

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Salah satu perusahaan yang menghadapi tantangan ini adalah PT Max Indonesia, yang bergerak dalam industri layanan teknologi dan manufaktur. Perusahaan ini berupaya mempertahankan eksistensinya dengan mengadopsi berbagai inovasi dan strategi pengembangan perusahaan untuk menghadapi perubahan cepat dalam dunia bisnis. Dalam konteks ini, budaya organisasi dan penerapan teknologi informasi menjadi faktor penting yang dapat mendorong atau menghambat perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh budaya organisasi dan teknologi informasi dalam mendukung strategi pengembangan perusahaan melalui inovasi organisasi.

Budaya organisasi, yang merupakan serangkaian nilai, norma, dan praktik kerja yang dianut bersama oleh seluruh anggota perusahaan, memiliki pengaruh besar dalam menentukan cara perusahaan merespons perubahan dan mengadopsi inovasi. Budaya organisasi yang adaptif dan mendukung inovasi dapat mempercepat proses transformasi perusahaan, sehingga perusahaan lebih siap menghadapi tantangan eksternal dan internal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kuat dan positif mendorong karyawan untuk terlibat secara aktif dalam proses inovasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Namun, masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi berperan sebagai pendorong inovasi organisasi dalam mendukung strategi pengembangan di perusahaan-perusahaan Indonesia, khususnya PT Max Indonesia.



n, kemajuan teknologi informasi juga memainkan peran penting dalam n perusahaan. Teknologi informasi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi

bisnis yang lebih responsif dan inovatif. Penggunaan teknologi informasi yang tepat dapat memfasilitasi aliran informasi yang cepat dan akurat di seluruh organisasi, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dan memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Dalam hal ini, teknologi informasi dapat menjadi katalisator bagi inovasi organisasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan strategis perusahaan. Akan tetapi, penerapan teknologi informasi yang efektif memerlukan dukungan dari budaya organisasi yang siap untuk berubah dan beradaptasi.

Inovasi organisasi adalah proses menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru yang meningkatkan kinerja dan kemampuan adaptasi suatu organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup perbaikan dalam proses, struktur, dan metode kerja dalam organisasi. Menurut Damanpour dan Gopalakrishnan (1998), inovasi dalam konteks organisasi adalah segala perubahan yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan pasar. Inovasi organisasi dapat berbentuk inovasi teknis yang terkait langsung dengan produk dan proses produksi, atau inovasi administratif yang menyangkut perubahan dalam kebijakan, praktik, atau struktur manajemen.

Teori inovasi organisasi menggarisbawahi pentingnya aspek-aspek seperti budaya organisasi, teknologi informasi, dan kemampuan karyawan dalam mendukung proses inovasi. Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam kajian inovasi organisasi adalah teori difusi inovasi, yang dikemukakan oleh Everett Rogers. Rogers mengemukakan bahwa inovasi cenderung menyebar di antara anggota organisasi melalui suatu proses difusi, yang terdiri dari tahap pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks perusahaan, keberhasilan inovasi organisasi bergantung pada seberapa baik organisasi tersebut mampu menginternalisasi



an inovasi di seluruh fungsi organisasi.

, teori resource-based view (RBV) menekankan pentingnya sumber daya an, termasuk sumber daya manusia yang inovatif, sebagai faktor penentu

keunggulan bersaing. Dengan demikian, inovasi organisasi dapat dipandang sebagai aset strategis yang berfungsi untuk menciptakan nilai tambah dan diferensiasi di pasar. Dalam perusahaan seperti PT Max Indonesia, keberadaan budaya inovatif, dukungan teknologi yang memadai, dan keterlibatan karyawan dalam proses inovasi sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kemudian Strategi pengembangan perusahaan adalah serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Strategi ini melibatkan berbagai upaya untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan nilai lebih bagi pelanggan. Salah satu teori yang banyak digunakan dalam memahami strategi pengembangan perusahaan adalah teori Ansoff (1965), yang memperkenalkan matriks pertumbuhan dengan empat pendekatan: penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan diversifikasi. Strategi ini dapat diterapkan berdasarkan pada kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis.

Strategi pengembangan perusahaan juga melibatkan penguatan kapabilitas organisasi dalam hal kemampuan adaptasi dan inovasi. Dalam konteks ini, teori kapabilitas dinamis (dynamic capabilities) yang dikemukakan oleh Teece, Pisano, dan Shuen (1997) menekankan pentingnya kemampuan perusahaan dalam mengembangkan, memperbaharui, dan mengintegrasikan sumber daya internal untuk merespons perubahan pasar yang cepat. Kapabilitas dinamis memungkinkan perusahaan untuk melakukan transformasi yang diperlukan guna mempertahankan keberlanjutan dan daya saing. Bagi PT Max Indonesia, penguatan inovasi organisasi melalui dukungan teknologi informasi dan budaya organisasi yang adaptif dapat menjadi elemen penting dalam memperkuat strategi pengembangan perusahaan.

Penelitian oleh Martins dan Terblanche (2003) menyoroti peran budaya organisasi



sebagai kunci dalam memfasilitasi atau menghambat inovasi. Mereka percaya bahwa budaya organisasi yang mendukung keterbukaan, kolaborasi, dan cenderung menciptakan lingkungan yang kondusif untuk inovasi. Budaya

semacam ini tidak hanya mendukung pengembangan ide-ide baru tetapi juga mempercepat implementasi perubahan, karena karyawan lebih mudah menerima dan terlibat dalam proses inovatif.

Di sisi lain, penelitian oleh Jaskyte (2004) menunjukkan bahwa berbagai elemen budaya organisasi, seperti gaya kepemimpinan dan struktur organisasi, dapat mempengaruhi tingkat inovasi dalam perusahaan. Perusahaan dengan budaya yang fleksibel dan didukung oleh kepemimpinan yang inovatif cenderung lebih berhasil dalam mengadopsi inovasi dibandingkan perusahaan dengan budaya kaku.

Sedangkan Menurut penelitian Bharadwaj (2000), teknologi informasi dapat menjadi sumber daya strategis yang meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinovasi dan merespons perubahan lingkungan. Penelitian ini menyoroti bahwa perusahaan yang memanfaatkan teknologi informasi secara efektif cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi, karena teknologi membantu dalam pengambilan keputusan yang cepat, integrasi proses, dan peningkatan efisiensi operasional. Temuan ini relevan bagi PT Max Indonesia, yang mengandalkan teknologi informasi dalam mendukung strategi pengembangan dan inovasi organisasi.

Kemudian Penelitian yang dilakukan oleh Calantone, Cavusgil, dan Zhao (2002) meneliti peran inovasi sebagai variabel mediasi antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa inovasi organisasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan memperkuat hubungan antara pemahaman pasar dan pengembangan produk. Inovasi bertindak sebagai jembatan antara faktor-faktor internal (seperti budaya dan teknologi) dan strategi pengembangan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja.

Adapula Menurut penelitian oleh Lin dan McDonough (2011), budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan berbagi pengetahuan memiliki korelasi yang kuat dengan peningkatan inovasi dalam perusahaan. Studi ini menekankan bahwa inovasi



; oleh budaya yang kondusif mampu memperkuat strategi pengembangan udaya yang inovatif memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan lam merespons tantangan bisnis, yang pada akhirnya berdampak positif

pada pengembangan dan pertumbuhan perusahaan.

Dengan melihat pentingnya variabel-variabel ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana budaya organisasi dan teknologi informasi berpengaruh terhadap strategi pengembangan perusahaan di PT Max Indonesia, serta untuk melihat apakah inovasi organisasi berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini. Mengingat perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis modern, terutama dalam konteks industri teknologi, strategi pengembangan yang berbasis inovasi dan pemanfaatan teknologi menjadi semakin relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai peran penting budaya organisasi dan teknologi informasi dalam mendukung pengembangan perusahaan melalui inovasi.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pernyataan dan fenomena dan fakta, di atas, maka permasalahan pokok yang dapat dirumuskan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah budaya organisasi (X1) mempengaruhi Inovasi Organisasi (Z) di perusahaan multinasional?
2. Apakah teknologi informasi (X2) mempengaruhi Inovasi Organisasi (Z) di perusahaan multinasional?
3. Apakah budaya organisasi (X1) mempengaruhi strategi perkembangan perusahaan (Y) multinasional?
4. Apakah teknologi informasi (X2) mempengaruhi strategi perkembangan perusahaan (Y) multinasional?
5. Apakah budaya organisasi (X1) mempengaruhi strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z) ?
6. Apakah teknologi informasi (X2) mempengaruhi strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z)?
7. Apakah Inovasi Organisasi (Z) berpengaruh terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) multinasional?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung budaya organisasi (X1) terhadap Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung teknologi informasi (X2) terhadap Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung budaya organisasi (X1) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) di PT Max Indonesia
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung teknologi informasi (X2) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) di PT Max Indonesia
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung budaya organisasi (X1) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung teknologi informasi (X2) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Inovasi Organisasi (Z) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) di PT Max Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Ilmiah

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen organisasi dan teknologi informasi. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada hubungan antara budaya organisasi, teknologi informasi, dan inovasi organisasi dalam konteks strategi pengembangan perusahaan. Beberapa manfaat ilmiah yang dapat diperoleh dari penelitian ini



itian ini memperkaya teori-teori manajemen dengan menunjukkan mana budaya organisasi dan teknologi informasi dapat saling

berinteraksi untuk mendukung strategi pengembangan perusahaan. Ini dapat memperluas pemahaman mengenai pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja organisasi.

- b. Dengan meneliti peran inovasi organisasi sebagai variabel mediasi, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana inovasi dapat menjadi penghubung antara budaya dan teknologi dalam mendukung strategi perusahaan. Hal ini berpotensi membuka peluang penelitian lebih lanjut dalam area ini.
- c. Penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi metodologis dalam studi-studi berikutnya, terutama yang berkaitan dengan penggunaan variabel mediasi dalam penelitian manajemen. Teknik analisis data yang digunakan, seperti model mediasi, dapat diperkenalkan atau dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian dengan judul "*Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Teknologi Informasi Terhadap Strategi Pengembangan Perusahaan Melalui Inovasi Organisasi Sebagai Variabel Mediasi Di PT Max Indonesia*" memiliki manfaat yang signifikan bagi perusahaan, terutama dalam membantu meningkatkan kinerja, daya saing, dan keberlanjutan perusahaan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian mengenai analisis pengaruh budaya organisasi dan teknologi Informasi terhadap strategi pengembangan perusahaan melalui inovasi organisasi sebagai variabel mediasi memiliki ruang lingkup yang luas dengan banyak kasus penelitian yang relevan. Penelitian ini akan berfokus pada PT MAX INDONESIA, sebuah perusahaan multinasional yang berbasis di Indonesia, sebagai objek penelitian utama.



ca Penulisan

AHULUAN

Bab ini akan menjelaskan latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sifat sistematis penulisan tesis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan memperkenalkan penelitian literatur teoretis tentang isu-isu seperti budaya organisasi, teknologi informasi, inovasi organisasi, dan strategi pengembangan perusahaan dll.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang jenis penelitian, topik dan objek penelitian, lokasi penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, kerangka konseptual dan hipotesis

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang semua informasi dan gambaran instansi atau perusahaan yang dijadikan sebagai tempat penelitian, letak geografis, penyebaran kuesioner, identitas responden, tabulasi hasil jawaban responden, deskripsi variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas, hasil pengelolaan data, pengujian asumsi, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membuat kesimpulan dari hasil meneliti yang telah peneliti lakukan. Juga memuat saran yang dapat dilakukan oleh pihak terkait kedepannya untuk penyempurnaan peneliti maupun bagi lembaga instansi atau perusahaan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Budaya Organisasi

Budaya Organisasi dan Definisinya

Budaya organisasi mencerminkan nilai-nilai, keyakinan, dan norma yang dikembangkan dan dipegang oleh anggota organisasi, yang membentuk cara mereka berinteraksi dan bekerja sama. Robbins dan Coulter (2022) menyebut bahwa budaya organisasi merupakan "pola keyakinan dan perilaku kolektif dalam sebuah organisasi yang menetapkan perilaku yang dapat diterima dan tidak dapat diterima" (Sutrisno, 2021). Dalam perspektif ini, budaya organisasi menciptakan landasan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dan kinerja organisasi (Kaplan et al., 2022).

Schein (2022) menjelaskan budaya organisasi sebagai "pola asumsi dasar yang dimiliki oleh kelompok, yang telah terbukti efektif dalam memecahkan masalah eksternal dan internal dan, karenanya, diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar dalam memandang, berpikir, dan merasakan." Menurutnya, budaya terbentuk dari pengalaman-pengalaman kolektif yang sukses dan diwariskan dalam organisasi.

Kim dan Park (2021) menyatakan bahwa "budaya organisasi adalah sistem keyakinan dan norma yang menjadi landasan perilaku dan interaksi antar anggota organisasi, yang dibangun melalui simbol-simbol dan ritus yang khas." Mereka menekankan peran simbolik dan normatif dari budaya dalam menciptakan identitas unik bagi organisasi dan anggotanya.

Jones, Smith, dan Robinson (2023) mendefinisikan budaya organisasi sebagai "pola perilaku dan nilai yang ditanamkan oleh pemimpin dan dipegang bersama oleh seluruh anggota, yang membentuk pola komunikasi dan kinerja dalam organisasi." Mereka



ngaruh kepemimpinan dalam membangun budaya dan dampaknya
ja organisasi.

an Dimensi Budaya Organisasi

Terdapat beberapa komponen utama budaya organisasi yang sering menjadi fokus dalam penelitian. Robbins dan Coulter (2022) mengidentifikasi nilai inti, artefak, dan ritus sebagai unsur penting yang mempengaruhi interaksi antar anggota organisasi. Nilai inti, misalnya, mencakup keyakinan mendasar yang mendefinisikan bagaimana organisasi melihat pentingnya inovasi, kolaborasi, atau keseimbangan kerja-hidup. Penelitian terbaru juga mengungkapkan bahwa ritus dan simbol dapat memperkuat semangat tim dan komitmen terhadap tujuan organisasi (Kim & Park, 2021).

Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Perusahaan

Budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek dalam perusahaan, terutama dalam hal kinerja, produktivitas, kepuasan karyawan, hingga daya saing perusahaan. Berikut adalah beberapa pengaruh utama budaya organisasi terhadap perusahaan:

- a. **Peningkatan Kinerja dan Produktivitas:** Budaya organisasi yang kuat dan positif dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan. Menurut Kaplan dan Norton (2023), budaya yang selaras dengan strategi perusahaan akan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih efisien dan produktif. Karyawan yang merasa bahwa nilai-nilai pribadi mereka cocok dengan budaya perusahaan akan memiliki motivasi lebih tinggi untuk berkontribusi pada tujuan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas.
- b. **Peningkatan Kepuasan dan Retensi Karyawan:** Budaya yang mendukung keterbukaan, komunikasi, dan pengakuan atas kontribusi karyawan dapat meningkatkan kepuasan dan mengurangi tingkat turnover. Schein (2022) menjelaskan bahwa karyawan yang merasa didukung dan dihargai dalam lingkungan kerja yang positif akan lebih loyal terhadap perusahaan. Budaya yang sehat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, sehingga karyawan cenderung untuk bertahan lebih lama di perusahaan



Saing dan Adaptabilitas Terhadap Perubahan: Dalam lingkungan yang dinamis, perusahaan dengan budaya adaptif memiliki kemampuan baik untuk berinovasi dan menghadapi perubahan eksternal. Menurut

Jones et al. (2023), budaya organisasi yang mendukung inovasi dan kolaborasi memungkinkan perusahaan lebih cepat beradaptasi terhadap tren dan kebutuhan pasar, yang membantu mempertahankan daya saing

- d. **Penguatan Identitas dan Citra Perusahaan:** Budaya organisasi juga berfungsi untuk membangun citra dan reputasi perusahaan di mata publik dan calon karyawan. Kim dan Park (2021) menyatakan bahwa budaya yang positif, seperti komitmen terhadap keberlanjutan atau inklusivitas, dapat menarik talenta baru dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan budaya yang konsisten dan dikenal positif, perusahaan dapat mengukuhkan citra baik di mata masyarakat
- e. **Performa Keuangan dan Kesuksesan Jangka Panjang:** Budaya yang kuat dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Brown (2021) mencatat bahwa perusahaan dengan budaya yang mengintegrasikan nilai-nilai strategis dan operasionalnya cenderung mencapai tujuan keuangan yang lebih baik. Dengan budaya yang mendorong efisiensi dan inovasi, perusahaan dapat meningkatkan performa keuangan dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Budaya Organisasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya organisasi di perusahaan sangat beragam dan mencakup elemen-elemen internal maupun eksternal yang membentuk nilai, norma, dan perilaku di dalam organisasi. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi budaya organisasi di perusahaan:

- a. Gaya kepemimpinan dan manajemen sangat berpengaruh pada budaya organisasi. Menurut Kaplan dan Norton (2023), pemimpin memainkan peran penting dalam menentukan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, serta membentuk perilaku yang diharapkan dari karyawan. Kepemimpinan yang partisipatif, misalnya, cenderung menciptakan budaya yang terbuka dan ratif, sementara gaya kepemimpinan yang otoritatif dapat membentuk budaya yang lebih formal dan hierarkis. Nilai dan visi yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi fondasi utama



dalam pembentukan budaya organisasi. Schein (2022) menjelaskan bahwa nilai-nilai ini memberikan pedoman bagi perilaku karyawan dan menciptakan identitas bersama. Ketika nilai-nilai perusahaan diterapkan secara konsisten, karyawan akan merasa terikat dan lebih terlibat dalam mencapai tujuan perusahaan.

- c. Struktur organisasi, seperti pembagian divisi atau tingkatan hierarki, memengaruhi interaksi antar karyawan dan pola komunikasi di dalam perusahaan. Kim dan Park (2021) menyatakan bahwa organisasi yang memiliki struktur fleksibel cenderung membentuk budaya inovatif dan adaptif, sementara struktur yang kaku sering kali menciptakan budaya yang lebih formal dan hierarkis.
- d. Proses rekrutmen memainkan peran penting dalam menjaga kesesuaian antara budaya perusahaan dan karyawan yang direkrut. Brown (2021) mencatat bahwa perusahaan yang merekrut karyawan berdasarkan kesesuaian nilai pribadi dengan nilai perusahaan akan lebih mudah mempertahankan budaya yang diinginkan. Selain itu, seleksi karyawan yang sesuai juga dapat membantu mengurangi konflik internal dan meningkatkan kohesi tim
- e. Pola komunikasi dan interaksi di antara karyawan sangat berpengaruh pada budaya organisasi. Jones et al. (2023) menemukan bahwa budaya organisasi yang mendukung komunikasi terbuka cenderung menciptakan lingkungan yang kolaboratif dan partisipatif. Sebaliknya, perusahaan dengan pola komunikasi yang terbatas dan formal cenderung memiliki budaya yang lebih tertutup dan kaku
- f. Perubahan dalam lingkungan eksternal seperti perkembangan teknologi, regulasi, atau kondisi pasar dapat mendorong perusahaan untuk menyesuaikan budayanya. Sebagai contoh, persaingan yang ketat atau perubahan regulasi



mendorong perusahaan mengadopsi budaya yang lebih fleksibel dan inovatif untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar (Kim & Park, 2021).

Penghargaan yang diterapkan oleh perusahaan juga membentuk budaya

organisasi. Robbins dan Coulter (2022) menyatakan bahwa penghargaan yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi akan membentuk budaya yang kompetitif, sementara insentif yang berfokus pada kolaborasi akan memperkuat budaya yang mendukung kerja tim.

Dampak Budaya Organisasi Pada Kinerja Karyawan

Budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan dan keberhasilan organisasi. Menurut penelitian Schein (2022), budaya yang mendukung komunikasi terbuka dan penghargaan atas kreativitas akan memperkuat keterlibatan karyawan dan meningkatkan kualitas kerja. Penelitian oleh Kaplan et al. (2022) mendukung hal ini dengan menemukan bahwa organisasi yang mengadopsi budaya kolaboratif lebih mampu memenuhi target kinerja dan beradaptasi dengan perubahan pasar dibandingkan dengan organisasi yang memiliki budaya lebih hierarkis.

Adaptasi Budaya Organisasi Terhadap Perubahan Eksternal

Budaya organisasi perlu disesuaikan ketika terjadi perubahan lingkungan eksternal, seperti perkembangan teknologi atau perubahan regulasi. Menurut studi Jones et al. (2023), organisasi yang berhasil mengadopsi budaya adaptif dapat lebih mudah bersaing di pasar yang berubah cepat. Adaptasi ini, menurut Schein (2022), sering membutuhkan keterlibatan seluruh level manajemen untuk mengurangi resistensi dan memastikan keselarasan visi. Brown (2021) menambahkan bahwa proses adaptasi yang melibatkan komunikasi intensif antar tim dapat mempercepat pemahaman dan penerimaan budaya baru.

2.1.2 Teknologi Informasi

Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) adalah penggunaan komputer, perangkat lunak, jaringan, dan infrastruktur lain untuk mengelola, menyimpan, memproses, dan menyebarkan



dalam konteks organisasi, TI melibatkan sistem informasi yang membantu dalam menjalankan operasional, pengambilan keputusan, dan pengelolaan dengan lebih efisien

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perusahaan:

Teknologi Informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi pengembangan perusahaan. Beberapa pengaruh utama TI dalam perusahaan adalah:

- a. Meningkatkan Efisiensi Operasional: TI membantu perusahaan dalam mengotomatiskan proses bisnis, sehingga mengurangi waktu dan biaya yang diperlukan untuk menjalankan operasional sehari-hari.
- b. Mendukung Pengambilan Keputusan: Melalui sistem informasi manajemen, TI memungkinkan pengambilan keputusan yang berbasis data (*data-driven decision making*), yang dapat meningkatkan kualitas keputusan strategis.
- c. Memungkinkan Inovasi: Teknologi informasi mendukung inovasi produk, layanan, dan model bisnis yang diperlukan untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang.
- d. Meningkatkan Komunikasi dan Kolaborasi: Sistem TI seperti internet, email, dan platform kolaborasi memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan efisien antar divisi dalam perusahaan, serta memfasilitasi kerja tim dan koordinasi.

Teknologi Informasi dan Pengelolaan Alokasi SDM

Dalam kaitannya dengan pengelolaan alokasi SDM, TI memiliki beberapa peran penting:

- a. Sistem Manajemen SDM: TI mendukung sistem manajemen SDM (*HRIS – Human Resources Information Systems*) yang mengelola data karyawan, perekrutan, pengembangan karir, hingga evaluasi kinerja secara efisien.
- b. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan: Teknologi *e-learning* dan aplikasi pelatihan berbasis TI memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelatihan yang lebih efektif, fleksibel, dan skalabel kepada karyawan
- c. Analisis Kinerja SDM: Melalui analisis data SDM (*people analytics*), TI membantu perusahaan menganalisis kinerja dan perilaku karyawan, yang dapat



ng pengambilan keputusan dalam pengelolaan dan pengembangan SDM.

Informasi dalam Pengembangan Strategi Perusahaan

menjadi komponen inti dalam pengembangan strategi perusahaan karena

memengaruhi banyak aspek bisnis. Beberapa peran TI dalam strategi pengembangan perusahaan meliputi:

- a. Transformasi Digital: Banyak perusahaan mengadopsi strategi transformasi digital untuk meningkatkan daya saing. TI adalah penggerak utama dalam mendigitalisasi proses bisnis, produk, dan layanan.
- b. Keunggulan Kompetitif: Perusahaan yang dapat memanfaatkan TI untuk memperbaiki layanan pelanggan, efisiensi produksi, dan inovasi produk dapat menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.
- c. Penetrasi Pasar Baru: Teknologi informasi juga memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar baru, seperti melalui *e-commerce* dan *platform digital global* yang menghubungkan mereka dengan pelanggan internasional.

Tantangan dan Risiko Teknologi Informasi

Meskipun TI menawarkan banyak manfaat, ada tantangan dan risiko yang harus diperhatikan:

- a. Keamanan dan Privasi: Risiko serangan siber dan pelanggaran data menjadi perhatian utama dalam penggunaan teknologi informasi.
- b. Biaya Implementasi: Implementasi dan pemeliharaan infrastruktur TI dapat menimbulkan biaya yang signifikan, terutama untuk usaha kecil dan menengah.
- c. Kebutuhan akan SDM yang Terampil: Perusahaan perlu memiliki SDM yang terampil untuk mengelola dan memanfaatkan TI secara optimal.

2.1.3 Inovasi Organisasi

Inovasi organisasi merupakan proses penerapan ide-ide baru yang bertujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau daya saing suatu organisasi. Menurut Lopes et al. (2022), inovasi organisasi tidak hanya mencakup produk dan layanan baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses bisnis dan model organisasi yang dapat menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan. Sementara itu, Obeidat et al. (2021)



n inovasi organisasi sebagai pendekatan sistematis untuk meningkatkan kreativitas dan pengambilan keputusan berbasis data dalam proses, produk, atau strategi organisasi.

Jenis-Jenis Inovasi Organisasi

Beberapa jenis inovasi organisasi yang telah diidentifikasi dalam literatur terbaru meliputi:

- a. **Inovasi Produk:** Berfokus pada pengembangan produk atau layanan baru yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinamis. Nguyen et al. (2023) menunjukkan bahwa inovasi produk sering kali menjadi strategi utama untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan.
- b. **Inovasi Proses:** Menurut Wu dan Chen (2021), inovasi proses melibatkan penerapan metode baru dalam operasi organisasi untuk meningkatkan efisiensi, misalnya melalui otomatisasi atau pemanfaatan teknologi berbasis AI dalam manajemen rantai pasok.
- c. **Inovasi Digital:** Zhang dan Chen (2023) mengkategorikan inovasi digital sebagai bentuk inovasi organisasi yang berfokus pada integrasi teknologi digital dalam berbagai aspek operasional, seperti adopsi big data, *Internet of Things* (IoT), dan machine learning untuk mempercepat proses inovasi.
- d. **Inovasi Sosial:** Inovasi sosial dalam organisasi merujuk pada perubahan dalam praktik bisnis yang mendorong dampak positif sosial, seperti kesejahteraan karyawan dan keberlanjutan lingkungan (Bocken & Geradts, 2022).

Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Organisasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi organisasi masih menjadi perhatian dalam penelitian terkini. Beberapa faktor utama antara lain:

- a. **Budaya Organisasi yang Mendukung Inovasi:** Budaya yang inklusif dan mendukung kreativitas sangat mempengaruhi keinginan karyawan untuk berinovasi. Menurut penelitian terbaru oleh Hopp et al. (2022), budaya yang mendorong keterbukaan dan pengambilan risiko akan memperkuat kemampuan organisasi untuk menciptakan inovasi.



Adopsi Teknologi Digital: Teknologi digital menjadi katalis dalam proses inovasi. Hopp et al. (2022) menekankan bahwa organisasi yang cepat mengadopsi teknologi digital mampu merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih fleksibel.

dan efektif

- c. **Kepemimpinan Transformasional:** Kepemimpinan yang mendorong visi inovatif sangat berpengaruh terhadap inovasi organisasi. Lider et al. (2023) menemukan bahwa pemimpin yang memiliki gaya transformasional memotivasi karyawan untuk terlibat dalam perubahan, serta mendorong kinerja inovatif melalui dukungan terhadap ide-ide baru
- d. **Kolaborasi Eksternal dan Jaringan:** Kolaborasi dengan mitra eksternal, seperti universitas atau pusat penelitian, memfasilitasi pertukaran ide dan pengetahuan baru yang dapat diimplementasikan dalam organisasi. Penelitian oleh Tran dan Huynh (2023) mengindikasikan bahwa kolaborasi ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan sumber daya inovatif dan kapasitas penelitian dalam perusahaan

Manfaat Inovasi Organisasi Terhadap Strategi Perkembangan Perusahaan

Inovasi organisasi memberikan manfaat besar dalam memperkuat strategi perkembangan perusahaan, terutama dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Obeidat et al. (2021) menyatakan bahwa inovasi organisasi memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Inovasi juga dianggap sebagai landasan utama dalam membangun fleksibilitas organisasi yang berkelanjutan dan kemampuan merespons tren bisnis yang dinamis.

Di sisi lain, inovasi organisasi juga berdampak pada kinerja organisasi. Nguyen et al. (2023) menemukan bahwa inovasi yang dilakukan oleh perusahaan secara signifikan meningkatkan produktivitas dan efektivitas operasi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai target strategi jangka panjangnya. Dengan kata lain, inovasi organisasi berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan kemampuan operasional dengan tujuan strategis perusahaan.

2.1.4 Strategi Perkembangan Perusahaan

Pengertian Strategi Perkembangan Perusahaan



nya “Strategi Kompetitif” (*Competitive Strategy*), Porter (1980) n strategi pengembangan perusahaan sebagai serangkaian rencana ; dipilih oleh suatu perusahaan dalam lingkungan kompetitif untuk

memperoleh keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan kelangsungan hidup dan pengembangan jangka panjang perusahaan. Porter menekankan bahwa strategi pengembangan perlu dicapai dengan menganalisis struktur industri, mengidentifikasi pesaing, dan memilih posisi kompetitif yang tepat.

Mintzberg (1994) mengemukakan dalam "*The Rise and Fall of Strategic Planning*" (Kebangkitan dan Kejatuhan Perencanaan Strategis) bahwa strategi adalah model atau rencana yang dirumuskan oleh manajer bisnis untuk menghadapi lingkungan eksternal yang kompleks dan mengoordinasikan sumber daya internal. Mintzberg menekankan bahwa strategi bukan sekedar rencana, tetapi juga merupakan strategi (*Ploy*), suatu pola (*Pattern*), suatu posisi (*Position*) dan suatu perspektif (*Perspective*).

Grant (2010) mendefinisikan strategi pengembangan perusahaan dalam "Analisis Strategi Kontemporer" sebagai serangkaian rencana komprehensif yang dikembangkan dan dilaksanakan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan tujuan organisasi melalui analisis sistematis terhadap lingkungan internal dan eksternal. Grant menunjukkan bahwa menjadi

Pengertian Strategi

Strategia merupakan bahasa Yunani (2006) yang berarti strategi dalam bahasa Indonesia. Strategi sendiri diartikan sebagai seni atau ilmu yang sebagai jenderal. Konsep ini menjadi terlihat relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang diwarnai dengan sering terjadinya perang, di mana perwira diperlukan sebagai perintis dalam militer untuk menjadi sukses. Konsep strategi militer itu sendiri sering diadaptasikan serta digunakan dalam dunia bisnis, hal ini digambarkan bahwa arah bisnis dapat mengikuti lingkungannya yang merupakan pedoman dalam mengalokasikan sumberdaya dan usaha dalam organisasi tersebut. Strategi ialah rencana komprehensif dalam mencapai suatu tujuan organisasi, bukan hanya sekedar mendapatkan namun strategi dimaksud untuk mempertahankan kelangsungan



lingkungan dimana organisasi tersebut melakukan aktivitasnya.

Untuk menjalankan sebuah bisnis memerlukan strategi, strategi dimaksudkan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan bisnis perusahaan disbanding para pesaing untuk

memenuhi kebutuhan customer (2010). Secara umum strategi yaitu pendekatan secara penuh yang berhubungan dengan pelaksanaan suatu ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam waktu tertentu. Strategi agar berjalan dengan baik harus ada kontribusi tim kerja, mempunyai identifikasi faktor pendukung yang sama dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan atau keuangan dan memiliki trik untuk mencapai tujuan yang efektif. Ada beberapa definisi strategi menurut para ahli, yaitu sebagai berikut:

- a) Menurut Pearce dan Robinson strategi adalah rencana main suatu perusahaan, strategi menggambarkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan maksud serta tujuannya.
- b) Menurut Morrissey strategi merupakan proses dalam menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misi dapat tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa dan pasarnya di masa depan.

Tipe-Tipe Strategi

Prinsip dari strategi dapat dikategorikan berdasarkan tiga tipe, yaitu strategi manajemen, strategi investigasi dan strategi bisnis. Penjelasannya sebagai berikut:

a) Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan secara makro atau besar (2016). Misal, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi keuangan dan lain sebagainya.

b) Strategi Investasi

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kegiatan berorientasi pada investasi. Misalnya, perusahaan melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru atau strategi divestasi, dan lain-lain.



bisnis

sering disebut strategi secara fungsional karena orientasinya pada fungsi-fungsi manajemen (strategi pemasaran, strategi produksi, strategi operasional,

strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berkaitan dengan keuangan).

Dari ketiga tipe strategi bisnis diatas, strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnis Islam yaitu strategi bisnis dimana sangat membantu pembisnis dalam menjalankan usaha.

Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan proses dalam mempersiapkan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan serta pemantauan dalam pelaksanaan peluang pertumbuhan suatu usaha, namun tidak termasuk dalam keputusan terkait strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Widyaningsih dan Ariyanti (2018) dalam bukunya menjelaskan beberapa pengertian terkait pengembangan usaha menurut ahli sebagai berikut :

Menurut Mahfud Mach Foedz, pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Brown dan Petrello mengatakan pengembangan usaha merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, dimana saat kebutuhan masyarakat meningkat maka dari itu lembaga bisnis akan meningkat pula yang mana untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan akan memperoleh laba.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian

penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal penelitian yang dilakukan penulis:



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

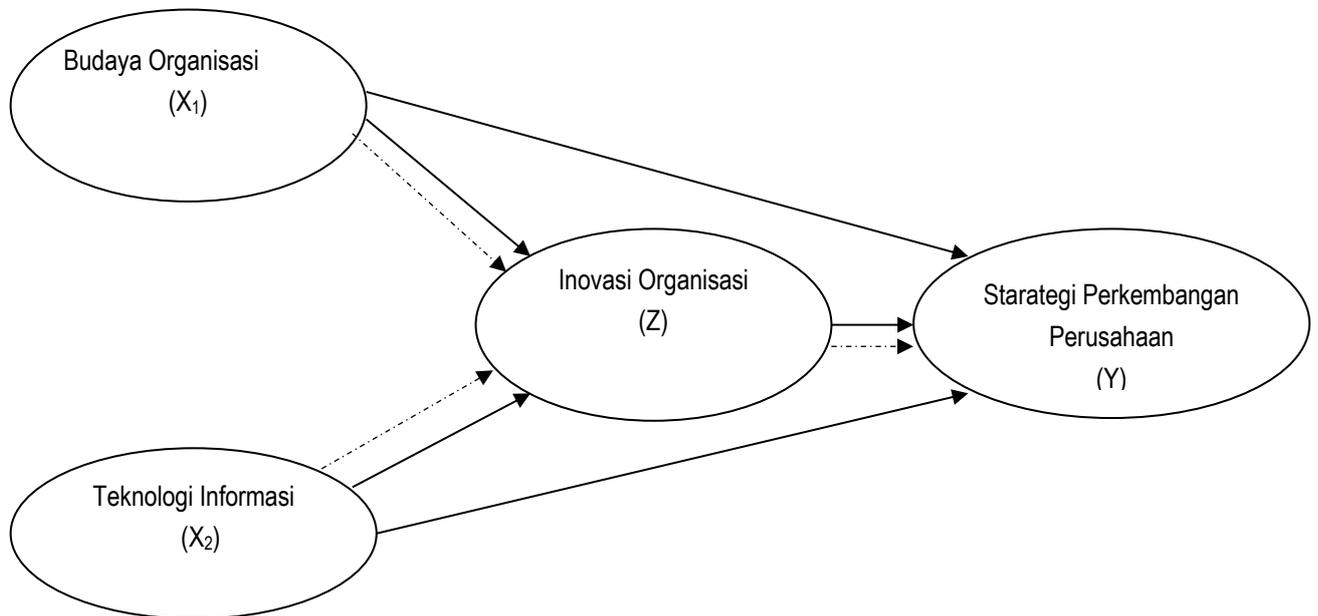
No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Grover et al. (2022)	<i>Digital Organizational Culture and Digital Capability on Organizational Performance</i>	Budaya digital organisasi dan kapabilitas digital berpengaruh signifikan pada kinerja organisasi melalui inovasi digital yang memediasi hubungan ini.
2	Cohen et al. (2021)	<i>Digital Innovation in Turbulent Environments</i>	Inovasi digital memainkan peran mediasi dalam memfasilitasi kinerja yang lebih baik di organisasi dengan budaya organisasi yang mendukung inovasi.
3	Golubeva et al. (2020)	<i>COVID-19's Impact on Organizational Digital Transformation</i>	Budaya organisasi yang fleksibel terhadap perubahan teknologi informasi membantu adaptasi yang lebih cepat selama pandemi, yang berdampak positif pada strategi pengembangan.
4	Zhang & Chen (2023)	<i>Digital Organizational Culture's Role in Sustaining Competitive Advantage</i>	Penelitian ini menemukan bahwa budaya organisasi yang mendukung penggunaan teknologi digital memperkuat keunggulan bersaing melalui peningkatan inovasi produk dan proses.
5	Martinez-Caro et al. (2020)	<i>Integrating Digital Culture into Strategic Development</i>	Budaya digital organisasi berperan penting dalam penerapan inovasi strategis yang membantu perusahaan beradaptasi dengan cepat di lingkungan pasar yang dinamis.
	Hopp et al. (2022)	<i>Flexibility in Organizational Culture and its Impact on Innovation</i>	Budaya organisasi yang fleksibel mendorong inovasi yang lebih tinggi dan meningkatkan adaptasi strategi pengembangan melalui kolaborasi teknologi.



7	Elia et al. (2020)	<i>Exploring the Role of Organizational Culture in Digital Innovation Adoption</i>	Budaya organisasi yang mendukung pembelajaran berkelanjutan meningkatkan tingkat adopsi inovasi digital, yang pada gilirannya memperkuat strategi pengembangan perusahaan.
8	Hund et al. (2021)	<i>The Influence of Digital Capabilities on Organizational Performance through Innovation</i>	Kapabilitas digital yang didukung budaya organisasi berfokus pada inovasi berdampak positif terhadap strategi pengembangan jangka panjang perusahaan.
9	Nguyen et al. (2023)	<i>Organizational Innovation as a Mediating Role in IT and Strategic Growth</i>	Teknologi informasi meningkatkan inovasi organisasi, yang menjadi perantara antara budaya organisasi dan peningkatan strategi pertumbuhan perusahaan.
10	Usai et al. (2020)	<i>Adapting Digital Transformation in Organizations with Innovation-Oriented Culture</i>	Budaya yang mendukung inovasi memfasilitasi transformasi digital, mempercepat pengembangan strategi perusahaan yang adaptif di lingkungan bisnis yang cepat berubah.



2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Teori yang mengaitkan variabel budaya organisasi dan teknologi informasi dengan strategi perkembangan perusahaan melalui inovasi organisasi sering kali merujuk pada teori *Resource-Based View* (RBV) yang dikembangkan oleh Jay Barney (1991) dan juga teori-teori yang berkaitan dengan *Dynamic Capabilities* oleh David Teece (1997). Dalam konteks ini, budaya organisasi dan teknologi informasi dipandang sebagai sumber daya strategis yang mempengaruhi inovasi organisasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi strategi perkembangan perusahaan.

Menurut teori RBV, budaya organisasi dapat berfungsi sebagai sumber daya tak terduga yang memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan, sementara teknologi informasi dianggap sebagai enabler atau pemicu yang memungkinkan organisasi untuk berinovasi dan berkembang secara lebih efisien. Teknologi informasi membantu perusahaan dalam mengumpulkan, mengelola, dan mengolah informasi yang diperlukan untuk mendukung keputusan strategis, sementara budaya organisasi yang



mendukung inovasi menciptakan lingkungan yang memungkinkan ide baru.

Dynamic Capabilities yang diajukan oleh David Teece menekankan

pentingnya kemampuan organisasi untuk beradaptasi dan memperbarui kompetensinya melalui inovasi. Di sini, inovasi organisasi dilihat sebagai proses yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan dan mengimplementasikan strategi yang relevan dengan perubahan lingkungan eksternal, dan baik budaya organisasi maupun teknologi informasi memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses ini.

Dalam pengukuran pengaruh variabel-variabel ini terhadap strategi perkembangan perusahaan, biasanya dilakukan melalui pendekatan *Path Analysis* atau model-model analisis jalur lainnya, yang memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara simultan

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian di atas, maka sebagai jawaban atau dugaan sementara atas rumusan masalah yang telah dikemukakan adalah sebagai berikut

1. Ada pengaruh langsung budaya organisasi (X1) terhadap Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia.
2. Ada pengaruh langsung teknologi informasi (X2) terhadap Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia.
3. Ada pengaruh langsung budaya organisasi (X1) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) di PT Max Indonesia
4. Ada pengaruh langsung teknologi informasi (X2) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) di PT Max Indonesia
5. Ada pengaruh tidak langsung budaya organisasi (X1) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia
6. Ada pengaruh tidak langsung teknologi informasi (X2) terhadap strategi perkembangan perusahaan (Y) melalui Inovasi Organisasi (Z) di PT Max Indonesia.
7. Ada pengaruh langsung Inovasi Organisasi (Z) terhadap strategi perkembangan 1 (Y) di PT Max Indonesia

