

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

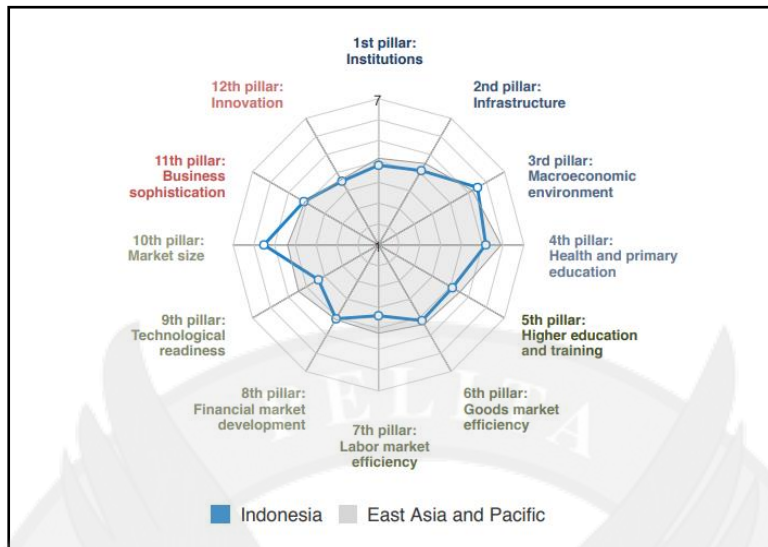
Perkembangan dunia akan adanya globalisasi diikuti dengan perkembangan teknologi. Teknologi terkini yang sudah ada dapat membantu untuk memudahkan masyarakat dunia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Pemerintah maupun pelaku bisnis juga turut mengimplementasikan teknologi dalam membangun sistem yang dapat mendukung kualitas kinerja dan meningkatkan efektivitas perusahaan dan organisasi. Maka dari itu, perkembangan teknologi berhubungan erat dengan perkembangan ekonomi dunia. Tidak hanya perusahaan industri manufaktur yang dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi, namun juga perusahaan pada industri jasa, FMCG, komoditi dan khususnya perusahaan yang berbasis digital atau *start up* di tanah air. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, pertumbuhan industri digital di Indonesia dalam enam tahun terakhir mencapai 9,98% - 10,7 % per tahun, angka tersebut mencapai dua kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional, pada tahun 2019 Indonesia diproyeksikan akan bertumbuh sebesar 11 % per tahun pada industri digital, dikarenakan seluruh wilayah Indonesia akan terhubung dengan internet (Kemenperin, 2018). Pemerintah Indonesia sedang gencar membangun infrastruktur untuk teknologi informasi dan komunikasi yang merata di seluruh wilayah Indonesia agar dapat meningkatkan Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP –TIK). Hal ini dapat dilihat melalui laporan bulanan data sosial ekonomi yang diterbitkan oleh Badan Pusat

Statistik (BPS) Indonesia, menunjukkan bahwa IP-TIK Indonesia pada tahun 2016 meningkat menjadi 4,34 dibandingkan pada tahun 2015 sebesar 3,88 dari skala 0-10 (BPS, 2018). Hal tersebut dapat menjadi pendukung untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi dan internet. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa adanya upaya dari pemerintah untuk merangsang pertumbuhan perekonomian berbasis digital yang merata di Indonesia. Dalam hal ini, menteri komunikasi dan informatika, Rudiantara menjelaskan bahwa fokus utama kemenkominfo adalah dalam pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi dan pembangunan ekosistem ekonomi digital strategis pada tahun 2019 (CNN Indonesia, 2018). Dengan adanya pembangunan infrastruktur terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang merata di seluruh Indonesia, tentu akan menumbuhkan pasar dari industri digital atau *start up* dikarenakan semakin banyak masyarakat Indonesia yang mendapat akses dalam perekonomian digital, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan peluang terhadap perusahaan *start up* di Indonesia. Menurut penelitian dari google dan A.T Kearny tahun 2017, di dalam 8 (delapan) bulan pertama tahun 2017, *start up* di Indonesia dapat meningkatkan dana sebesar 3 miliar USD atau sebesar 40 triliun rupiah di dalam 53 investasi (AT Kearny, 2017). Dibandingkan dengan berbagai sektor dalam H1 2017, sektor *start up* menduduki peringkat ketiga dengan nilai investasi sebesar 40 triliun rupiah, dengan peringkat pertama dalam sektor oli dan gas sebesar 65 triliun rupiah, dan peringkat kedua dalam sektor pertambangan sebesar 44 triliun rupiah (AT Kearny, 2017). Dengan data tersebut menunjukkan perkembangan dalam sektor industri digital khususnya *start up* sangat diminati di

Indonesia dengan banyaknya investasi dari perusahaan asing dan dalam negeri terhadap perusahaan *start up* yang berbasis teknologi dan digital.

Dengan meningkatnya perkembangan teknologi dunia dan Indonesia tentu akan memunculkan banyaknya peluang usaha baru, produk dan jasa yang ditawarkan seiring dengan perkembangannya teknologi dan internet, berdasarkan dengan data dan berita diatas, pemerintah mendukung adanya perkembangan teknologi dalam negeri di dalam sektor industri digital. Namun hal tersebut harus diiringi dengan tingkat daya saing antar usaha semakin ketat dan kompetitif dalam sektor industri digital (*start up*). Terlebih lagi dengan disepakati adanya pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara pada 2015 lalu atau yang disebut sebagai MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang akan dijalankan dari tahun 2016 sampai 2025. (ASEAN, 2017) dengan adanya MEA, negara-negara yang berada di kawasan Asia Tenggara dapat menjual dan memasarkan produk atau jasa suatu negara ke negara lain di kawasan Asia Tenggara dengan mudah, termasuk juga dalam sektor *e-commerce*, inovasi dan teknologi (ASEAN, 2017). Negara yang menjadi anggota dalam ASEAN sudah Hal ini pun tentu akan meningkatkan kompetisi Indonesia terhadap negara luar khususnya negara lingkup ASEAN dan Asia Tenggara.

Menurut data dari *Global Competitiveness Index* pada tahun 2017 – 2018, Indonesia menduduki peringkat 36 dari 137 negara, sedangkan pada tahun 2016 – 2017, Indonesia menduduki peringkat 41 dari 137 negara (World Economic Forum, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tren yang naik dalam tingkat daya saing pada dunia global. Berikut terlampir grafik data negara Indonesia dari *Global Competitiveness Report 2017 – 2018*.



Gambar 1.1 Global Competitiveness
 Sumber : *Global Competitiveness Report 2017 – 2018*

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa *technological readiness* negara Indonesia masih berada di bawah rata-rata dibandingkan dengan rata-rata global. *Technological readiness* mencakupi lingkup ketersediaan teknologi terkini, *firm-level technology absorption*, *Foreign Direct Investment (FDI)* and *technological transfer*, pengguna internet, dan dalam hal *technological readiness* Indonesia masih berada di peringkat 80 dari 137 negara (World Economic Forum, 2018). Dilihat dari segi Inovasi, Indonesia masih berada di bawah sedikit dari rata – rata global, dalam hal ini inovasi mencakupi lingkup *capacity for innovation*, *company spending on R&D*, *Patent Corporation Treaty (PCT) patent*, kualitas dari institusi penelitian, kolaborasi antara universitas dengan institusi penelitian, dan ketersediaan ilmuwan dan teknisi, secara keseluruhan peringkat tingkat inovasi negara Indonesia berada di peringkat 31 dari 137 negara (World Economic Forum, 2018)

Menurut *Global Innovation Index* (2018) Indonesia menduduki peringkat 85 dari 126 negara yang berpartisipasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi Indonesia terhadap global masih rendah. Oleh karena itu, Indonesia perlu meningkatkan inovasi dalam sektor industri, tidak hanya usaha yang dilakukan oleh pemerintah, namun juga para pelaku usaha di dalam sektor industri digital. Menurut *European Central Bank* (ECB) (2017), inovasi menjadi pendorong yang penting terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara, inovasi dapat meningkatkan produktivitas suatu negara, secara otomatis pun meningkatkan produk dan jasa yang dihasilkan yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (ECB, 2017). Menurut ECB (2017) untuk dapat meningkatkan inovasi diperlukannya meningkatkan *spending* terhadap *Research & Development* (R&D). Indonesia sangat sedikit dalam melakukan investasi di R&D dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya (Hartono & Kusumawadhani, 2018). Menurut Hill & Tandon (2010) investasi dalam *Gross Expenditure on R&D* (GERD) Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto tidak pernah melampaui 0.2% itupun sebagian besar diinvestasikan terhadap sektor publik. Menunjukkan bahwa perhatian Indonesia terhadap inovasi masih sangat minim.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Indonesia ataupun perusahaan di Indonesia adalah dengan menerapkan sistem *Open Innovation* (OI). Perusahaan di Indonesia mendapat dukungan dari perusahaan Red Hat untuk menjembatani penggunaan dari *open innovation* (Tribun News, 2018). Menurut Chesbrough dan Garman (2009), OI dapat menjadi pemecah masalah bagi perusahaan atau pun negara yang terlalu fokus pada sektor tertentu, OI dapat mengakses intelektual

properti, ide baru dan inovasi baru dalam dalam maupun luar organisasi. Menurut Chesbrough & Bogers (2014) OI menjadi hal yang sangat populer di dalam memanfaatkan pengetahuan eksternal di dalam akademik maupun industri. Menurut Dahnlander & Gann (2010), pengetahuan eksternal tersedia sangat banyak dan hanya menunggu untuk diimplementasikan ke perusahaan, namun setiap perusahaan mempunyai limitasinya masing-masing untuk mengerti pengetahuan baru tersebut dan diterapkannya di perusahaan. Menurut Vanhaverbeke et al. (2014), banyak perusahaan yang kesulitan untuk mengelola sistem dari OI secara internal. Sehingga dalam hal untuk mengelola OI, dibutuhkan kemampuan perusahaan di dalam *absorptive capacity* (AC). AC adalah suatu kemampuan dan kapasitas dari perusahaan untuk belajar dan memecahkan masalah, membiarkan perusahaan untuk menyerap pengetahuan eksternal dan menjadikannya sebuah pengetahuan baru secara eksternal.

Maka dari itu, peneliti menggunakan 3 variabel di dalam penelitian ini, diantaranya adalah : (1) *Open Innovation* , (2) *Absorptive Capacity*, dan (3) *Innovation Performance*. Banyak penelitian yang membahas masalah OI dan AC di dalam jurnal knowledge management dan innovation management, namun sedikit yang membahas dan melakukan penelitian di dalam lingkung industri digital negara berkembang seperti Indonesia.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini adalah ;

1. Apakah ada pengaruh antara *open innovation* dan *innovation performance*?
2. Apakah ada pengaruh antara *open innovation* dan *absorptive capacity*?
3. Apakah ada pengaruh antara *absorptive capacity* dan *innovation performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah ;

1. Untuk menguji adanya pengaruh antara *open innovation* dan *innovation performance*
2. Untuk menguji adanya pengaruh antara *open innovation* dan *absorptive capacity*
3. Untuk menguji adanya pengaruh antara *absorptive capacity* dan *innovation performance*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pelaku bisnis

Memberikan pengetahuan mengenai dampak positif yang diperoleh apabila perusahaan melakukan *open innovation* dan meningkatkan *absorptive capacity* dari perusahaan

2. Bagi peneliti

Peneliti dapat memperoleh ilmu baru dalam hal inovasi dan manajemen pengetahuan, khususnya mengenai *open innovation* dan *absorptive capacity*.

3. Bagi masyarakat

Dapat meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa dalam membangun suatu perusahaan, diperlukan mitra yang dapat menunjang operasional perusahaan. Dan masyarakat dapat semakin terdorong untuk menjadi pelaku bisnis yang kritis.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas mengenai variabel *open innovation*, *absorptive capacity*, dan *innovation performance* dalam lingkup Indonesia khususnya pada anggota Koperasi Cafe Start up Indonesia. Selain itu terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi strategi *open innovation* seperti regulasi pemerintah, aktivitas inovasi, dan tingkat investasi tidak dimasukkan dalam penelitian ini

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan dalam penelitian ini membahas tentang latar belakang masalah, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika pembahasan. Sehingga menjadi dasar masalah dilakukannya penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori menjelaskan tentang teori – teori dari variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan meliputi teori kewirausahaan, teori inovasi, teori *open innovation*, teori *absorptive capacity*, dan teori *innovation performance*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menjelaskan tentang teori dan teknik penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Membahas desain penelitian, teknik menyusun kuesioner, pengujian reliabilitas dan validitas dari data yang diperoleh.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab pembahasan memperlihatkan hasil- hasil dari tahapan penelitian dan analisa penelitian yang dilakukan dalam perancangan. Apabila hasil hubungan antara variabel positif, maka hipotesis penelitian dapat dinyatakan signifikan.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisikan kesimpulan dari penelitian, implikasi manajerial dan implikasi teoritis yang dapat ditetapkan, serta saran untuk penelitian selanjutnya.