

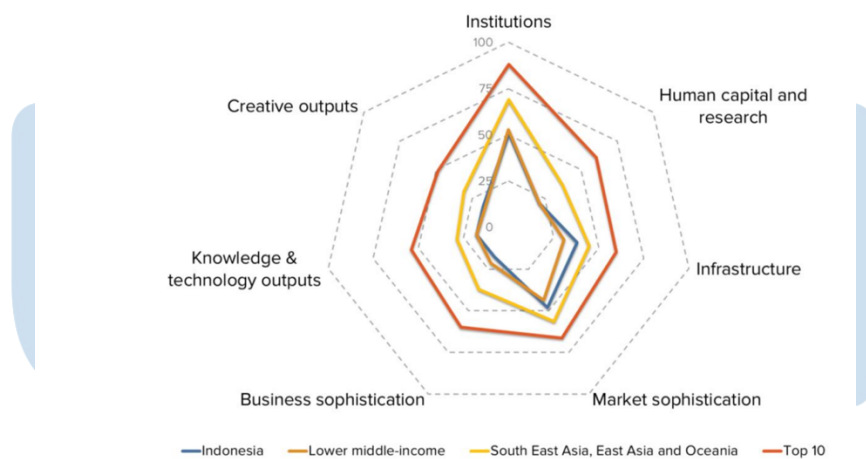
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan data dari Global Innovation Index 2020 (Androschuk, 2021), Indonesia berada di peringkat ke - 10. Bila dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara, Asia timur dan Oseania, tujuh pilar Indonesia (*infrastructure, market sophistication, knowledge and technology outputs, creative outputs, institutions, human capital and research* dan *business sophistication*) masih tergolong di bawah rata-rata. Hal ini yang membuat inovasi pada bidang apapun menjadi sangat penting, karena peran inovasi dalam industri dapat membantu perkembangan ekonomi di suatu negara, terutama perusahaan manufaktur yang memiliki kesempatan untuk menghasilkan lapangan kerja yang luas (Sunkad, 2020).

Indonesia's scores in the seven GII pillars



Gambar 2.1 Peringkat Indonesia dalam 7 Pilar Global Innovation Index 2020
Sumber : Data riset Global Innovation Index 2020

Berdasarkan penelitian *The Global Competitiveness Report 2020* (Schwab & Zahidi, 2020), Indonesia berada di peringkat 16 dunia dengan skor 62,9 poin

(dari skala 0-100 poin) sebagai negara yang kompetitif dalam persaingan pasar. Hendaknya kompetisi bukan sekadar persaingan namun sebagai wadah untuk mengasah kreativitas sehingga perusahaan mampu menciptakan inovasi.

Tabel 1.1 Peringkat Indonesia dalam kategori "Rethink competition and anti-trust frameworks needed in the "Fourth Industrial Revolution, ensuring market access, both locally and internationally"

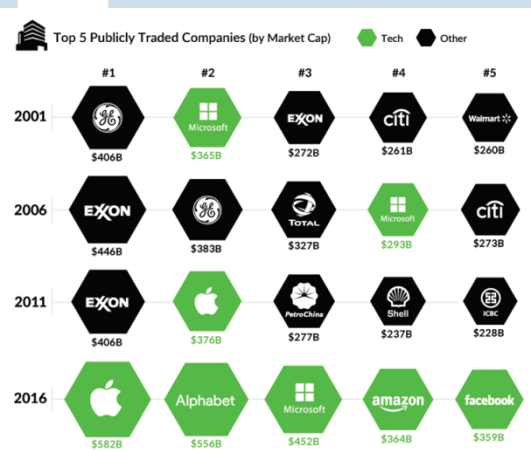
Economy	Rethink competition and anti-trust frameworks needed in the Fourth Industrial Revolution, ensuring market access, both locally and internationally
United States	77.6
Canada	74.7
China	71.8
Finland	70.8
Sweden	70.7
Spain	70.1
Denmark	68.9
Italy	68.3
Israel	67.5
Estonia	66.9
Germany	65.6
Belgium	64.8
France	64.7
Netherlands	64.4
Switzerland	64.0
Indonesia	62.9
United Kingdom	62.7
Japan	62.7
New Zealand	62.6
Australia	61.6
Poland	61.5

Sumber : World Economic Forum 2020

Perusahaan dapat mencapai kesuksesan dalam hal pemanfaatan sumber daya yang dioptimalkan, pengurangan biaya, peningkatan produktivitas karyawan dan efisiensi kerja, *supply chain* yang dioptimalkan, peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan, dan masih banyak lagi (Coupette, 2015). Sumber daya

manusia hendaknya dioptimalkan karena karyawan adalah aset yang terpenting dalam perusahaan (Desouza, 2015).

Inovasi dibutuhkan perusahaan agar dapat bertahan hidup dalam menghadapi tantangan yang ada di masa depan. Perusahaan seperti Microsoft, eBay, Google, Amazon, Facebook, Twitter, Dropbox, Uber and Airbnb telah mendapat keuntungan milyaran dollar dengan mengubah bisnis model mereka (Viki, 2020). Berdasarkan data pada gambar 1.1, terdapat 5 perusahaan besar di area Silicon Valley yang mendominasi pasar di tahun 2015. Itu artinya, perusahaan-perusahaan tersebut telah berhasil melakukan inovasi sehingga dapat bertahan dan menambah revenue dari tahun ke tahun.



Gambar 1.2 Perusahaan Besar *Silicon Valley* yang Mendominasi Pasar

Sumber : *visualcapitalist.com* dalam Journal (Rozalska, 2020)

Inovasi merupakan suatu keharusan bagi perusahaan untuk beberapa tahun ke depan sehingga dapat menciptakan ide-ide baru yang belum ada sebelumnya. Krishna Bharat, karyawan Google pada tahun 2010 mendapat ide untuk membuat alat yang dapat mengakses dan mengurai situs berita yang berbeda untuk mengelompokkan jenis informasi yang ingin dia baca. Google mendukung dan memperbesar idenya untuk membentuk layanan berita lengkap di situs mereka (Desouza, 2015), yang sekarang dikenal sebagai Google News. Google juga sudah memiliki beberapa solusi berbasis teknologi untuk

menumbuhkan intrapreneurship pada para karyawannya, seperti diluncurkan Google Ideas pada tahun 2010 (sekarang bernama Jigsaw). Peran manajemen tidak terlepas dari pentingnya kreativitas dalam penciptaan ide, pengembangan produk, inovasi desain, akuisisi pengetahuan, pengembangan pemasaran, pengendalian biaya, pengembangan sumber daya manusia, dan kompetisi (Xu, 2020). Hal yang juga penting bagi perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang peka teknologi sehingga dapat membantu karyawan mengasah jiwa kewirausahaan sesuai perkembangan jaman.

Penerapan intrapreneurship juga sudah dilakukan di perusahaan Apple sejak tahun 1985 oleh Steve Jobs. Tim Macintosh yang berkisar sekitar 20 orang melakukan inovasi produk dan layanan secara radikal (*radical innovation*). Mereka cenderung mengabaikan peraturan organisasi dan struktur demi mencapai visi yang diinginkan (Deloitte Digital, 2015). Mengabaikan peraturan organisasi itu berarti berhubungan dengan *Risk Taking*, yang jika ditransformasikan secara positif akan memberikan cara dan penemuan baru. Tidak diragukan bahwa *Entrepreneurial Orientation* adalah salah satu faktor penting yang mengintegrasikan dan membangun kompetensi antara internal dengan eksternal untuk mengatasi lingkungan yang berubah dengan cepat (Darwis G., 2017).

Perusahaan yang mapan sekalipun juga harus mempunyai kemampuan wirausaha sehingga memiliki mentalitas yang terbuka seperti *start-up* (Burmeister, 2016). Peningkatan kognisi kewirausahaan dengan pengalaman masa lalu dapat diterjemahkan menjadi ide bisnis yang lebih inovatif (Yancy & Esteban, 2019). Dari hal tersebut, menjadi sebuah umpan perusahaan bahwa karyawan yang telah memiliki *Entrepreneurial Orientation* juga dapat menjadi sumber inovasi.

Kompas Gramedia Group of Manufacture memiliki 1743 karyawan di seluruh Indonesia (Data HR Goman, 2020). Jika karyawan adalah aset, maka perusahaan memiliki aset sejumlah karyawan yang dimilikinya. Untuk

meningkatkan produktivitas karyawan, perusahaan mengadakan Program Improvement and Innovation setiap tahunnya. Daripada menjadi penerima pasif dari perubahan pekerjaan dan produk, karyawan perlu mengadopsi peran sebagai "inovator" dan "pembeda" (Bowen, 2016). Namun perlu ada pemantauan dan pemberian manfaat pada inovasi karyawan agar terkoordinasi karena jika hanya pada ide tahap pertama, tidak terbentuk jaringan intrapreneur yang stabil dan berjangka panjang (Viki, 2020). Karyawan yang berinovasi dan memiliki *Entrepreneurial Orientation* perlu didukung perusahaan.

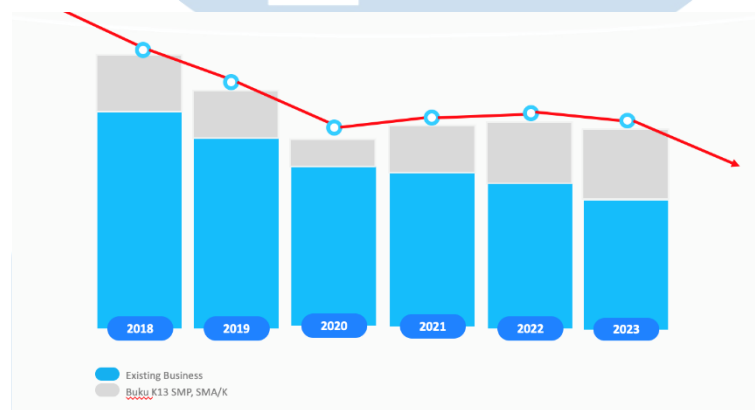
Organisasi harus mempunyai platform yang layak untuk intrapreneurship agar ide tidak hilang begitu saja dan lebih terkontrol (Kevin, 2015). Memiliki lingkungan kewirausahaan tidak hanya akan menginspirasi karyawan untuk berinovasi tetapi juga memotivasi mereka untuk mengembangkan pola pikir kewirausahaan, yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, intrapreneurship merupakan salah satu elemen kunci yang akan menuntun menuju kesuksesan kinerja bisnis (Cho and Lee, 2018). Kesuksesan kinerja bisnis dapat terbentuk dari inovasi dan kerjasama tim di dalam perusahaan.

Gramedia Printing merupakan unit bisnis yang bergerak di industri percetakan sejak tahun 1972 yang didirikan oleh Bapak P.K. Ojong dan Bapak Jakob Oetama. Beragam bentuk media cetak seperti koran, buku, tabloid, majalah, mailer, kalender, brosur, poster, dan lain-lain menjadikan Gramedia Printing tetap berdiri hingga saat ini. Gramedia Printing mempunyai keunggulan pencetakan jarak jauh, sehingga menjadikan site Gramedia Printing tersebar di berbagai kota di Indonesia seperti Jakarta, Cikarang, Bandung, Surabaya, Medan, Bawen, dan Denpasar. Misi dari Gramedia Printing adalah mendukung pencapaian sasaran bisnis pelanggan dengan memahami bisnis mereka, menjamin keamanan produk, memberikan produk yang berkualitas dan memberikan inovasi produk serta layanan prima bagi pelanggan.

Pada tahun 2015 didirikanlah Metaform di Purwakarta sebagai bentuk transformasi dalam menghadapi perubahan di industri percetakan media

(www.kompasgramedia.com). Metaform menyediakan jasa cetak berupa kemasan makanan dan minuman hingga kemasan farmasi. Dua layanan unggulan Metaform antara lain kemasan kertas dan kemasan berbahan plastik yang ramah lingkungan.

Keberadaan Gramedia Printing dan Metaform memunculkan istilah Kompas Gramedia Group of Manufacture (GOMAN). Pada tahun 2016, GOMAN berinovasi dengan menyediakan dan mendistribusikan buku-buku sekolah serta berbagai kebutuhan sekolah lainnya yang sampai sekarang dikenal sebagai Gramedia Mitra Edukasi Indonesia. Jika melihat revenue yang menurun dari Gramedia Printing dari tahun 2018 sampai dengan 2023 sebagai *existing business*, perusahaan perlu terus melakukan berbagai inovasi sehingga dibutuhkan penelitian apakah karakter *entrepreneurial orientation* menjadi penting bagi perusahaan dalam meningkatkan *innovation performance*.



Gambar 1.3 Data Perusahaan

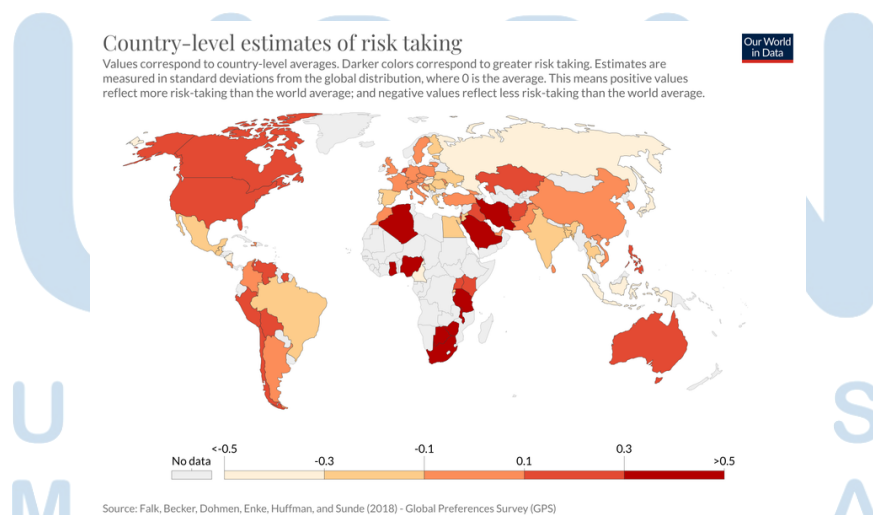
Sumber: Data Perusahaan Prediksi Revenue Gramedia Printing 2018 sampai dengan 2023

Literasi informasi menghasilkan keputusan yang seimbang, serta membuka jalan bagi penciptaan pengetahuan, pembelajaran dan inovasi (Forster, 2018). Sebagai perusahaan yang terus berinovasi dan melebarkan sayap ke berbagai bidang terutama di dunia pendidikan, semua yang menjadi bagian perusahaan tersebut hendaknya memiliki *Information Literacy* (IL) agar dapat mempunyai

pemahaman yang benar terhadap hal yang terjadi di masyarakat. IL bisa bergerak pada konsep global yang dapat membantu pertumbuhan bangsa dalam kehidupan sosial budaya dan ekonomi serta politik (Salim et al., 2018). Itu artinya, semakin banyak orang yang memiliki pemahaman yang benar pada informasi yang diterimanya, semakin menunjukkan bangsa yang terdidik.

Menurut penelitian (Sascha Kraus, Matthias Breier, 2019) perusahaan perlu memperkerjakan karyawan yang memiliki *entrepreneurial orientation*. *Entrepreneurial orientation* yang terdiri dari *proactiveness*, *innovativeness* dan *risk taking* dapat menciptakan aktivitas eksplorasi dan dapat menghasilkan peluang baru sehingga dapat menghadapi perubahan yang tak terduga.

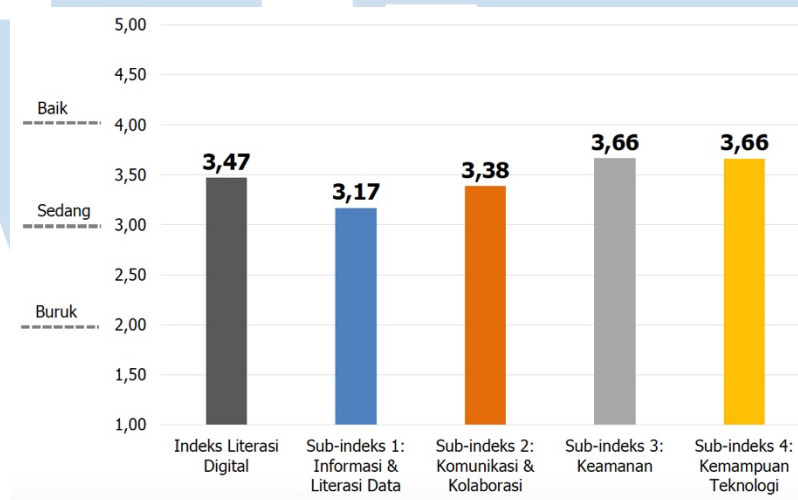
Dari hasil survey *Global Preferences Survey* (Falk, 2018) yang dilakukan pada sekitar 80.000 responden di 76 negara, menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam kategori negara dengan *risk taking* rendah. *Risk taking* menjadi salah satu karakteristik dari *entrepreneurial orientation*. Menurut penelitian (Rua, 2018) entrepreneurship dan inovasi berkaitan dengan pembangunan ekonomi dan sosial. Dari data dan hasil penelitian tersebut menambah pemahaman bahwa karakter *entrepreneurial orientation* di Indonesia masih perlu dikembangkan.



Gambar 1.4 Estimasi level *risk taking* pada 76 negara

Sumber : Global Preferences Survey (Falk, 2018)

Dari hasil penelitian (Kemkominfo, 2020) telah melakukan riset di 34 provinsi di Indonesia kepada 1670 responden. Hasil dari penelitian tersebut merumuskan bahwa Indeks Literasi digital di Indonesia yang dicapai belum mencapai skor "baik" (4.00), namun Indonesia berada di skor "sedang" (3,47). Hal tersebut mengarahkan bahwa Indonesia masih membutuhkan pengembangan *information literacy* untuk mencapai skor yang lebih baik lagi.



Gambar 1.5 Indeks Literasi Digital 2020

Sumber : Survey Literasi Digital Indonesia 2020 oleh Kemkominfo

Di masa pandemi Covid-19 ini, literasi informasi dan media menjadi lebih kritis dari sebelumnya karena era digital saat ini dikombinasikan dengan orang-orang yang mengakses dari rumah dan bekerja dari jarak jauh sehingga mengkonsumsi berita dan informasi melalui digital platform (UNESCO, 2020). Pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa perubahan dunia yang cepat dan tidak menentu membuat banyak orang beradaptasi dengan teknologi dan informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dipaparkan, maka dalam penelitian ini bisa dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Innovativeness* terhadap *Innovation Performance*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*?
4. Apakah terdapat *Innovation Performance* mempengaruhi *Perceived Innovation Performance*?
5. Apakah terdapat Information Literacy yang dapat mempengaruhi *Innovativeness* terhadap *Innovation Performance*?
6. Apakah terdapat Information Literacy yang dapat mempengaruhi *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*?
7. Apakah terdapat Information Literacy yang dapat mempengaruhi *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Umum

Tujuan umumnya adalah mengetahui apakah *information literacy* dapat mempengaruhi *entrepreneurial orientation* sehingga dapat menghasilkan *innovation performance*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menemukan hasil yang menunjukkan bahwa lingkungan kantor yang mendukung *entrepreneurial orientation* dapat memberikan hal-hal baru dan lebih luas sehingga dapat memberikan manfaat bagi karyawan dalam meningkatkan kemampuan berinovasi serta dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang dapat dilihat dari *innovation performance*.

2. Khusus

Dapat menunjukkan dukungan perusahaan terhadap pengembangan intrapreneurship yang diberikan kepada karyawan. Tidak hanya menjadikan karyawan memiliki jiwa entrepreneur melainkan karyawan juga memiliki kemampuan *information literacy* yang akan menunjang keberhasilan dan memberikan inovasi bagi perusahaan di masa depan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penting dalam pengembangan pengetahuan mengenai *information literacy* di lingkungan kantor Kompas Gramedia Group of Manufacture. Manfaat dari teori serta ilmu yang dirangkum dalam tulisan ini dapat menunjukkan bahwa *innovation performance* tidak terbentuk begitu saja melainkan ada kemampuan dan proses yang dapat dipelajari oleh setiap karyawan agar memiliki *entrepreneurial orientation* sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal di *innovation performance*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan : perusahaan mendapat referensi untuk pengembangan sumber daya manusia sehingga perusahaan dapat memiliki inovasi yang lebih tinggi lagi untuk kemajuan perusahaan.
- b. Bagi Penulis : meningkatkan pengetahuan dari proses bimbingan di sehingga dapat melatih kemampuan berpikir.