

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja merupakan hal penting untuk organisasi, baik untuk organisasi yang berorientasi laba maupun organisasi nirlaba karena kinerja merupakan tindakan, hasil, dan pencapaian tujuan organisasi (Folan dkk., 2007; Pintea & Achim, 2010; Elena-Iuliana & Maria, 2016; Geys & Sørensen, 2018). Keberhasilan dan keberlanjutan bisnis tergantung pada kinerja organisasinya (Randeree & Al Youha, 2009; Singh, Darwish, dkk., 2016; Singh, Burgess, dkk., 2016), yang berarti kemampuan organisasi menerapkan area yang berbeda-beda secara efektif untuk mencapai tujuan (Richard dkk., 2009; Singh, Darwish, dkk., 2016; Boon dkk., 2018). Di tengah persaingan yang semakin ketat, organisasi juga perlu memperhatikan kinerja untuk meningkatkan daya saing sehingga dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah dan persaingan bisnis yang kuat (Rostek, 2012; Ada dkk., 2013; Agus dkk., 2015; Chen dkk., 2017).

Banyak penelitian yang meneliti faktor-faktor yang menentukan kinerja organisasi. Berdasarkan teori *Resource Based View*, sumber daya dan kemampuan organisasi merupakan faktor yang dapat memengaruhi kinerja (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984). Organisasi pada dasarnya terdiri dari serangkaian sumber daya dan kemampuan manajemen dalam menggabungkan sumber daya yang memungkinkan untuk mengeksploitasi peluang pasar yang berkontribusi pada kinerja organisasi (Barney, 1991; Peteraf, 1993; Penrose & Penrose, 2009; Lioukas dkk., 2016). Sumber daya tersebut diantaranya aset, kemampuan, proses organisasi, informasi, pengetahuan, dan apapun yang berada dalam kendali perusahaan yang memungkinkan perusahaan menerapkan strateginya dengan efisien dan efektif (Grant, 1991; Barney & Arian, 2001; Lee dkk., 2007). Sejalan dengan teori RBV, kinerja bisnis dalam era globalisasi dan digitalisasi lingkungan bisnis yang terus

berubah ini sangat ditentukan oleh kompetensi dan komitmen sumber daya manusia, ketersediaan sarana, prasarana, dan kesiapan modal yang memadai (Jelenic, 2011; Ivanov & Avasilcăi, 2014; Narayanamma & Lalitha, 2016). Kesiapan modal informasi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan (Kaplan & Norton, 2004c; Kaplan & Norton, 2004a; Liang dkk., 2010; Rabetino dkk., 2017). Oleh karena itu, teori RBV dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pandangan berbasis sumber daya dan secara empiris menganalisis hubungan antara kesiapan modal informasi dan kinerja bisnis karena RBV secara eksplisit mengakui pentingnya sumber daya organisasi seperti modal informasi dan pengetahuan organisasi (Bharadwaj, 2000; Ketchen Jr dkk., 2007).

Kesiapan modal informasi yang terdiri dari *systems, databases, data libraries, network* (jaringan), dan teknologi merupakan faktor yang dapat menciptakan nilai dalam ekonomi dewasa ini (Kaplan & Norton, 2004c; Kaplan & Norton, 2004b; Luo & Bu, 2015; Parida dkk., 2017; Yunis dkk., 2017). Dengan cara menyediakan pengetahuan dan informasi untuk organisasi, modal informasi dapat mengungkapkan pengetahuan tentang preferensi dan perilaku pelanggan dan meningkatkan kontak, layanan, dan retensi pelanggan (Kaplan & Norton, 2004c) sehingga meningkatkan produktivitas (Luo & Bu, 2015). Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mulai mengembangkan dan memberi perhatian khusus pada modal informasi sebagai sumber daya yang memberikan sarana untuk mengumpulkan dan menggunakan informasi secara efektif.

Karena semakin pesatnya perkembangan digital yang memengaruhi teknologi informasi pada dewasa ini, beberapa penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh modal informasi tersebut terhadap kinerja perusahaan. Sebagian besar penelitian menghasilkan penemuan bahwa modal informasi memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Luo & Bu, 2015; Cuevas-vargas dkk., 2016; Mao dkk., 2016; Hu dkk., 2017; Luftman dkk., 2017; Mikalef & Pateli, 2017), namun masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian (Vitale, 1986; Mahmood & Mann, 1993; Nolan, 1994; Barua dkk., 1995; Hendricks

dkk., 2007; Soewarno, 2013; Shea dkk., 2019). Oleh karena inkonsistensi ini maka ditambahkan orientasi pasar *online* sebagai variabel mediasi.

Orientasi pasar *online* adalah konsep pemasaran dimana perusahaan mengidentifikasi kebutuhan pasar *online*, merespon kebutuhan pasar tersebut, dan bekerja menciptakan produk dan layanan yang dapat memberikan keunggulan kompetitif (Kohli & Jaworski, 1990). Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya karena dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menanggapi, dan menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan tersebut (Kohli & Jaworski, 1990; Narver & Slater, 1990). Teori *Entrepreneurship* disini digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemilik berinovasi dan mencari peluang dalam era digitalisasi dimana persaingan di dunia bisnis semakin tinggi. Persaingan yang tinggi mengakibatkan perusahaan dituntut untuk inovatif dalam pemasarannya serta memahami yang diinginkan pasar sehingga pemilik menerapkan orientasi pasar *online*.

Meskipun kesiapan modal informasi dan orientasi pasar *online* memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja perusahaan, masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan pengaruh modal informasi dengan mediasi orientasi pasar *online* pada kinerja bisnis khususnya pada UMKM di Jawa Timur. Oleh karena itu perbedaan dari penelitian ini adalah untuk meneliti mediasi orientasi pasar *online* dalam pengaruh kesiapan modal informasi terhadap kinerja bisnis UMKM di Jawa Timur. Penelitian ini juga meneruskan penelitian Hu dkk. (2017). Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Hu dkk. (2017) adalah variabel mediasinya dimana penelitian sebelumnya menggunakan *business process* tetapi dalam penelitian ini menggunakan orientasi pasar *online*. Selain itu terdapat modifikasi dalam pengukuran variabel modal informasi dan kinerja dalam penelitian ini. Sebelumnya Hu dkk. (2017) menggunakan variabel modal informasi sedangkan dalam penelitian ini kesiapan modal informasi diukur dengan menggunakan konstruk yang diajukan oleh Kaplan dan Norton (2004c:251) dan empat perspektif *Balance Scorecard* untuk mengukur kinerja keuangan dan kinerja non-keuangan UMKM di Jawa Timur.

Di setiap negara, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dalam perekonomian nasional karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan distribusi pembangunan, dengan adanya UMKM pengangguran dalam dunia kerja menjadi berkurang (Pissarides, 1999; Ayyagari dkk., 2011, 2014; Eniola & Entebang, 2015; Wang, 2016). Meningkatkan kinerja merupakan hal penting bagi UMKM karena UMKM memiliki peran bagi industri nasional apalagi dalam persaingan yang ketat, perusahaan harus terus berusaha meningkatkan kinerja agar dapat memenangkan persaingan bisnis dan menjaga kelangsungan usahanya (Purnama & Subroto, 2016; Hamdani, 2018; Napitupulu dkk., 2018). Dilansir dari jatimprov.go.id (2018), perkembangan dan pertumbuhan UMKM adalah salah satu kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi yang tercermin dari tingkat pertumbuhan ekonomi provinsi. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Jawa Timur mengalami peningkatan yang signifikan, yakni pada tahun 2012, UMKM mampu berkontribusi terhadap PDRB sebesar 54,98%. Dengan asumsi *ceteris paribus*, maka kontribusi UMKM terhadap PDRB Jawa Timur pada tahun 2016 sebesar 57,52%. Kemudian, UMKM di Jawa Timur juga memberikan kontribusi besar terhadap realisasi penanaman modal. Hal ini dilihat dari realisasi investasi Jawa Timur pada Tahun 2017 sebesar Rp 152,39 triliun, sementara pada semester I Tahun 2018 sebesar Rp 95,95 triliun, meningkat 22,87% dari periode yang sama pada tahun 2017. Peningkatan tersebut sejalan dengan melesatnya pertumbuhan UMKM di Jawa Timur. Akan tetapi, di sisi lain UMKM masih menghadapi permasalahan yang terletak pada lemahnya jaringan usaha, proses administrasi dan manajemen dengan memanfaatkan perangkat teknologi informasi, sehingga mengakibatkan kesulitan untuk meningkatkan kinerja, akses ke pasar yang lebih luas, dan kesulitan dalam menghasilkan laporan kinerja bisnis dan keuangan sebagai syarat untuk mendapatkan kredit atau modal tambahan (Nugroho, 2015; Irijayanti dkk., 2016; Handoko & LA, 2017; Andjarwati & Hermanto, 2018; Napitupulu dkk., 2018).

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh kesiapan modal informasi terhadap kinerja bisnis melalui orientasi pasar *online* sebagai variabel mediasi. Diharapkan penelitian ini juga dapat

memberikan kontribusi untuk meningkatkan produktivitas UMKM sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka dalam bersaing di pasar.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Walaupun sebagian besar penelitian menghasilkan penemuan bahwa modal informasi memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Luo & Bu, 2015; Mao dkk., 2016; Hu dkk., 2017; Luftman dkk., 2017; Mikalef & Pateli, 2017), tetapi pendekatan penelitian yang berbeda sering menghasilkan hasil yang tidak konsisten (Vitale, 1986; Mahmood & Mann, 1993; Nolan, 1994; Barua dkk., 1995; Hendricks dkk., 2007; Soewarno, 2013; Shea dkk., 2019).

Penelitian lain mengatakan bahwa keberadaan sistem dan teknologi informasi hanya memberikan keuntungan terbatas sebelum nantinya akan disalin oleh pesaing, yang pada dasarnya memperluas posisi kompetitif saat ini, tetapi biaya juga akan meningkat (Vitale, 1986; Mahmood & Mann, 1993; Hendricks dkk., 2007). Investasi pada modal informasi ini menimbulkan *switching cost*, tetapi perusahaan banyak yang belum mampu untuk mendapat untung dari *switching cost* tersebut (Mahmood & Mann, 1993). Investasi dalam modal informasi juga dapat memakan waktu lama untuk secara positif memengaruhi nilai perusahaan (Hendricks dkk., 2007) dan perlu adanya penyesuaian proses bisnis agar lebih sesuai dengan teknologi, yang mungkin memakan waktu dan dibutuhkan pelatihan untuk menggunakan teknologi informasi tersebut (Barua dkk., 1995; Shea dkk., 2019).

Orientasi pasar *online* akan ditambahkan sebagai variabel mediasi karena ketidak konsistenan ini. Orientasi pasar *online* dipilih sebagai variabel mediasi karena seiring perkembangan berbagai teknologi, aplikasi informasi, dan internet di era digital ini maka semua dapat terhubung secara *online* tanpa ada batas waktu dan tempat tanpa mengeluarkan banyak biaya (Alford & Page, 2015; Caniëls dkk., 2015; Tseng & Liao, 2015; Verhoef dkk., 2017), sehingga perusahaan banyak yang menggunakan modal informasi dan orientasi pasar *online* untuk meningkatkan kinerja (Poon & Swatman, 1999; Cloete dkk., 2002; Miraz & Habib, 2016; Mithas & Rust, 2016; Giotopoulos dkk., 2017).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kesiapan modal informasi terhadap kinerja bisnis melalui orientasi pasar *online* sebagai variabel mediasi. Adapun manfaat penelitian dalam penelitian sebagai berikut:

1.3.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terkait teori *Resource-Based View* dan teori *Entrepreneurship* pada hubungan kesiapan modal informasi dan kinerja bisnis dengan mediasi orientasi pasar *online*. Selain itu diharapkan penelitian ini menjadi referensi mengenai pentingnya modal informasi terhadap kinerja dengan dimediasi oleh orientasi pasar *online*.

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Bagi UMKM

Bagi UMKM dapat digunakan sebagai langkah untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM melalui keputusan penggunaan modal informasi agar meningkat produktivitas dan daya saing mereka untuk bersaing di pasar. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam mengelola kinerja bisnis UMKM dengan lebih baik melalui pemahaman hubungan antara kesiapan modal informasi dan orientasi pasar *online*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait peran mediasi orientasi pasar *online* terhadap pengaruh kesiapan modal informasi pada kinerja bisnis.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif penjelasan. Data diperoleh dari kuesioner tertutup yang disebarakan secara *online* dan *offline* ke UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur. Analisis dan pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model–Partial Least Square* dengan perangkat lunak WarpPLS 5.0.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang permasalahan dan kesenjangan penelitian yang menjadi alasan penyusunan penelitian ini. Terdapat tujuan penelitian yaitu untuk meneliti pengaruh mediasi orientasi pasar *online* dalam hubungan kesiapan modal informasi terhadap kinerja bisnis UMKM di Jawa Timur. Serta yang terakhir adalah sistematika penulisan yang berisi uraian singkat penulisan skripsi ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori *Resource Based View*, teori *Entrepreneurship*, dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Setelah itu hipotesis dikembangkan berdasarkan landasan teori tersebut.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan. Dalam bab ini juga memaparkan definisi operasional dan pengukuran untuk masing-masing variabel. Jenis, sumber data, populasi, dan sampel dijelaskan secara sistematis dan terperinci dalam bab ini. Langkah-langkah dalam menganalisis data juga dipaparkan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum subjek dan objek penelitian yaitu UMKM di Jawa Timur. Sebelum menguji hipotesis dilakukan analisis model pengukuran untuk menguji validitas, reliabilitas, *common method bias* instrumen pengukuran. Setelah hipotesis diuji, dilakukan pembahasan hipotesis dari analisis model struktural.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan skripsi berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Keterbatasan serta saran-saran juga disampaikan untuk penelitian selanjutnya.