

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dan industri saat ini sedang mengalami proses transformasi mengarah ke operasi bisnis digital. Transformasi digital ini menimbulkan tantangan besar bagi perusahaan (Li *et al.*, 2018), ketika produk, layanan, dan operasi terhubung dalam transformasi digital, maka diperlukan strategi baru untuk mengadopsi perubahan (Kallinikos *et al.*, 2013). Transformasi digital merupakan efek dari proses teknologi yang besar, perubahan yang terkait dengan penerapan teknologi digital dalam semua aspek kehidupan yang terdapat di masyarakat. Digitalisasi atau proses yang disebabkan oleh perubahan teknologi dalam industri mendorong perusahaan untuk menciptakan strategi yang baru (El Sawy *et al.*, 2016), dan memaksa semua aktivitas digitalisasi di perusahaan mulai dari manajemen hingga operasional (Chuang dan Lin, 2015; Sia *et al.*, 2016).

Digitalisasi telah mengarahkan penelitian yang berkonsentrasi pada keberhasilan elemen-elemen strategi bisnis digital (Bharadwaj *et al.*, 2013; Matt *et al.*, 2015; Woodard *et al.*, 2012). Strategi bisnis digital mengacu pada transformasi dalam proses bisnis (Cui dan Pan, 2015), kemampuan perusahaan (Cha *et al.*, 2015), dan rutinitas operasional (Chen *et al.*, 2014), dan integrasi mereka dengan strategi perusahaan. Diskusi tentang transformasi digital mengedepankan aspek manajerial (Helfat dan Martin, 2015; Li *et al.*, 2018), aspek teknis dan juga aspek operasional (Chen *et al.*, 2014; Li *et al.*, 2018; Yoo *et al.*, 2012).

Era digital telah membawa banyak perubahan pada masyarakat secara umum. Digitalisasi mengacu pada pengodean informasi analog ke dalam format digital. Semua bentuk konten, seperti buku, musik, foto, peta, dan lain-lain saat ini tersedia dalam format digital. Akibatnya, tingkat digitalisasi dalam sistem sosial ekonomi sehari-hari meningkat dan melibatkan representasi, pemrosesan, penyimpanan, dan komunikasi berbagai materi, energi, dan informasi seluas mungkin (Lyytinen *et al.*, 2016).

Digital adalah perangkat yang kuat untuk membangun merek dan memperkuat hubungan karena memiliki kemampuan unik untuk melibatkan orang dan komunitas. Konsumen menuntut perangkat yang lebih kuat, lebih cepat untuk mengkomunikasikan pesan, sementara bisnis mencari alat yang canggih dan hemat biaya untuk mengatasi tantangan yang kompleks (Chekwa dan Daniel, 2014). Perusahaan harus lebih mempersiapkan diri menghadapi era persaingan bisnis digital, diantaranya dengan mempekerjakan manajer yang kapabel dalam bisnis digital, memfasilitasi operasional perusahaan dengan sistem digital dan memiliki ide-ide inovatif dalam mengembangkan bisnis di era digital (da Silva Freitas Jr., 2016).

Manajer dapat melibatkan potensi teknologi baru dan mendorong pengenalannya sebagai prasyarat strategi bisnis digital terkait dengan dampak kinerja dari sebuah transformasi digital (Li *et al.*, 2018). Keunggulan kemampuan manajerial dapat memfasilitasi keberhasilan perubahan strategis, seperti transformasi digital, yang berdampak pada peningkatan kinerja bisnis (Helfat dan Martin, 2015). Peningkatan kinerja dapat dilihat dari optimisasi proses bisnis,

pengurangan biaya, dan efisiensi perbaikan (Li *et al.*, 2018). Namun beberapa penelitian menyarankan bahwa dalam transformasi digital, perusahaan yang memperoleh informasi komprehensif tentang keberlanjutan bisnis mereka dan menggunakannya untuk membentuk strategi (Torugsa *et al.*, 2013) juga dapat berhasil dalam bisnis digital. Masih sedikit penelitian yang dilakukan untuk memahami secara lebih mendalam tentang tentang peran strategi keberlanjutan dalam hubungannya dengan digitalisasi bisnis (Engert dan Baumgartner, 2016; Lamboglia *et al.*, 2018). Menurut Baumgartner dan Rauter (2017), manajemen keberlanjutan perusahaan dapat memengaruhi produktivitas dan efisiensi, mendukung pengembangan produk dan layanan yang lebih berkelanjutan, dan meningkatkan kinerja keuangan, seperti laba yang lebih tinggi, biaya lebih rendah, atau kenaikan harga saham.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang telah dikemukakan, penelitian ini bermaksud mengetahui apakah strategi keberlanjutan dapat memfasilitasi hubungan antara kapabilitas bisnis digital dan kinerja keuangan. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah investigasi empiris tentang peran strategi keberlanjutan dalam hubungan antara kapabilitas bisnis digital dan kinerja keuangan. Penelitian ini mengklasifikasikan tiga kapabilitas bisnis digital (kapabilitas manajerial, kapabilitas operasional dan kapabilitas inovasi) yang diperlukan untuk memenangkan persaingan di era bisnis digital. Temuan penelitian sebelumnya menggunakan kapabilitas manajerial dan kapabilitas operasional untuk merealisasi strategi bisnis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keberlanjutan memfasilitasi hubungan antara strategi bisnis digital dan kinerja

keuangan. Strategi keberlanjutan berfungsi sebagai promotor dalam hubungan antara kapabilitas manajerial dan kinerja keuangan tetapi menghambat hubungan antara kapabilitas operasional dan kinerja keuangan (Ukko *et al.*, 2019).

Penelitian ini menambahkan kapabilitas inovasi pada strategi bisnis digital dan kinerja keuangan yang akan diteliti adalah kinerja keuangan islami. Menurut Dobni (2010) perusahaan yang memiliki orientasi inovasi tinggi terlibat dalam strategi penciptaan nilai, misalnya, mengembangkan produk/layanan baru. Inovasi dapat dianggap sebagai kapabilitas organisasi, karena merupakan tindakan yang menyebarkan sumber daya dengan kapabilitas baru untuk menciptakan nilai (Yang, Marlow, & Lu, 2009). Membangun kapabilitas inovasi adalah penting, karena inovasi memainkan peran kunci dalam kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi (Francis & Bessant, 2005).

Kinerja keuangan islami dipilih mengingat prinsip-prinsip perekonomian dan keuangan islami dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan keseimbangan antara aspek sosial dan masyarakat, kepentingan pribadi dan sosial, serta diantara individu, keluarga, masyarakat dan negara. Pada tingkat global, keuangan islami dapat bermanfaat dalam menghapuskan ketidakstabilan sehingga membuat dunia menjadi tempat yang lebih menyenangkan dengan adanya kerukunan antar umat beragama (Ayub, 2009).

Penelitian ini akan dilakukan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), mengingat seringnya penelitian yang berfokus pada pengukuran kinerja perusahaan berskala besar. UMKM berbeda dengan perusahaan besar karena hal-hal berikut: keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan, beroperasi pada

pasar yang sempit, struktur yang sejajar dan fleksibel (Islami, Kunaifi dan Gunawan, 2017). Selain itu, pelaku industri UMKM di Indonesia juga sangat banyak (sekitar 57 juta lebih) dan penggunaan teknologi digital telah mereka kenal dan dimanfaatkan. Hasil riset pada tahun 2016 yang dilakukan telah menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja yang meliputi: akses ke pelanggan baru dalam negeri sebesar 30,67%, peningkatan penjualan dan pendapatan sebesar 26,67%, kemudahan transaksi dengan pelanggan dan pemasok sebesar 20,33%, biaya periklanan yang lebih murah sebesar 14,78% dan akses market baru di luar negeri sebesar 7,56% (Slamet *et al.*, 2016). Wilayah Kota Semarang memiliki sekitar 17.526 UMKM dan 20% (3.500 UMKM) diantaranya telah mengadopsi sistem online dalam menjalankan usahanya dan angka tersebut semakin bertambah dengan keberadaan wabah Covid-19 yang membatasi transaksi bisnis secara langsung (Dinas Koperasi, UMKM Kota Semarang, 2020). Dukungan keberlangsungan bisnis digital pada UMKM perlu diberikan, diantaranya melalui pemberian edukasi/pelatihan. Penelitian tentang peran moderasi strategi keberlanjutan pada pengaruh kapabilitas bisnis digital terhadap kinerja keuangan islami ini merupakan salah satu upaya yang di kemudian hari dapat digunakan sebagai dasar dalam pemberian edukasi/pelatihan bagi para pelaku UMKM di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan dalam latar maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kapabilitas manajerial terhadap kinerja keuangan islami?
2. Bagaimana pengaruh kapabilitas operasional terhadap kinerja keuangan islami?
3. Bagaimana pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja keuangan islami?
4. Bagaimana peran memoderasi strategi berkelanjutan pada hubungan antara kapabilitas manajerial dengan kinerja keuangan islami?
5. Bagaimana peran memoderasi strategi berkelanjutan pada hubungan antara kapabilitas operasional dengan kinerja keuangan islami?
6. Bagaimana peran memoderasi strategi berkelanjutan pada hubungan antara kapabilitas inovasi dengan kinerja keuangan islami?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kapabilitas manajerial terhadap kinerja keuangan islami.
2. Mengetahui pengaruh kapabilitas operasional terhadap kinerja keuangan islami.
3. Mengetahui pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja keuangan islami.
4. Mengetahui peran memoderasi strategi berkelanjutan pada pengaruh kapabilitas manajerial terhadap kinerja keuangan islami.
5. Mengetahui peran memoderasi strategi berkelanjutan pada pengaruh kapabilitas operasional terhadap kinerja keuangan islami.

6. Mengetahui peran memoderasi strategi berkelanjutan pada pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja keuangan islami.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan penelitian mengenai digital bisnis strategi yang meliputi kapabilitas manejerial, operasional dan inovasi terhadap kinerja keuangan islami. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitan selanjutnya terutama pada bidang yang sama atau terkait.



2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi UMKM dalam penerapan *digital business capability* untuk meningkatkan kinerja keuangan, pemerintah dan instansi terkait khususnya yang berkaitan dengan digital bisnis strategi dan untuk meningkatkan *cashless society* bagi UMKM sehingga dapat meningkatkan inklusi keuangan.

