

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dan berkembang pada era globalisasi memberikan banyak pengaruh kepada penggunanya. Masyarakat semakin dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut, salah satunya yaitu melalui media internet. Internet merupakan bentuk dari kemajuan teknologi dan informasi yang semakin menyebar di masyarakat sekitar yang telah menjadi kebutuhan sebagian kalangan. Internet memberikan banyak dampak sangat nyata yang secara langsung dapat dirasakan, yaitu menghubungkan antar pengguna dengan pengguna lain meskipun dari jarak kejauhan. Tentu dari pemanfaatan media internet secara tepat juga akan memberikan keuntungan lain sebagai sarana menciptakan jaringan bisnis yang tidak terikat oleh waktu dan tempat.

Berdasarkan survei yang dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 yang bekerja sama dengan Teknopreneur menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi republik ini. Pada survei serupa di tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa. Peningkatan pengguna internet dari tahun ke tahun memang rata-rata cukup signifikan.

*Online shop* menjadi salah satu alternatif bagi para pebisnis untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan berbagai kemudahan

yang disediakan. *Online shop* lebih megacu pada berbagai toko yang ada pada platform *online*. Pada dasarnya, *online shop* adalah tempat terjadinya suatu transaksi penjualan barang atau jasa di internet. Baik dari situs berbelanja resmi maupun dari akun pribadi di media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. *Online shop* lebih banyak menawarkan keuntungan karena dalam bertransaksi konsumen merasa diberikan kemudahan dalam melakukannya. Pembelian *online* dapat menghemat waktu dan tenaga sebab mereka tidak perlu mendatangi toko, hanya cukup mengunjungi situs yang diinginkan kemudian menentukan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Dalam praktiknya pedagang *online* juga lebih banyak merasakan kemudahan karena tidak memerlukan modal yang sangat besar dan tidak membutuhkan sistem manajemen yang rumit untuk mengelolanya. Cukup memiliki ponsel dan foto produk kemudian disebarluaskan melalui akun media sosial yang telah tersedia, dengan waktu yang cepat produk sudah menyebar luas. Kecenderungan pembelian *online* ini semakin diminati masyarakat karena proses pembelian yang tidak serumit pembelian *offline*. Langkah ini lebih praktis dan efisien karena tidak mengharuskan pertemuan antara penjual dan pembeli dalam waktu yang sama.

Perubahan teknologi yang sangat cepat dan semakin meluas memberikan kesempatan bagi para pelaku bisnis untuk semakin melebarkan usahanya dengan cara yang lebih efisien. Pada awalnya, web sosial diidentifikasi untuk membedakan antara situs web statis tradisional dan platform web interaktif atau jaringan sosial *online*, di mana para pengguna saling bertukar informasi dan membagikan ulang pengetahuan yang ada secara bersamaan. (Palacios-marques,

Soto-acosta, & Merigo, 2015). Namun seiring berjalannya waktu kesadaran akan pentingnya internet yang semakin maju dan berkembang juga menjadikan keunggulan bersaing semakin tinggi pada saat ini.

Menurut Wang, Nidhi, & Cao, (2016) kinerja perusahaan adalah kombinasi dari kepuasan pelanggan, pengembangan kualitas, manajemen biaya, daya tanggap, dan produktivitas yang mengacu pada seberapa baik perusahaan menggunakan aset untuk menghasilkan pendapatan seperti yang dicerminkan dalam laporan. Dari pendapat Ryszko (2016) ada empat dimensi yang mempengaruhi kinerja perusahaan antara lain: kepuasan pelanggan, peningkatan kualitas hasil, kuantitas hasil, dan kinerja produksi.

Fenomena pada saat ini menunjukkan bahwa kurangnya pedagang *online shop* dalam melakukan peningkatan kualitas inovasi sehingga kinerja yang dihasilkan kurang maksimal, oleh sebab itu masih perlu dibutuhkan berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) agar mendapatkan kualitas inovasi yang maksimal. Inovasi dianggap memiliki peran penting dalam lingkungan yang berubah untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Mengikuti strategi yang hanya didasarkan pada pengurangan biaya dan penurunan harga tidak akan cukup untuk memberikan keuntungan lebih untuk bisnis di pasar. (Gurel, 2017). Inovasi telah diakui memiliki hubungan yang signifikan bagi perusahaan untuk menciptakan nilai dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang semakin kompleks dan cepat berubah (Subramaniam, 2005). Oleh sebab itu untuk mampu bersaing maka para pedagang *online shop* harus mampu bersaing dalam

peningkatan kualitas hasil agar memenangkan persaingan dalam dunia bisnis untuk tercapainya kinerja dari suatu bisnis yang telah dijalankan.

Kesadaran terhadap pentingnya sumber daya pengetahuan (*knowledge*) sebagai modal intelektual pelaku bisnis untuk mencapai keunggulan bersaing yang semakin ketat merupakan hal utama. Pengetahuan memegang peranan penting dalam kemajuan bisnis yang berpengaruh dalam kinerja perusahaan, ini berarti pengetahuan memiliki peran dalam kinerja pada *online shop*. Semakin unggul pengetahuan dan sumber daya manusia yang dimiliki, semakin tinggi pula daya saing antar pelaku bisnis. Karena keanekaragaman produk yang mereka miliki akan terus berkembang sehingga menghasilkan inovasi yang semakin maju. Berbagi pengetahuan adalah cara mendasar di mana karyawan dapat saling bertukar pengetahuan dan berkontribusi pada aplikasi pengetahuan, inovasi, dan keunggulan kompetitif organisasi. (S. Wang & Noe, 2010)

Melalui berbagi pengetahuan yang disebarkan dari media sosial tentu menjadikan seorang pedagang *online* mampu menciptakan keanekaragaman barang dengan menghemat banyak waktu. Proses ini membuat mereka mampu menghasilkan lebih banyak lagi keanekaragaman produk atau metode kerja dengan lebih efektif. Hal tersebut dapat memberikan manfaat untuk pengembangan bisnis *online shop*. Maka para *online shop* harus melakukan hal tersebut sebagai antisipasi perkembangan digitalisasi dan internet yang semakin cepat dan beragam. Berbagi pengetahuan memberikan fasilitas untuk memunculkan ide-ide baru, proses, produk dan meningkatkan kemampuan dalam berinovasi dan kualitas inovasi. (Z. Wang & Wang, 2012).

Dalam proses inovasi yang menjadi fokus utama adalah pengembangan keanekaragaman barang atau jasa untuk diimplementasikan pada produk baru yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hasil yang secara maksimal sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pedangan *online* yang memiliki kemampuan berinovasi yang baik akan memiliki kemampuan lebih dalam menyelesaikan masalah pekerjaan, sehingga kinerja individunya akan menjadi lebih baik. Kinerja individu yang baik akan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik pula.

**Tabel 1.1**  
**Hasil wawancara penelitian awal**  
**dengan pemilik *onlineshop***

<b>Bulan</b>	<b>Feedback(%)</b>	<b>Inovasi (%)</b>	<b>Kinerja Perusahaan (%)</b>
Februari	80	110	150
Maret	60	100	125
April	80	120	110
Mei	150	80	105
Juni	100	75	100

Sumber :Data Primer 2019

Menurut survei melalui wawancara kecil yang ditunjukkan dari tabel 1.1 menunjukkan fluktuasi antara *feedback*, inovasi dan kinerja perusahaan dari bulan februari hingga bulan juni, dimana angka presentase relatif naik-turun. Pada awal bulan februari produk yang dibagikan melalui media sosial antara *feedback* dan inovasi menunjukkan kenaikan sehingga kinerjanya terlihat maksimal, pada bulan selanjutnya *feedback* dari pelanggan mengalami penurunan, namun inovasi tetap konsisten dilakukan oleh pemilik *online shop*, ini dikarenakan penjualan

mengalami peningkatan, kurangnya pemilik *online shop* dalam memperbarui aneka ragam produk atau menambah berbagai macam produk yang dijual justru berdampak pada ketidakpuasan bertransaksi pada *online shop* tersebut. Oleh sebab itu, dalam hal ini pentingnya pemilik *online shop* untuk melakukan peningkatan kualitas inovasi agar kinerja bisnisnya semakin berkembang. Sebab dalam sebuah bisnis *online* dibutuhkan keahlian untuk menerima perubahan dan peningkatan kinerjanya, antara lain adalah proses pengetahuan yang perlu dilakukan dengan maksimal dan kualitas inovasi yang perlu ditingkatkan. Kurangnya pemilik *online shop* dalam melakukan peningkatan kualitas inovasi menyebabkan kinerja yang dihasilkan pun kurang maksimal, oleh sebab itu masih perlu dibutuhkan berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) agar tercapainya kualitas inovasi yang lebih maksimal lagi. Proses ini dilakukan untuk membantu menghasilkan lebih banyak lagi keanekaragaman produk atau metode kerja dengan lebih efektif.

Dengan demikian, penelitian ini mengidentifikasi tentang bagaimana meningkatkan kinerja perusahaan melalui kualitas inovasi. Serta seberapa kuat dampak dari berbagi pengetahuan dapat memengaruhi peningkatan kinerja perusahaan pada pedagang *online shop* bidang *fashion* dan kecantikan di Kabupaten Demak.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil judul penelitian “Peningkatan Kinerja Perusahaan melalui Kualitas Inovasi pada pemilik *online shop* bidang *fashion* dan kecantikan di Kabupaten Demak”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara berbagi pengetahuan dan kualitas inovasi terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja perusahaan?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas inovasi terhadap kinerja perusahaan?
- 3) Bagaimana pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kualitas inovasi?
- 4) Bagaimana pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas inovasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis berbagai pengaruh berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas inovasi terhadap kinerja perusahaan.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kualitas inovasi.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh berbagi pengetahuan terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas inovasi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1) Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang faktor apa saja yang memengaruhi kinerja perusahaan dan dapat dijadikan referensi atau wacana untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai kinerja perusahaan.

### **2) Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi para pelaku bisnis *online* untuk mengaplikasikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan.