang lebih berkelanjutan dan meningkatkan aspek teknologi (Brasil et al., 2016). Teknologi menjadi katalisator dari perencanaan strategis yang digabungkan dengan wawasan pasar untuk menghasilkan ide-ide yang inovatif (Berman & Hagan, 2006).

Teknologi menjadi salah satu bagian dari *global trend* di era digital saat ini, melalui teknologi digital, pelaku industri bisa membangun keterhubungan dengan berbagai stakeholdernya dengan mudah, termasuk dengan para penggemar, pelanggan, atau konsumen (Palembang.tribunnews.com, 2017).

Penggunaan teknologi yang digunakan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan sistem yang digunakan untuk berbagi informasi dengan mitra bisnis mereka di seluruh dunia. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mengeksplorasi kemampuan potensial dari mitra bisnis secara efektif dapat meningkatkan kinerja bisnis (Al-hakim & Lu, 2017).

Berbagai penelitian tentang kinerja bisnis khususnya pada industri digital masih bersifat parsial, dimana untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam kinerja bisnis maka strateginya dengan melakukan studi komparatif. Untuk mendapatkan studi komparatif maka sumber daya yang khas menjadi sangat penting. Jika sumber daya distingtif tidak dimiliki maka perlu melakukan strategi yang kompetitif dengan memberikan value yang superior bagi pelanggan melalui manajemen inovasi. Mengingat kondisi pandemi seperti sekarang ini dimana ancaman bergejolak penuh ketidakpastian, maka perusahaan tidak bisa bergerak sendiri, sehingga perlu melakukan kerjasama dengan pihak lain atau yang dikenal dengan kemitraan bisnis. Penelitian ini mencoba mengkaitkan ketiga kondisi strategi secara simultan terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis perlu melakukan penelitian tentang **“Studi Kemitraan Bisnis dan Manajemen Inovasi pada Industri Digital di Indonesia”**

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat sumber daya distingtif, tren global, kemitraan bisnis, manajemen inovasi, dan kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh sumber daya distingtif terhadap kemitraan bisnis pada industri digital di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh tren global terhadap kemitraan bisnis pada industri digital di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh sumber daya distingtif terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia?

5. Bagaimana pengaruh tren global terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh kemitraan bisnis terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh sumber daya distingtif terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia?
8. Bagaimana pengaruh tren global terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia?
9. Bagaimana pengaruh manajemen inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia?
10. Bagaimana pengaruh kemitraan bisnis terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Gambaran tingkat sumber daya distingtif, tren global, kemitraan bisnis, manajemen inovasi, dan kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia.
2. Pengaruh sumber daya distingtif terhadap kemitraan bisnis pada industri digital di Indonesia.
3. Pengaruh tren global terhadap kemitraan bisnis pada industri digital di Indonesia.
4. Pengaruh sumber daya distingtif terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia.
5. Pengaruh tren global terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia.
6. Pengaruh kemitraan bisnis terhadap manajemen inovasi pada industri digital di Indonesia.
7. Pengaruh sumber daya distingtif terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia.
8. Pengaruh tren global terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia.

9. Pengaruh manajemen inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia.
10. Pengaruh kemitraan bisnis terhadap kinerja bisnis pada industri digital di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Haasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis pada umumnya yang berkaitan dengan ilmu manajemen khususnya pada bidang manajemen stratejik yang berkaitan dengan sumber daya distingtif, manajemen inovasi, kemitraan bisnis dan tren global serta pengaruhnya terhadap kinerja bisnis.
2. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu untuk perusahaan-perusahaan dalam industry digital untuk memperhatikan sumber daya distingtif, manajemen inovasi, kemitraan bisnis, tren global dalam meningkatkan kinerja bisnis industri digital.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan landasan untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai sumber daya distingtif, manajemen inovasi, kemitraan bisnis, dan tren global yang mempengaruhi kinerja bisnis pada industri digital IT.