

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi seperti sekarang ini, data menjadi salah satu point penting bagi suatu perusahaan, data dijadikan sebagai sumber utama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan yang ujungnya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi yang berkelanjutan untuk dapat bertahan di industrinya. Persaingan bisnis di era globalisasi semakin tinggi yang dipicu oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pesat (Satwika, 2018). Perubahan harus dilakukan oleh perusahaan dan organisasi, apalagi dampak yang diakibatkan oleh Pandemic Covid 19, antisipasi atas perubahan menjadi keharusan untuk dilakukan dalam rangka memenuhi keinginan kustomer atas jasa dan produk yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. Strategi bersaing, tindakan inovasi, dan orientasi pasar adalah beberapa solusi untuk mengantisipasi persaingan.

Fenomena yang terjadi pada perusahaan *Engineering Procurement and Construction* (EPC). Pandemic Covid 19 membuat beberapa proyek konstruksi tertunda. Zahrina (2021) menjelaskan bahwa faktor yang menyebabkan proyek tertunda adalah penghentian sementara proyek dan terdapat penurunan laba bersih dan pembengkakan biaya operasional. Hal ini juga disebabkan strategi yang dilakukan terkait monitoring terhadap *schedule* dan juga *management budget* tidak dilakukan dengan optimal. Disamping itu, perusahaan tidak menerapkan manajemen data yang baik, sehingga 30 perusahaan kontraktor di Surabaya mengalami kerugian dan berdampak pada *going concern* perusahaan EPC.

Penelitian tentang strategi pada perusahaan EPC lebih fokus kepada strategi bisnis (Hardianto et. al 2014). Hasil penelitiannya menjelaskan langkah strategi yang perlu segera dilakukan adalah agresif dalam penetrasi dan pengembangan pasar pekerjaan dengan tidak

hanya fokus pada proyek pembangkit tapi juga industri, menjadi kontraktor utama maupun menjadi mitra bagi kontraktor asing, mengakuisisi perusahaan sejenis, *outsourcing* ahli desain dan engineer untuk optimasi desain. Namun penelitian terkait strategi data pada perusahaan EPC belum terdapat dan tersedia sampai penelitian ini dilakukan.

Wamba et al (2017), Macada dan Junior (2020), Constantiou, Kanllinikos (2015) dan Gupta dan George (2016), dalam penelitian terkait strategi data menjelaskan hasil penelitian yang mendukung dan mengkonfirmasi terdapat pengaruh langsung antara defensif dan ofensif posisi strategi data pada keunggulan kompetitif serta terdapat pengaruh mediasi dari strategi data ofensif. Strategi data menunjukkan seberapa besar analitik data harus digunakan oleh perusahaan untuk membantu membedakan dirinya dari pesaing sehingga menyediakan keunggulan kompetitif; mengidentifikasi pedoman analitis jangka panjang untuk perusahaan; mendemonstrasikan bagaimana perusahaan memilih peluang analitis yang mengoptimalkan nilai; menunjukkan bagaimana nilai yang dibawa oleh peluang analitis yang dipilih harus dikuantifikasi dan dilacak; menginformasikan bagaimana perusahaan harus mengelola data sebagai aset perusahaan (Grossman 2018, Mocada dan Junior, 2020).

Pengintegrasian data dengan menggunakan teknologi menjadi daya saing perusahaan, saat ini beberapa perusahaan menggunakannya dengan istilah *big data*. Melakukan implementasi *big data* sekarang menjadi sangat penting bagi perusahaan terkemuka untuk mengungguli pesaing mereka. Banyak perusahaan telah menunjukkan peningkatan nilai *big data* dalam memperkuat keunggulan kompetitif mereka. Salah satu cara yang dilakukan membuat strategi data, namun untuk menghasilkan nilai, perusahaan perlu belajar dari wawasan yang dihasilkan dari data, yang masih menjadi tantangan bagi banyak perusahaan (Hagiu dan Wright, 2020). Columbus (2014), Mocada dan Junior (2020) menjelaskan bahwa sekitar 89% perusahaan percaya bahwa jika mereka tidak mengadopsi strategi analitis, mereka

berisiko kehilangan daya saing. Penelitian dilakukan di US yang dilakukan oleh *Accenture dan General Electric*.

Constantiou dan Kallinikos (2015) dan Macada dan Junior (2020) menyatakan bahwa pengembangan yang mendasari *big data* (BD) memiliki implikasi penting untuk pembuatan strategi dan praktik data dan informasi, yang terkait dengan strategi tersebut. Oleh karena itu, diketahui bahwa *big data* sangat mempengaruhi strategi, karena peningkatan data dan kemampuan analitik mendefinisikan ulang inovasi, kompetisi, dan produktifitas. Perusahaan dari berbagai bidang, seperti layanan dan industri menerapkan analitik *big data* ke bidang fungsional bisnis (Provost dan Fawcett, pada penelitian Macada dan Junior (2020). *Amazon, Google, Alibaba, Netflix, dan Spotify* adalah contoh perusahaan besar yang mengembangkan *big data* (Hagiu dan Wright, 2020). Dalam konteks ini, analitik data dan *big data* dapat menjadi sumber daya yang berharga, langka, dan tak ada bandingannya (Grover, Chiang, Liang, dan Zhang, 2018) tetapi untuk menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sesuai dengan nilai, kelangkaan, imitabilitas, dan model perusahaan masih perlu diintegrasikan secara perusahaan (Barney dan Hesterly, 2019).

Wamba et al (2017), Macada dan Junior (2020), Constantiou, Kanllinikos (2015) dan Gupta dan George (2016), tentang analitik *big data*, ilmu data, pengambilan keputusan berbasis data, intelijen bisnis, dan analitik bisnis berfokus pada bagaimana sumber daya teknologi dan kemampuan analitik dapat digunakan untuk meningkatkan proses manajemen dan kemampuan perusahaan. Bukti empiris yang berkaitan dengan hubungan antara strategi data dan keunggulan kompetitif seperti dilakukan oleh Macada dan Junior (2020), sementara penelitian di Indonesia sampai saat penulis melakukan peneliti, belum ada untuk melihat pengaruh strategi data dengan keunggulan kompetitif.

Strategi data selain memberikan pengaruh kepada keunggulan kompetitif juga akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara tidak langsung. Secara empiris hasil penelitian menunjukkan bagaimana berinvestasi dalam infrastruktur, kapabilitas manajemen, dan kapabilitas keahlian personel dapat menghasilkan keuntungan dalam kinerja perusahaan secara keseluruhan (Wamba, 2017). Faktor pelengkap analitik *big data* yang membantu mewujudkan nilai bisnis gagal untuk memeriksa saling ketergantungan serta signifikansinya dalam kondisi kontekstual yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis seberapa besar pengaruh strategi data sebagai strategi pengembangan perusahaan dan keunggulan kompetitif terhadap pencapaian keunggulan kompetitif. Penelitian ini juga akan menguji seberapa besar pengaruh strategi data terhadap pencapaian keunggulan kompetitif serta pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Hal ini didasari pada penelitian terdahulu seperti Anisa (2012); Sangadah & Kartawidjaja (2020) dan I Putu Yadnya (2017), dan Gee (2015) menjelaskan bahwa persaingan terlihat pada perusahaan yang menciptakan dan melakukan berbagai strategi. Strategi bersaing menjadi kekuatan atau kompetensi inti dari suatu perusahaan untuk harus selalu ditingkatkan untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga menunjang kinerja perusahaannya. Hal ini menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh strategi data terhadap pengembangan model bisnis yang inovatif, yang pada gilirannya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi literatur terkait peran strategi data terhadap perusahaan, yang dikhususkan pada perusahaan EPC. Penelitian dianalisis menggunakan *SEM PLS* dengan alasan antara lain; (1) *PLS (Partial Least Square)* merupakan suatu metode dengan penggunaan sampel yang tidak harus besar sehingga lebih memudahkan analisis; (2) *PLS (Partial Least Square)* dapat menganalisis sebuah teori-teori yang tidak kuat atau lemah dengan cara memprediksi; (3) *PLS (Partial Least Square)*

memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis series *ordinary least square (OLS)* sehingga diperoleh efisiensi perhitungan algoritma tersebut (Ghozali, 2006); (4) PLS dapat digunakan untuk menjelaskan semua ukuran variasi yang berbeda.

Topik ini relevan karena perusahaan mengumpulkan, membuat, dan membagikan lebih banyak data untuk menggali potensi mereka, meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya, dan mengelola risiko; namun, hal ini membutuhkan kematangan analitis yang belum dimiliki oleh banyak perusahaan (Fleckenstein and Fellows, 2018). Untuk meningkatkan ekstraksi wawasan dan dengan demikian mencapai kinerja yang unggul, perusahaan berinvestasi dalam proses teknologi dan keterampilan analitis. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menetapkan judul penelitian: **Pengaruh Strategi Data terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan, Studi Empiris Pada Perusahaan *Engineering, Procurement and Construction*.**

1.2 Identifikasi Masalah

Fenomena yang terjadi pada perusahaan *Engineering Procurement and Construction*. *Pandemic Covid 19* membuat beberapa proyek konstruksi tertunda, karna terkendala juga strategi yang tidak disiapkan serta dampak digitalisasi yang mempengaruhi daya saing antar perusahaan Zahrina (2021). Disamping itu penelitian terdahulu menjelaskan bahwa pengembangan yang mendasari membawa implikasi penting untuk pembuatan strategi data yang mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan (Constantiou Joanna, Jannis Kallinikos (2015). Pemilihan variabel strategi data yang dibagi defensif dan ofensif, kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif sehubungan dengan fenomena yang terjadi pada perusahaan EPC setelah Covid 19, digitalisasi dan pentingnya data menjadi hal utama yang harus dimiliki perusahaan EPC dan juga perannya dalam meningkatkan daya saing (Macada dan Junior, 2020) dan kinerja perusahaan (Wamba et, al 2017).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh strategi data (defensif dan ofensif) terhadap keunggulan kompetitif
- 2) Terdapat pengaruh strategi data (defensif dan ofensif) terhadap kinerja perusahaan
- 3) Terdapat pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan
- 4) Strategi data (defensif dan ofensif) memediasi hubungan antara keunggulan kompetitif terhadap terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi data (defensif dan ofensif) berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif
- 2) Strategi data (defensif dan ofensif) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
- 3) Keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
- 4) Strategi data (defensif dan ofensif) sebagai mediasi hubungan antara keunggulan kompetitif dan terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

- 1) Apakah strategi data (defensif dan ofensif) berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif ?
- 2) Apakah strategi data (defensif dan ofensif) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?
- 3) Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan ?
- 4) Apakah strategi data (defensif dan ofensif) sebagai mediasi hubungan antara keunggulan kompetitif dan terhadap kinerja perusahaan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Menguji dan menganalisis pengaruh strategi data terhadap keunggulan kompetitif
- 2) Menguji dan menganalisis pengaruh strategi data terhadap kinerja perusahaan

- 3) Menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan.
- 4) Menguji dan menganalisis hubungan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan dimediasi oleh strategi data (defensif dan ofensif).

1.6 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1) Penelitian ini hanya meneliti 4 variabel yaitu, strategi data dibagi menjadi strategi data defensif dan strategi data ofensif, kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif.
- 2) Penelitian ini hanya dibatasi pada objek 33 perusahaan *Engineering, Procurement, Construction* atau disingkat EPC.

1.7 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap disiplin ilmu terkait sektor jasa yang bergerak dibidang *Engineering, Procurement Construction* (EPC), khususnya pada pembahasan mengenai apakah strategi data mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan pada perusahaan EPC di Indonesia.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan gagasan yang baru untuk penelitian selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

a. Implikasi Pemerintah

Penelitian ini memberikan implikasi bagi perumusan kebijakan pemerintah Indonesia seperti penggunaan melalui strategi data untuk merumuskan kebijakan dan perencanaan pembangunan yang disiapkan oleh pemerintah, hal ini disebabkan perusahaan EPC berperan dalam memajukan industri di Indonesia.

b. Implikasi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi hubungan variabel antara strategi data, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan sehingga kontribusi dalam penelitian ini dapat membantu perusahaan/perusahaan dalam membuat kebijakan di industri EPC dengan berfokuskan peranan dari strategi data dalam meningkatkan kinerja perusahaan serta menjaga keseimbangan bisnisnya.

c. Implikasi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk penelitian serupa dan memperluas pemahaman tentang pentingnya strategi data di era digitalisasi.

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi dalam lima bab yang dibahas secara sistematis dan isinya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang terjadinya masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Pada bagian ini juga menjelaskan mengenai identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini berisi tentang kajian pustaka yang memaparkan mengenai teori-teori strategi, perusahaan dan strategi data, teori *competitive advantage*, teori kinerja perusahaan, teori kompleksitas dan beberapa penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, desain penelitian, teknis pengambilan sampel, definisi operasional variabel, dan analisa data.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan mengenai gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil penelitian dan dikembangkan sesuai dengan hasil tes yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada akhir penelitian ini akan dibahas tentang kesimpulan yang didapat dan saran untuk penelitian selanjutnya dan keterbatasan yang dihadapi dalam melakukan penelitian.

REFERENSI

LAMPIRAN

