

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

PT. Tara Prima Megah atau yang lebih dikenal Tara Nature Epa adalah sebuah perusahaan yang berdiri pada tahun 1992 dengan filosofi “*Your Success Is Our Goal*”. Beralamat di Jalan Abdurachman Saleh No. 84-86 Bandung, Jawa Barat, Tara merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan kesehatan dengan sistem penjualan *direct selling network marketing*. Sebagai perusahaan *direct marketing*, Tara telah terdaftar sebagai anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) membuktikan bahwa kehadiran Tara telah diakui secara bisnis.

Tara membuka pelatihan kepada member atau mitra yang telah mendaftar diantaranya adalah pelatihan pengembangan bisnis, pengetahuan produk, dan pengembangan diri atau motivasi. Dengan pelatihan tersebut, diharapkan para mitra Tara dapat menjadi *entrepreneur* yang berhasil, maju, dan mandiri sesuai dengan tujuan Tara yaitu *success, health, harmony*. Selain menciptakan *entrepreneur* yang maju dan mandiri, Tara banyak membantu dan membuat para mitranya dan pemakai produknya hidup dengan sehat. Saat ini sudah terdapat 10 kantor cabang dan puluhan *stockist* yang tersebar di seluruh Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi PT. Tara Prima Megah adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi perusahaan *Direct Marketing* terkemuka di Indonesia yang memunculkan 2000 orang *independent businessmen/leader* di tahun 2025.

b. Misi

1. Memberikan kesempatan kepada para Mitra-Usaha Tara untuk meraih cita-citanya (*self-fulfillment*) dalam kemandirian keuangan, berkarya, dan berkarir.

2. Memberikan kepuasan penuh kepada para Mitra Usaha Tara dengan menyediakan produk yang bermutu dan bermanfaat dengan *repeat order* yang tinggi.
3. Mendukung para Mitra-Usaha Tara untuk mencapai nilai hidup yang lebih (*balanced life*) dengan membuat orang di sekitarnya mendapatkan apa yang mereka inginkan.



Gambar 1.1 Logo PT. Tara Prima Megah

Sumber: Pihak internal perusahaan (2021)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Hal itu ditandai dengan maraknya penggunaan internet yang digunakan dalam berbagai bidang. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-2020 mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,71 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat 8,9% dibandingkan pada tahun 2018 yaitu sebesar 171,17 juta jiwa (*sumber:* APJII).

Keberadaan dunia digital dapat memudahkan segala aktivitas termasuk pada sektor bisnis. Era digital dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnis menuju bisnis berbasis digital. Untuk melakukan bisnis digital, perusahaan harus melakukan inovasi digital agar dapat bersaing dan tidak tertinggal oleh kompetitor yang sudah berinovasi secara digital. Salah satu faktor kunci perusahaan dapat berinovasi adalah melalui *personal innovativeness* dari para karyawannya. Menurut Savaneviciene *et al.* (2019), *personal innovativeness* tidak dapat dipisahkan dari konsep inovasi. Inovasi sendiri adalah tentang menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk menghasilkan aliran berkelanjutan dari ide-ide yang sudah ada. Jika individu sudah memiliki kapasitas, dukungan, dan

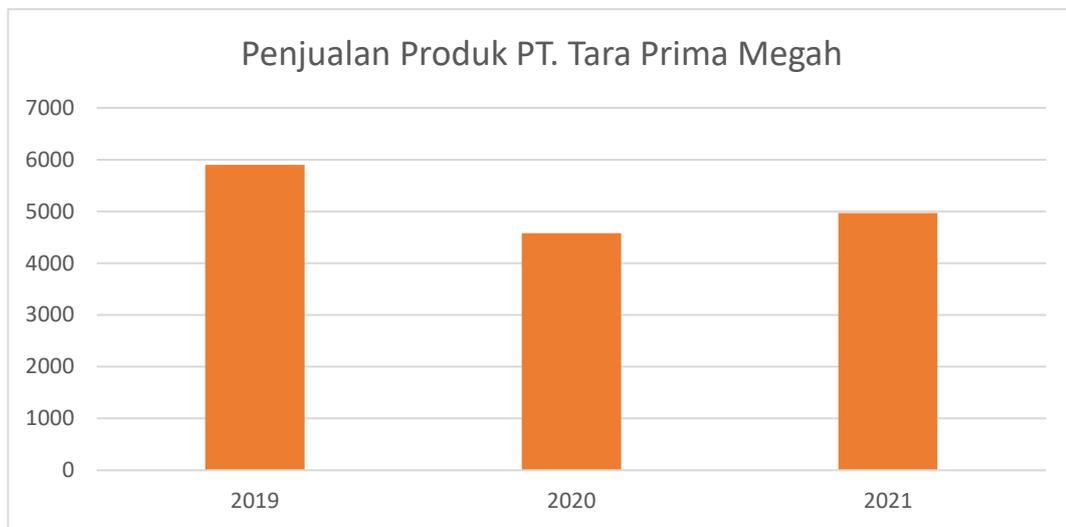
kekuatan untuk berpikir dengan cara baru maka individu tersebut akan terus bereksplorasi untuk melakukan inovasi. *Personal innovativeness* dari karyawan dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan (Stauffer, 2016) dan diyakini dapat menjadi konstruksi penting untuk memfasilitasi pemahaman tentang proses dimana teknologi digital baru digunakan (Agarwal & Prasad, 1998). Dalam hal tersebut, dalam rangka untuk menunjang perkembangan bisnis menuju bisnis digital pada PT. Tara Prima Megah, salah satu upaya yang dilakukan yaitu karyawan PT. Tara Prima Megah dituntut untuk memiliki *personal innovativeness*.

Selain memiliki *personal innovativeness*, *digital literacy* juga diperlukan sebagai karakteristik untuk menunjang hasil yang bermanfaat bagi perusahaan (Pilav-Velić *et al.*, 2021). *Digital literacy* dan *innovativeness* adalah dua aspek penting di abad ke-21 (Kong, 2014). Jika manajer perusahaan mampu memperhatikan tingkat *digital literacy* pada perusahaannya, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan dan mempersiapkan karyawannya untuk melakukan transformasi menuju bisnis digital (Westerman, 2016). Maka dari itu, inilah alasan mengapa *digital literacy* perlu diterapkan pada PT. Tara Prima Megah untuk menunjang transformasi menuju bisnis digital dengan tujuan mempersiapkan, membimbing, dan meningkatkan kemampuan karyawan untuk mencapai pemahaman dalam menggunakan dunia digital.

Perusahaan harus memiliki keunggulan sumber daya yang relevan dengan perkembangan zaman dalam artian memiliki kapabilitas digital dan mengintegrasikannya pada setiap kegiatan bisnis dengan inovasi digital (Diandra *et al.*, 2021). Kapabilitas digital merupakan aspek yang penting terhadap inovasi digital karena pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khin & Ho (2019), menunjukkan hasil bahwa orientasi digital dan kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap inovasi digital. Dengan penjelasan tersebut, kapabilitas digital perlu diterapkan oleh PT. Tara Prima Megah untuk menunjang semua kegiatan yang berhubungan dengan dunia digital dan dapat beradaptasi dengan dunia digital, serta dapat melakukan inovasi secara digital.

Banyak perusahaan bidang kesehatan di Indonesia yang telah mengadaptasi teknologi digital, salah satu contohnya adalah PT. Kalbe Blackmores Nutrition.

Perusahaan tersebut telah mampu memanfaatkan dunia digital dengan baik seperti menjual produk melalui digital. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi maka seharusnya PT. Tara Prima Megah dapat melakukan literasi digital dan kemudian memiliki kapabilitas digital. Karena dalam hal ini PT. Tara Prima Megah cukup tertinggal dari para kompetitornya mulai dari media sosial yang tidak terlalu aktif, kurang banyak pengikut, dan tidak adanya inovasi-inovasi baru yang berbasis digital.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Produk PT. Tara Prima Megah

Sumber: Pihak internal perusahaan (2022)

Dalam penjualan produk PT. Tara Prima Megah yang dapat dilihat pada gambar 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 PT. Tara Prima Megah berhasil menjual 5898 produk secara keseluruhan. Pada tahun 2020, mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu menjual sebanyak 4580 produk keseluruhan. Sedangkan pada tahun 2021, PT. Tara Prima Megah menjual sebanyak 4969 produk keseluruhan. Dengan terjadinya penurunan itu menurut salah satu karyawan PT. Tara Prima Megah disebabkan oleh *lockdown* yang diberlakukan oleh pemerintah sehingga membuat perusahaan kesulitan untuk menjangkau distributor yang akan menjualnya kepada *customer*. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi maka seharusnya PT. Tara Prima Megah dapat melakukan *digital literacy* dan kemudian memiliki *digital capability*. Karyawan-karyawan PT. Tara Prima Megah disarankan untuk memanfaatkan informasi media *digital*

literacy agar dapat memberikan pemikiran yang lebih luas mengenai informasi-informasi media digital yang tersedia. Hal tersebut akan membentuk sebuah inovasi pada individu sehingga akan membantu perusahaan untuk melakukan inovasi. Hingga akhirnya PT. Tara Prima Megah dapat melakukan *personal innovativeness* pada perusahaan maupun produk-produknya.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui kondisi *digital literacy* dan *digital capability* pada karyawan PT. Tara Prima Megah. Selain itu, penulis juga tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruhnya terhadap *personal innovativeness*. Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL LITERACY* DAN *DIGITAL CAPABILITY* TERHADAP *PERSONAL INNOVATIVENESS* (Studi Kasus Pada PT. Tara Prima Megah)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *digital literacy*, *digital capability*, dan *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *digital literacy* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *digital capability* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah?
4. Apakah terdapat pengaruh simultan antara *digital literacy* dan *digital capability* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi *digital literacy*, *digital capability*, dan *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *digital literacy* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *digital capability* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh simultan antara *digital literacy* dan *digital capability* terhadap *personal innovativeness* pada karyawan PT. Tara Prima Megah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Praktisi

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan pada PT. Tara Prima Megah dalam memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mengembangkan bisnis dan berinovasi dalam menciptakan produk-produk agar dapat bersaing dengan kompetitor.

1.5.2 Aspek Akademis

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi peneliti sebagai pembelajaran, pengalaman, dan meningkatkan wawasan yang bermanfaat.
2. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas pendahuluan yang meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PERPUSTAKAAN

Bab ini membahas teori yang merupakan kegiatan yang meliputi mencari, membaca dan menelaah laporan-laporan penelitian dan bahan pustaka yang memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Bab ini dapat memberikan informasi mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, operasional variabel, situasi sosial, narasumber, pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi dua bagian yaitu bagian pertama adalah hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis dan bagian kedua adalah pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang dapat memberi bahan pertimbangan atau rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk peningkatan.