

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam lingkungan bisnis saat ini yang cepat berubah, perkembangan teknologi yang pesat dan pertumbuhan *e-commerce* telah meningkatkan kompleksitas manajemen rantai pasok atau *supply chain management* (SCM), membuatnya lebih rentan terhadap gangguan (Nakandala et al., 2023). Pandemi COVID-19 telah memperjelas kerentanan ini, sehingga perlu adanya peninjauan kembali terhadap pendekatan manajemen risiko tradisional (Alvarenga et al., 2023). Organisasi sekarang menyadari pentingnya SCM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dengan menekankan pentingnya kemitraan kolaboratif antara pembeli dan pemasok untuk meningkatkan nilai keseluruhan dari aktivitas rantai pasok (Rashid et al., 2023).

Pada saat yang sama, konsep inovasi terbuka telah menarik perhatian akademis yang signifikan, mendorong inovasi terus-menerus melalui kolaborasi eksternal dan arus masuk pengetahuan (Chesbrough & Bogers, 2014; Randhawa et al., 2016). Meskipun sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada perusahaan besar dan berteknologi tinggi, prinsip-prinsip inovasi terbuka berlaku di semua ukuran dan sektor organisasi, membantu mereka mendapatkan keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan pengetahuan internal dan eksternal secara strategis (Popa et al., 2017). Mengingat luasnya penerapan konsep-konsep ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak variabel kunci rantai pasok dan inovasi terhadap kinerja organisasi di berbagai industri dan skala organisasi. Secara

khusus, penelitian ini menyelidiki manajemen hubungan pelanggan, kemitraan strategis dengan pemasok, kualitas berbagi informasi, strategi penundaan, dan nilai yang diberikan oleh manajemen puncak terhadap pengetahuan. Dengan mengintegrasikan faktor-faktor ini, studi ini berupaya memberikan pemahaman komprehensif tentang efek gabungan mereka dalam mendorong kesuksesan organisasi.

Keunikan penelitian ini dibandingkan dengan studi sebelumnya adalah fokusnya pada integrasi model-model dari dua jurnal utama: *open innovation* dan *supply chain management*, serta penerapannya di konteks Indonesia, khususnya di Jakarta. Sebelumnya, penelitian terkait dilakukan di luar negeri (Singh et al., 2021; Hassan, 2023), sehingga penelitian ini berkontribusi pada literatur dengan menambahkan perspektif lokal yang berbeda. Penelitian ini juga memperkenalkan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek *Customer Relationship (CR)*, *Quality of Information Sharing (QIS)*, *Strategic Supplier Partnership (SSP)*, *Postponement (P)*, *Top Management Knowledge Value (TMKV)*, *Knowledge Sharing Practice (KSP)*, *Inbound Open Innovation (IOI)*, *Outbound Open Innovation (OOI)* dan *Organizational Performance (OP)* dalam satu model integratif.

Dengan demikian, studi ini tidak hanya memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor kunci yang mendorong kinerja organisasi tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan di Indonesia untuk meningkatkan daya saing mereka melalui kombinasi strategi SCM dan inovasi terbuka.

## 1.2. Pertanyaan Penelitian

Peningkatan kompleksitas rantai pasok dan keharusan untuk inovasi berkelanjutan menimbulkan tantangan signifikan bagi organisasi yang berusaha mempertahankan keunggulan kompetitif. Meskipun penelitian sebelumnya telah banyak mengeksplorasi aspek individu dari SCM dan inovasi terbuka, masih diperlukan analisis komprehensif yang mempertimbangkan efek gabungan dari variabel-variabel ini terhadap kinerja organisasi di berbagai sektor industri dan skala organisasi. Penelitian ini mengatasi kesenjangan tersebut dengan mengkaji bagaimana *Customer Relationship (CR)*, *Quality of Information Sharing (QIS)*, *Strategic Supplier Partnership (SSP)*, *Postponement (P)*, *Top Management Knowledge Value (TMKV)*, *Knowledge Sharing Practice (KSP)*, *Inbound Open Innovation (IOI)*, *Outbound Open Innovation (OOI)* dan *Organizational Performance (OP)* secara bersama-sama mempengaruhi hasil kinerja. Dengan mengacu pada konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dirumuskan sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Customer Relationship (CR)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?
2. Apakah *Strategic Supplier Partnership (SSP)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?
3. Apakah *Quality of Information Sharing (QIS)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?
4. Apakah *Postponement (P)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?

5. Apakah *Top Management Knowledge Value (TMKV)* berpengaruh terhadap *Knowledge Sharing Practice (KSP)*?
6. Apakah *Knowledge Sharing Practice (KSP)* berpengaruh terhadap *Inbound Open Innovation (IOI)*?
7. Apakah *Knowledge Sharing Practice (KSP)* berpengaruh terhadap *Outbound Open Innovation (OOI)*?
8. Apakah *Inbound Open Innovation (IOI)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?
9. Apakah *Outbound Open Innovation (OOI)* berpengaruh terhadap *Organizational Performance (OP)*?
10. Apakah *Inbound Open Innovation (IOI)* memediasi hubungan antara *Knowledge Sharing Practice (KSP)* dengan *Organizational Performance (OP)*?
11. Apakah *Outbound Open Innovation (OOI)* memediasi hubungan antara *Knowledge Sharing Practice (KSP)* dengan *Organizational Performance (OP)*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan analisis komprehensif mengenai dampak gabungan dari *Customer Relationship (CR)*, *Quality of Information Sharing (QIS)*, *Strategic Supplier Partnership (SSP)*, *Postponement (P)*, *Top Management Knowledge Value (TMKV)*, *Knowledge Sharing Practice (KSP)*, *Inbound Open Innovation (IOI)*, *Outbound Open Innovation (OOI)* terhadap *Organizational Performance (OP)*. Dengan fokus pada variabel-variabel

ini, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan wawasan praktis yang dapat membantu organisasi di berbagai industri dan skala meningkatkan keunggulan kompetitif dan mencapai perbaikan kinerja yang berkelanjutan.

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Customer Relationship (CR)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Strategic Supplier Partnership (SSP)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Quality of Information Sharing (QIS)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Postponement (P)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Top Management Knowledge Value (TMKV)* terhadap *Knowledge Sharing Practice (KSP)*.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Knowledge Sharing Practice (KSP)* terhadap *Inbound Open Innovation (IOI)*.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Knowledge Sharing Practice (KSP)* terhadap *Outbound Open Innovation (OOI)*.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Inbound Open Innovation (IOI)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.

9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Outbound Open Innovation (OOI)* terhadap *Organizational Performance (OP)*.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif mediasi *Inbound Open Innovation (IOI)* antara *Knowledge Sharing Practice (KSP)* dengan *Organizational Performance (OP)*.
11. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif mediasi *Outbound Open Innovation (OOI)* antara *Knowledge Sharing Practice (KSP)* dengan *Organizational Performance (OP)*.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur di bidang manajemen rantai pasok (SCM) dan inovasi terbuka dengan menawarkan perspektif baru yang menggabungkan kedua konsep tersebut dalam konteks Indonesia. Studi ini juga memperkaya teori dengan menambahkan dimensi lokal dan memberikan bukti empiris yang relevan tentang bagaimana variabel seperti CR, SSP, QIS, P, TMKV dan KSP mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan.

Dalam konteks teori manajemen, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana integrasi strategi SCM dan inovasi terbuka dapat meningkatkan performa organisasi di negara berkembang. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa integrasi pengetahuan internal dan eksternal dapat meningkatkan inovasi dan kinerja organisasi (Wang et al., 2014). Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya pengetahuan sebagai sumber daya strategis



yang dapat digunakan untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan (Ferraris et al., 2017).

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur di bidang manajemen rantai pasok (SCM) dan inovasi terbuka dengan menawarkan perspektif baru yang menggabungkan kedua konsep tersebut dalam konteks Indonesia. Studi ini juga memperkaya teori dengan menambahkan dimensi lokal dan memberikan bukti empiris yang relevan tentang bagaimana variabel seperti manajemen hubungan pelanggan, kemitraan strategis dengan pemasok, kualitas berbagi informasi, strategi penundaan, dan nilai pengetahuan oleh manajemen puncak mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan.

Dalam konteks teori manajemen, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang bagaimana integrasi strategi manajemen rantai pasokan (SCM) dan inovasi terbuka dapat meningkatkan kinerja organisasi di negara berkembang. Hal ini didukung oleh temuan yang menunjukkan bahwa pengintegrasian pengetahuan internal dan eksternal dapat meningkatkan inovasi serta kinerja organisasi (Santoro et al., 2018). Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya pengetahuan sebagai sumber daya strategis yang dapat mendorong inovasi dan pertumbuhan (Santoro et al., 2018)

#### **1.4.2 Manfaat Manajerial**

Secara manajerial, penelitian ini menawarkan wawasan praktis yang dapat digunakan oleh para pengambil keputusan di perusahaan atau organisasi

(*supervisor, manager, general manager, director, owner*) untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka melalui implementasi strategi SCM dan inovasi terbuka. Dengan mengidentifikasi variabel kunci seperti manajemen hubungan pelanggan, kemitraan strategis dengan pemasok, kualitas berbagi informasi, strategi penundaan, dan penilaian pengetahuan oleh manajemen puncak, penelitian ini memberikan panduan yang jelas bagi para manajer dalam mengembangkan kebijakan dan praktik yang efektif.

Sebagai contoh, manajer dapat menggunakan temuan ini untuk membangun kemitraan yang lebih kuat dengan pemasok strategis, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko gangguan rantai pasok (Nenavani & Jain, 2022). Selain itu, penekanan pada kualitas berbagi informasi dan strategi penundaan dapat membantu organisasi merespons dengan lebih cepat dan efektif terhadap perubahan pasar, sehingga meningkatkan daya saing mereka (Faruquee et al., 2021).

Lebih lanjut, penilaian pengetahuan oleh manajemen puncak memainkan peran penting dalam mendorong budaya berbagi pengetahuan dan inovasi dalam organisasi. Dengan menerapkan temuan ini, manajer dapat meningkatkan keterlibatan karyawan dalam proses inovasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan (Wang & Wang, 2012).

### **1.5. Lingkup Penelitian**

Pada sub-bab ini, peneliti akan menjelaskan ruang lingkup penelitian yang dilakukan. Ruang lingkup ini disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak



dari beberapa variabel utama terhadap kinerja organisasi (*Organizational Performance /OP*), yaitu:

- *Customer Relationship (CR)*
- *Quality of Information Sharing (QIS)*
- *Strategic Supplier Partnership (SSP)*
- *Postponement (P)*
- *Top Management Knowledge Value (TMKV)*
- *Knowledge Sharing Practice (KSP)*
- *Inbound Open Innovation (IOI)*
- *Outbound Open Innovation (OOI)*

Semua variabel ini akan dianalisis untuk memahami sejauh mana masing-masing faktor mempengaruhi kinerja organisasi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan *Google Forms*. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan informasi terkait persepsi dan pengalaman para responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Penggunaan *Google Forms* memungkinkan pengumpulan data yang efisien dan aksesibilitas yang tinggi bagi para responden.

## **1.6. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian ini terstruktur dalam lima bab dengan sub-bab yang rinci, seperti berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini, disajikan latar belakang masalah sebagai dasar pemilihan topik penelitian dan variabel yang akan dijelaskan, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan yang akan diikuti dalam penelitian.

## **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi dasar-dasar teori dan konsep dari variabel penelitian. Termasuk penjelasan terkait penelitian terdahulu terkait variabel yang digunakan. Variabel tersebut meliputi Hubungan Pelanggan, Kemitraan Pemasok Strategis, Kualitas Berbagi Informasi, Strategi Penundaan, dan Nilai Pengetahuan Manajemen Puncak. Pada bab ini juga disertai tinjauan pustaka yang mencakup pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual penelitian yang diajukan.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini merinci paradigma, jenis, dan desain penelitian, bersama dengan subjek penelitian, unit analisis, etika pengumpulan data, pengukuran konstruk, definisi konseptual, skala pengukuran variabel, sumber dan teknik pengumpulan data, teknik penyusunan kuesioner, desain sampel, penentuan jumlah sampel, teknik analisis data, serta uji pendahuluan.

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian melalui kuesioner dan analisis data, termasuk profil demografi responden, analisis deskriptif variabel penelitian, dan

analisis menggunakan PLS-SEM. Bab ini juga berisi penjelasan untuk membuktikan masalah penelitian dengan jelas.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memberikan kesimpulan dari analisis data penelitian serta implikasinya pada bidang manajemen rantai pasokan. Terdapat pula pembahasan mengenai keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian masa depan.

