

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber: AgriAku (2024)

PT. Agriaku Digital Indonesia, atau AgriAku, adalah perusahaan teknologi yang berfokus pada sektor agribisnis di Indonesia. Didirikan pada tahun 2021, Agriaku hadir sebagai solusi digital yang bertujuan untuk mentransformasi rantai pasok agribisnis di Indonesia. Agriaku sebagai perusahaan teknologi menyediakan platform digital yang memungkinkan mitra dan petani untuk mendapatkan akses yang mudah ke berbagai produk pertanian, seperti pupuk, benih, dan *agrochemicals*, melalui aplikasi yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Sejak dibentuk, Agriaku telah berkembang ke lebih dari 500 kota di pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Dengan menawarkan layanan pertanian lengkap untuk usaha kecil dan menengah bagi petani, Agriaku merupakan pasar B2B untuk mendukung toko tani memperoleh pasokan pertanian berkualitas. Dengan mengadopsi teknologi, Agriaku berfokus pada peningkatan efisiensi dan efektivitas rantai pasok pertanian di Indonesia. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan dalam sektor pertanian untuk mengoptimalkan akses terhadap produk berkualitas dan sumber daya yang lebih terintegrasi.

Tabel 1.1
Jumlah Mitra Terdaftar Berdasarkan Wilayah

Wilayah	Mitra terdaftar di Agriaku
Jawa Barat	7.476
Jawa Tengah	11.511
Jawa Timur	15.735
Lampung	7.145
Sulawesi	5.938
Lainnya	8.906
Jumlah	55.901

Sumber: AgriAku (2023)

Sebagai marketplace B2B, Agriaku memiliki dua platform utama, yaitu Agriaku Mitra App yang merupakan aplikasi dirancang secara khusus untuk toko tani. Aplikasi ini memberikan akses bagi mitra untuk melakukan pembelian produk kebutuhan pertanian seperti pupuk, benih, dan agrochemicals secara digital. Sementara itu, platform Agriaku Seller Web berfungsi sebagai wadah bagi supplier untuk menghubungkan produk mereka dengan toko tani, memastikan kualitas pasokan pertanian yang di produksi secara berkelanjutan tetap terjaga. Kedua platform ini secara sinergis mendukung pasokan pertanian yang berkualitas, meyakinkan kebutuhan pertanian di Indonesia dapat dipenuhi dengan lebih baik, serta menciptakan ekosistem agrobisnis yang lebih modern dan inklusif.

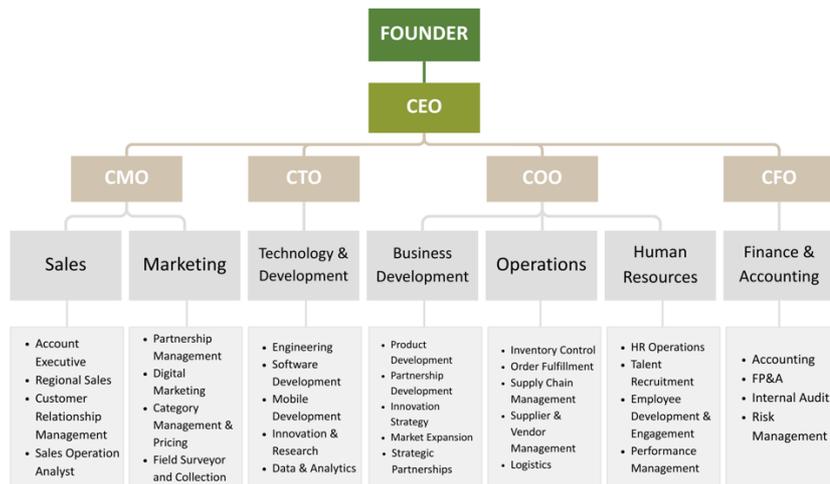
Agriaku telah mengimplementasikan digitalisasi secara menyeluruh untuk mengoptimalkan proses pengumpulan data dalam rantai nilai agribisnis. Perusahaan ini memanfaatkan teknologi untuk menghubungkan berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem pertanian seperti petani, mitra, dan supplier. Digitalisasi ini memungkinkan Agriaku untuk mengakses data secara real time yang mencakup berbagai aspek penting seperti penjualan produk pertanian, penggunaan pemasaran digital, serta keterlibatan mitra dalam berbagai program yang diselenggarakan.

Dalam upaya untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan efisien, Agriaku telah memperkenalkan berbagai inovasi produk dan layanan yang dapat mempermudah mitra dan petani untuk memenuhi kebutuhan pertanian mereka.

1.1.1 Struktur Organisasi

Agriaku memiliki struktur organisasi yang dipimpin oleh seorang pendiri serta jajaran eksekutif yang terdiri dari *Chief Executive Officer* (CEO), *Chief Marketing Officer* (CMO), *Chief Technology Officer* (CTO), *Chief Operating Officer* (COO), dan *Chief Financial Officer* (CFO). Setiap jabatan eksekutif memiliki peran penting dalam mengelola jalannya operasional perusahaan, serta mengarahkan visi dan strategi untuk mencapai tujuan Agriaku. Perusahaan ini terbagi dalam berbagai divisi strategis yang saling mendukung yaitu: penjualan, pemasaran, teknologi & pengembangan, pengembangan bisnis, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan & akuntansi.

Agriaku menerapkan pembagian tugas yang sangat terstruktur, di mana setiap divisi memiliki berbagai unit kerja yang memiliki fokus spesifik dan bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan tertentu yang mendukung operasional perusahaan. Unit-unit ini berfungsi untuk memperkuat jalannya aktivitas bisnis sehari-hari dan memastikan bahwa setiap proyek dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif.



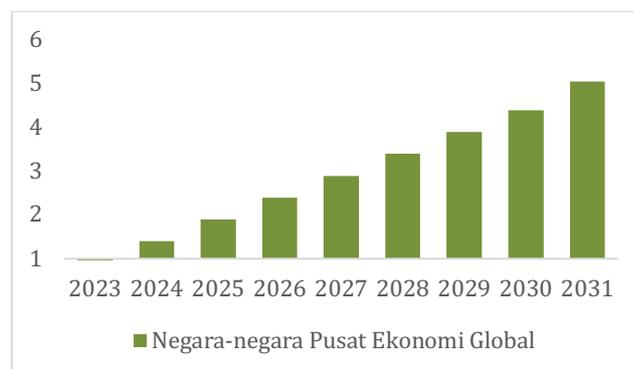
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital adalah proses perubahan secara mendasar yang mencakup adopsi teknologi digital ke dalam berbagai aspek operasional bisnis, seperti model bisnis, proses, dan budaya organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, fleksibilitas, serta mendorong perubahan inovasi dalam menghadapi tantangan serta peluang di era digital (Phan & Dinh, 2023). Transformasi ini menjadi sangat penting dengan adanya revolusi industri 4.0 yang mendorong berbagai sektor industri untuk meningkatkan produktivitas serta daya saing (Sari et al., 2024).

Menurut Ancín et al., (2022), transformasi digital saat ini didorong oleh sejumlah tren terkini seperti *Internet of Things (IoT)* yang memungkinkan pengumpulan data secara *real time* untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat, komputasi awan (*cloud computing*) yang menyediakan infrastruktur lebih fleksibel dan skalabel, dan hemat biaya, serta kecerdasan buatan (*AI*) untuk otomisasi proses dan analisis data, di mana ketiganya digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data agar lebih efektif. Digitalisasi secara signifikan memengaruhi ekonomi global dengan meningkatkan efisiensi dan inovasi di tingkat mikro, mendorong pertumbuhan PDB di tingkat makro, serta mempersempit kesenjangan ekonomi antar negara maju dan berkembang melalui adopsi teknologi secara cepat (Tudose et al., 2023).



Gambar 1.3 Prediksi Data Pasar Transformasi Digital

Sumber: Databridge (2024)

Berdasarkan data dari Data Bridge Market Research, pasar transformasi digital di wilayah Amerika Utara, Eropa, Asia Pasifik, Amerika Selatan, serta Timur Tengah dan Afrika memiliki nilai sebesar USD 929,4 miliar pada tahun 2023, dan di proyeksikan akan mencapai USD 5.065 miliar pada tahun 2031. Sementara Amerika Utara diharapkan mendominasi pasar transformasi digital, Asia Pasifik diproyeksikan menunjukkan pertumbuhan tercepat karena meningkatnya kesadaran akan manfaat kemajuan teknologi yang pesat.

Didukung oleh Thakur (2023), fokus signifikan pada digitalisasi ini semakin kuat untuk mempercepat transformasi di berbagai sektor, termasuk layanan publik, *e-commerce*, *fintech*, dan manufaktur. Namun, transformasi digital yang kompleks menghadapi tantangan seperti kesenjangan teknologi, keamanan data, dan ketidaksetaraan akses digital, di sisi lain, peluang besar hadir dalam bentuk peningkatan efisiensi global, percepatan inovasi, serta kemampuan menciptakan solusi inklusif (Suharto, 2024). Liu et al., (2024) menyatakan bahwa digitalisasi memainkan peran penting sebagai penggerak utama dalam inovasi bisnis di berbagai sektor dengan memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dan mentransformasi model bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi digital guna menciptakan nilai baru.



Gambar 1.4 Tren Digital Daya Saing Indonesia

Sumber: Olahan penulis yang dikutip dari laman Gunungkidul.id (2024)

Didukung oleh hasil survei global IMD *World Digital Competitiveness* (WDC) yang menganalisis sejauh mana negara-negara mengadopsi dan

mengeksplorasi teknologi digital dalam 64 negara, menyebutkan bahwa dibanding negara-negara Asia lainnya, Indonesia yang sebelumnya berada di posisi ke 56 di tahun 2019 dan 2020, kemudian naik ke posisi 53 pada tahun 2021, posisi 51 di tahun 2022, dan pada 2023 telah unggul menduduki peringkat 45. Pengukuran ini dilakukan berdasarkan tiga faktor utama, yaitu pengetahuan, teknologi, dan kesiapan masa depan. Indonesia mengalami kemajuan signifikan dalam dua faktor, yaitu pengetahuan dan teknologi. Keberhasilan ini didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, penguatan infrastruktur digital, serta penerapan strategi transformasi yang efektif di berbagai sektor.

Hal ini sejalan dengan tujuan meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung perkembangan ekonomi berbasis teknologi (Manik & Juwono, 2024). Akan tetapi, Indonesia juga menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi penerapannya, seperti rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis, keterbatasan akses infrastruktur digital di wilayah terpencil, kurangnya dukungan pelatihan yang berkelanjutan, dan kurangnya pemahaman tentang potensi pasar digital global bagi perusahaan (Zahiroh, 2022). Diusulkan oleh Widnyani et al., (2021), perusahaan dapat mengadaptasi model transformasi digital yang dikenal sebagai *Reasonable Digital Transformation Model (R-DT Model)*, bertujuan untuk membantu perusahaan dalam merencanakan dan mengimplementasikan transformasi digital dengan memperhitungkan tingkat literasi digital internal dan pengaruh faktor eksternal terhadap bisnis.

Menurut Chen & Kim (2023), teknologi digital seperti *blockchain* dan analitik data dapat membantu perusahaan mengatasi keterbatasan sumber daya internal dengan memanfaatkan sumber daya eksternal. Transformasi digital juga meningkatkan kualitas inovasi dengan memperbaiki pengelolaan informasi, memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi relevan secara cepat dan menggunakan data tersebut untuk mendukung strategi inovasi (Ding et al., 2024). Kinerja inovasi di perusahaan Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan signifikan dengan didasarkan beberapa aspek seperti efektivitas, efisiensi, dan kualitas. Salah satu faktor pendukung utama kinerja inovasi di Indonesia adalah

fleksibilitas strategi, dimana perusahaan yang dapat beradaptasi akan mudah menyesuaikan strategi, produk, dan layanan mereka terhadap dinamika pasar yang terus berubah (Pudjiarti & Putranti, 2020).

Rumman et al., (2024) mendefinisikan *Big Data Capabilities (BDC)* sebagai kemampuan organisasi untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan menganalisis data dalam jumlah besar untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat dalam konteks transformasi digital. Didukung oleh Xu et al., (2024), bahwa kemampuan kapabilitas *big data* membantu perusahaan mengidentifikasi pola tersembunyi dalam data kompleks dan mendukung pengambilan keputusan lebih akurat dalam data yang kompleks. Teknologi *big data* memungkinkan organisasi memiliki struktur yang lebih responsif dan efisien, sehingga *big data capability* dalam transformasi digital saling melengkapi dalam menciptakan lingkungan inovasi lebih baik (Parviznejad, 2022). *Big Data Capability* yang kuat berpengaruh pada kinerja inovasi dengan elemen strategis yang terhubung dengan orientasi digital, elemen ini memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan wawasan dari analitik big data untuk menyusun strategi inovasi yang lebih efektif (Binsaeed et al., 2023).

Menurut Fachridian et al. (2024), *organizational agility* atau kelincahan organisasi adalah kemampuan perusahaan untuk merespons perubahan yang tidak terduga di lingkungan bisnis secara cepat dan inovatif, sekaligus memanfaatkan perubahan tersebut sebagai peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan. *Organizational agility* memperkuat kolaborasi dan berbagi pengetahuan di dalam organisasi yang menunjukkan bahwa *agility* juga mencerminkan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan pembelajaran berkelanjutan (Blat et al., 2024)

Berdasarkan penelitian Williams & Olajide (2020), organisasi dengan tingkat *agility* yang tinggi lebih mampu mengintegrasikan teknologi baru ke dalam proses bisnis mereka, yang pada akhirnya akan meningkatkan efisiensi implementasi transformasi digital. Perkembangan teknologi informasi telah digunakan untuk mengatasi hambatan komunikasi antar fungsi organisasi, kemajuan teknologi di era industri 4.0 telah menjadi pendukung penting dalam meningkatkan proses bisnis melalui digitalisasi dan penerapan teknologi digital

(Pasaribu et al., 2021). Kemampuan organisasi untuk membangun kapabilitas inovasi dapat diperkuat melalui penerapan metode kerja berbasis *agility* strategis, yang membantu perusahaan menghindari hambatan seperti *rigidy traps*, yaitu kecenderungan untuk terjebak dalam struktur kaku yang dapat menghambat proses kinerja inovasi (Manurung & Sudhartio, 2024).

Menurut Harsuko (2011) dalam penelitian Sattar et al., (2022) untuk mencapai kelincuhan organisasi, perusahaan perlu menyusun unit-unit kerja yang lebih kecil dan teroganisir, dimana setiap unit kerja memiliki pembagian kerja, sistem kerja, dan mekanisme kerja yang mendukung agar setiap unit dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi dalam lingkungan perusahaan. Didukung oleh Maharani & Sary (2024) bahwa sebuah organisasi dengan sumber daya yang terampil akan mendukung inovasi perusahaan.

Menurut Yunandar et al., (2024), penerapan digitalisasi ini juga menghadapi sejumlah tantangan signifikan dalam prosesnya, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta resistensi karyawan terhadap perubahan secara cepat. Diperkuat oleh Rumawas dalam Rompas et al., (2022), sumber daya manusia adalah elemen yang sangat penting dalam suatu organisasi dan memerlukan perhatian khusus dalam manajemennya, karena unit-unit nya yang berperan dalam menetapkan tujuan dan menciptakan inovasi.

Menurut Purbasari et al. (2021), dengan memanfaatkan platform digital seperti aplikasi *mobile*, perusahaan dapat mengoptimalkan interaksi antara unit kerja, mempercepat proses operasional, serta memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis data. Dijelaskan oleh Triono & Jaya (2021), bahwa perusahaan *startup* muncul di tengah ketidakpastian lingkungan dan dengan sumber daya yang terbatas. Oleh karena itu, sangat krusial bagi *startup* untuk melakukan analisis lingkungan yang cermat untuk merumuskan strategi bisnis yang tepat. Hal ini sejalan dengan PT.Aagriaku yang sedang menghadapi tantangan seperti adopsi teknologi yang belum sepenuhnya optimal, baik di tingkat mitra maupun dalam organisasi itu sendiri, kesulitan dalam menyatukan berbagai sistem teknologi, dan kecepatan adopsi teknologi oleh karyawan yang memperlambat kinerja inovasi.

Tabel 1.2
Inovasi Agriaku 2024

Inovasi	Objective	Impact on Business	Impact on Customers
<i>Dynamic Voucher Capability</i>	Menerapkan voucher diskon berdasarkan kategori produk, SKU, atau profil margin untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi harga	Pengoptimalan pengeluaran pemasaran dengan fokus pada produk dengan margin tinggi, yang akan meningkatkan profitabilitas perusahaan	Mendorong perilaku pembelian yang lebih positif, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan
<i>Inventory Prediction and Automation</i>	Menggunakan analitik data untuk memprediksi kebutuhan inventaris dan otomatisasi pengisian stok agar lebih efisien dalam pengelolaan persediaan	Mengurangi risiko kelebihan dan kekurangan stok, serta meningkatkan efisiensi rantai pasokan secara keseluruhan	Mengurangi gangguan dalam proses pengadaan bagi mitra dan meningkatkan kelancaran operasional
<i>Customized Pricing Engine</i>	Membuat sistem penetapan harga yang disesuaikan berdasarkan segmentasi pelanggan, volume pesanan, dan lokasi untuk memastikan harga yang kompetitif dan relevan	Memperkuat daya saing perusahaan serta meningkatkan volume penjualan tanpa mengorbankan margin keuntungan	Meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan
<i>Mobile App Enhancement for Mitra Engagement</i>	Menambahkan fitur baru yang meningkatkan pengalaman pengguna, memberikan wawasan yang lebih baik, dan menyederhanakan proses bagi mitra	Meningkatkan tingkat adopsi dan keterlibatan mitra, sehingga memperkuat hubungan bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan	Penggunaan aplikasi yang lebih ramah pengguna, dengan fitur yang memudahkan transaksi dan memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti akan meningkatkan pengalaman dan produktivitas mitra
<i>AI-Powered Marketing Recommendations</i>	Menggunakan alat berbasis AI untuk menganalisis perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan personal	Menargetkan mitra secara lebih tepat, sehingga meningkatkan ROI dan efisiensi biaya pemasaran	Penawaran yang lebih terpersonalisasi dan relevan, yang dapat meningkatkan kepuasan dan memperkuat tingkat loyalitas terhadap merek
<i>API Integration with Banks</i>	Mempercepat dan mempermudah proses pembayaran dengan melakukan integrasi API langsung dengan bank untuk transaksi lebih efisien	Mengurangi intervensi manual, meningkatkan akurasi keuangan, dan menghemat waktu serta sumber daya dalam transaksi finansial	Meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat kepercayaan, dan mendorong kepuasan yang lebih tinggi

Tabel 1.2 Inovasi Agriaku 2024 (Sambungan)

Inovasi	Objective	Impact on Business	Impact on Customers
<i>Zone Optimization for Scheduled Delivery</i>	Mengoptimalkan rute dan jadwal pengiriman dengan mempertimbangkan zona geografis dan pola permintaan untuk meningkatkan efisiensi distribusi	Mengurangi biaya logistik dan meningkatkan efisiensi pengiriman, sekaligus memastikan pemenuhan pemesanan tepat waktu	Meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas terhadap perusahaan

Sumber: Agriaku (2024)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat berbagai inovasi yang diterapkan oleh AgriAku pada tahun 2024. Inovasi-inovasi ini meliputi penerapan kemampuan voucher dinamis, prediksi dan otomatisasi inventaris, sistem penetapan harga yang disesuaikan, serta pengembangan aplikasi *mobile* untuk meningkatkan keterlibatan mitra. Selain itu, AgriAku juga mengimplementasikan rekomendasi pemasaran berbasis AI, integrasi API dengan bank, dan optimisasi zona untuk pengiriman terjadwal. Setiap inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.



Gambar 1.5 Perbandingan Total dan Implementasi Inovasi (2021-2024)

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah penulis (2025)

Grafik di atas menampilkan jumlah total inovasi dan implementasi inovasi AgriAku dari tahun 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, AgriAku mencatatkan 22 rencana inovasi sebagai awal mula aktivitas pengembangan produk dan proses. Namun, hanya 9 di antaranya yang berhasil diimplementasikan. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan implementasi menjadi 11 inovasi, didorong oleh adanya pendanaan seri A sebesar 520 miliar rupiah yang diperoleh dari *JWC Ventures* (Press Release, 2022). Meski begitu, jumlah total inovasi menurun menjadi 18. Penurunan berlanjut pada tahun 2023, dengan hanya 8 inovasi yang berhasil direalisasikan dari 15. Tahun 2024 menjadi titik terendah, dengan total 8 inovasi dan hanya 6 yang berhasil diimplementasikan. Secara umum, data ini menunjukkan bahwa meskipun AgriAku konsisten berinovasi tiap tahun, rasio implementasi terhadap jumlah rencana inovasi mengalami penurunan.

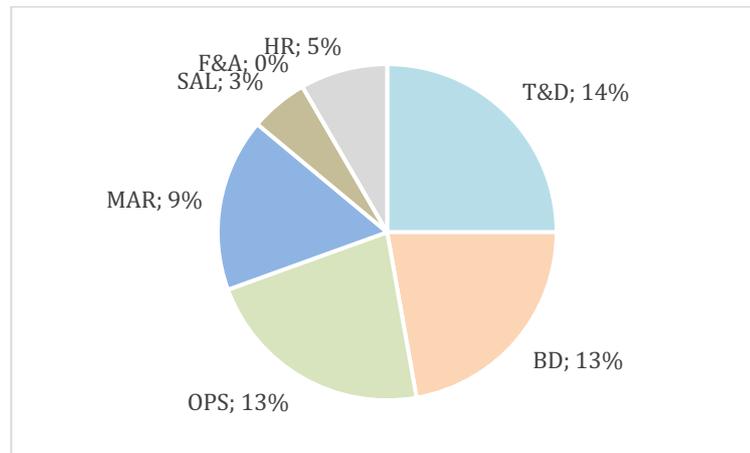
Tabel 1.3
Status Inovasi per Divisi (2021-2024)

Divisi	Implemented	Partial	Pilot	Planned	Failed	Total Inovasi
T&D	9	3	3	1	1	17
BD	8	1	1	2	1	12
OPS	8	1	0	1	3	13
MAR	6	2	1	0	3	12
SAL	2	0	0	0	1	3
F&A	0	0	0	0	1	1
HR	3	0	1	0	2	6

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Tabel 1.3 menyajikan jumlah inovasi yang dilakukan oleh setiap divisi di perusahaan selama periode 2021 hingga 2024. Tabel ini mengkategorikan status berdasarkan lima kriteria utama, yaitu: *Implemented* (Diimplementasikan), *Partial* (Sebagian), *Pilot*, *Planned* (Direncanakan), dan *Failed* (Gagal). Pada kategori *implemented*, inovasi sepenuhnya berhasil diterapkan dan memberikan hasil yang diinginkan, sementara *partial* menggambarkan inovasi yang baru dicapai sebagian dan masih dalam tahap pengembangan lebih lanjut. Inovasi dalam kategori *Pilot* masih dalam tahap percobaan untuk menguji kelayakan sebelum diterapkan lebih luas, *planned* merujuk pada inovasi yang telah direncanakan namun belum dijalankan, dan *failed* adalah inovasi yang tidak berhasil diimplementasikan karena berbagai kendala.

Meskipun jumlah total inovasi yang direncanakan dan disusulkan oleh setiap divisi perusahaan cukup banyak, hasil implementasi inovasi yang berhasil menunjukkan angka yang lebih rendah. Berdasarkan data, terdapat banyak inovasi yang berada pada status *partial*, *pilot*, *planned*, bahkan *failed*. Data ini menunjukkan bahwa meskipun inovasi-inovasi tersebut memiliki potensi besar, banyak yang belum dapat terealisasi karena berbagai faktor, seperti tantangan dalam kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru.



Gambar 1.6 Success Rate Inovasi per Divisi (2021-2024)

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Gambar 1.7 menampilkan persentasi success rate atau keberhasilan inovasi yang diimplementasikan di setiap divisi perusahaan selama periode 2021 hingga 2024. Dari grafik ini, divisi *Technology & Development (T&D)* memiliki *success rate* dengan 14% yang mengindikasikan bahwa inovasi yang diterapkan relatif lebih sukses dibandingkan dengan divisi lainnya. Diikuti oleh divisi *Business Development (BD)* dan *Operations (OPS)* yang memiliki 13%. Kemudian, divisi *Marketing (MAR)*, *Human Resources (HR)*, dan *Sales (SAL)* menunjukkan *success rate* yang lebih rendah, yaitu 9%, 5% dan 3%. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun banyak inovasi yang diajukan, implementasi yang berhasil masih sangat terbatas. Bahkan, divisi *Finance & Accounting (F&A)* tercatat angka 0%, yang menunjukkan bahwa inovasi yang disusulkan oleh divisi ini tidak dapat diimplementasikan sama sekali.

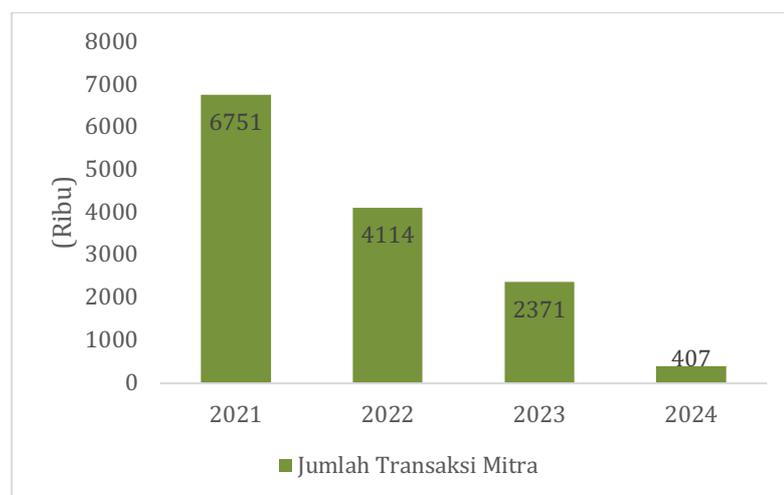
Dengan keberhasilan implementasi inovasi pada setiap divisi yang semakin rendah, efektivitas dari teknologi dan proses yang diterapkan menjadi kurang optimal, yang berpotensi memengaruhi kepercayaan mitra atau pelanggan serta berdampak pada pengurangan interaksi dan keterlibatan dalam sistem Agriaku.



Gambar 1.7 Jumlah Rata-Rata Mitra Aktif (2021-2024)

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah penulis (2025)

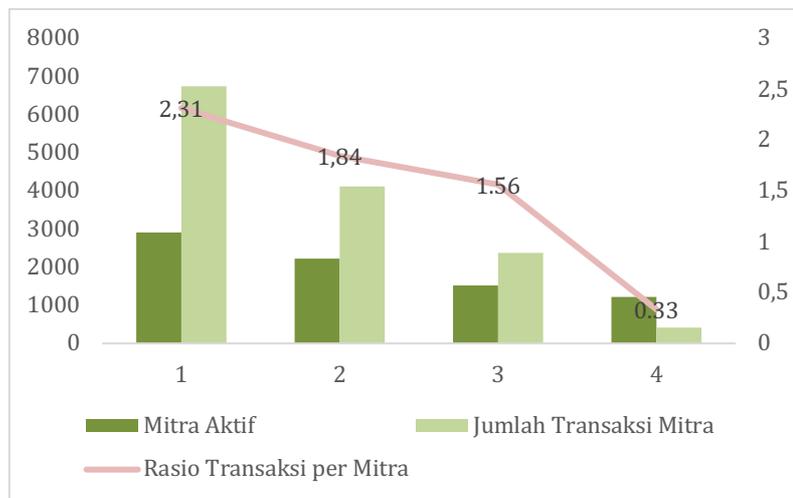
Grafik ini menunjukkan penurunan rata-rata jumlah mitra atau pelanggan Agriaku selama periode 2021 hingga 2024. Data tahun 2021 hanya mencakup enam bulan terakhir, yakni dari bulan Juli hingga Desember, dan data 2022-2024 mencakup satu tahun penuh. Pada tahun 2021, terdapat rata-rata 2.196 mitra aktif per bulan. Jumlah ini menurun secara konsisten setiap tahunnya menjadi 2.231 pada tahun 2022, 1.518 pada tahun 2023, dan mencapai titik terendah di angka 1.218 mitra pada tahun 2024.



Gambar 1.8 Jumlah Rata-Rata Transaksi Mitra (2021-2024)

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah penulis (2025)

Jumlah transaksi mitra atau pelanggan Agriaku juga menunjukkan penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021 dengan periode enam bulan terakhir, tercatat sekitar 6.751 transaksi, menurun menjadi 4.114 transaksi pada tahun 2022, 2.371 transaksi pada tahun 2023, dan hanya tersisa 407 transaksi pada tahun 2024. Penurunan yang konsisten ini mengindikasikan berkurangnya aktivitas transaksi oleh mitra Agriaku.



Gambar 1.9 Rasio Transaksi per Mitra

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah penulis (2025)

Grafik kombinasi ini menyajikan hubungan antara jumlah rata-rata mitra aktif, rata-rata jumlah transaksi mitra, serta rasio transaksi per mitra. Garis rasio transaksi per mitra ini menunjukkan penurunan yang konsisten dari 2,31 pada tahun 2021, menjadi 1,84 di 2022, 1,56 di 2023, dan hanya 0,33 di 2024. Ini menunjukkan bahwa bukan hanya jumlah mitra aktif yang menurun, tetapi produktivitas atau keterlibatan mitra dalam melakukan transaksi juga mengalami penurunan tajam. Artinya, setiap mitra secara rata-rata melakukan lebih sedikit transaksi dari tahun ke tahun.

Secara keseluruhan, meskipun Agriaku terus berinovasi, kinerja inovasi tidak sepenuhnya berhasil dalam implementasinya yang mengarah pada penurunan kinerja bisnis. Inovasi yang tidak efektif atau tidak dapat diterapkan dengan baik berdampak pada hilangnya mitra yang lebih banyak dan penurunan volume

transaksi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa setiap inovasi yang diterapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis, baik dalam meningkatkan keterlibatan mitra maupun dalam volume transaksi yang dilakukan.

Untuk memahami lebih lanjut mengenai faktor yang memengaruhi penurunan kinerja inovasi tersebut, berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa manajer di Agriaku yang menyatakan sebagai berikut.

Manajer HR Agriaku menjelaskan bahwa meskipun perusahaan telah mengadopsi teknologi yang lebih kompleks, banyak karyawan yang merasa kesulitan dalam memahami dan memanfaatkan data yang tersedia. Hal ini terutama disebabkan oleh kurangnya pelatihan khusus, yang mengharuskan karyawan untuk memiliki keterampilan tertentu sejak awal sebelum bergabung. Selain itu, kekurangan pelatihan ini menyebabkan kurangnya komunikasi antar tim, yang berdampak pada kelangsungan dan keberhasilan implementasi teknologi baru. Manajer *marketing* menambahkan bahwa tim *marketing* sangat bergantung pada inovasi yang disediakan oleh aplikasi Mitra, namun terdapat beberapa kendala terkait *timeline* yang tidak sesuai harapan. Meskipun berbagai teknologi sudah diterapkan, hasilnya yang diperoleh masih kurang maksimal, sehingga menyebabkan pengguna merasa tidak puas. Hal ini turut mempengaruhi kesulitan mereka dalam mempromosikan aplikasi lebih lanjut kepada pelanggan. Sementara itu, COO Agriaku menanggapi bahwa transformasi adalah salah satu fokus utama perusahaan. Menurutnya, kunci keberhasilan transformasi digital adalah disiplin dalam mengeksekusi strategi yang telah direncanakan, dengan tim lapangan yang menjadi pendorong utama dalam penerapan teknologi platform di seluruh perusahaan.

Berdasarkan data tersebut, penulis beranggapan perlu untuk mengetahui apakah kinerja inovasi setiap unit kerja akan dipengaruhi melalui penerapan transformasi digital melalui *big data capability* dan *organizational agility*. Diperkuat oleh Baskaran et al., (2020), yang menyatakan bahwa banyak organisasi mengalami kesulitan dalam pengadopsian teknologi baru karena adanya resistensi

dari karyawan, dimana tanpa adanya penerimaan motivasi di antara karyawan, adopsi teknologi tidak akan berjalan selaras dengan tujuan perusahaan sehingga memperlambat inovasi.

Hubungan antara transformasi digital, *organizational agility*, *big data capability*, dan kinerja inovasi pada unit kerja menjadi semakin relevan dalam konteks bisnis modern. Transformasi digital tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi memperkuat kemampuan kapabilitas *big data* dengan dorongan *organizational agility* yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja inovasi perusahaan (Blat et al., 2024).

Diperkuat oleh Chen & Kim (2023), yang menyatakan bahwa integrasi antara transformasi digital, *organizational agility*, dan kemampuan *big data* merupakan faktor kunci yang memberikan dasar konseptual untuk memahami bagaimana unit kerja dapat mengoptimalkan kinerja inovasi mereka.

Penelitian ini berbeda dari studi Xu et al. (2024) pada objek penelitiannya, dengan studi sebelumnya meneliti di industri manufaktur, sedangkan fokus penelitian ini adalah pada unit kerja PT. AgriAku, sektor agribisnis Indonesia. Konteks ini memberikan sudut pandang yang spesifik dan relevan terhadap penerapan transformasi digital, *organizational agility*, dan *big data capability* dalam meningkatkan kinerja inovasi pada unit kerja di sektor agribisnis, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut terkait **“PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA INOVASI MELALUI *BIG DATA CAPABILITY* DAN *ORGANIZATIONAL AGILITY* PADA UNIT KERJA PT AGRIAKU DIGITAL INDONESIA”**. Harapannya, penelitian ini akan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi manajemen PT. AgriAku dalam memahami peran transformasi digital *organizational agility*, dan *big data capability* dalam meningkatkan kinerja inovasi dari unit-unit kerja di perusahaan.

1.3 Perumusan Masalah

Sebagai perusahaan yang berkomitmen pada inovasi dalam rantai pasok agribisnis yang telah mengadopsi transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan menciptakan produk yang lebih inovatif, keberhasilan PT. Agriaku dalam digitalisasi bergantung pada salah dua faktor, yaitu *organizational agility* dan *big data capability* yang berperan dalam meningkatkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan merespons perusahaan dengan cepat. Meninjau dari latar belakang yang telah di jabarkan, maka terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah transformasi digital memengaruhi peningkatan kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
2. Apakah *big data capability* memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
3. Apakah *organizational agility* memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
4. Apakah transformasi digital memengaruhi kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku melalui peran mediasi dari *big data capability* dan *organizational agility*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah transformasi digital memengaruhi peningkatan pada kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
2. Untuk mengetahui apakah *big data capability* memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
3. Untuk mengetahui apakah *organizational agility* memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku?
4. Untuk mengetahui apakah transformasi digital memengaruhi kinerja inovasi di unit kerja PT. Agriaku melalui peran mediasi dari *big data capability* dan *organizational agility*

1.5 Manfaat Penelitian

Melihat dari tujuan penelitian, peneliti berharap mampu memberikan manfaat dari penelitian ini diantaranya yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, khususnya dalam memahami hubungan antara transformasi digital, *big data capability*, *organizational agility*, dan kinerja inovasi unit kerja. Dengan mengidentifikasi peran *big data capability* dan *organizational agility* sebagai variabel mediator berantai, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang bagaimana transformasi digital dapat mempengaruhi kinerja inovasi unit kerja dalam konteks agribisnis. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk menggali lebih dalam mengenai dinamika antara transformasi digital dan inovasi, terutama di industri yang berfokus pada rantai pasok agrikultur.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi PT. AgriAku Digital Indonesia dan perusahaan agribisnis lainnya dalam mengoptimalkan implementasi transformasi digital untuk meningkatkan kinerja inovasi unit kerja. Hasil penelitian ini diharapkan membantu PT. AgriAku dalam memetakan peran *big data capability* dan *organizational agility* sehingga dapat memperkuat daya saing di pasar.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan dalam penelitian ini disajikan dengan menggunakan sistematika tugas akhir yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, akan menjelaskan hal yang berkaitan dengan deskripsi objek penelitian, konteks penelitian, rumusan masalah, tujuan, kepentingan penelitian, dan struktur penyusunan penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini, akan diajukan teori-teori relevan serta variabel-variabel yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Selanjutnya akan diuraikan kerangka pemikiran yang mendasari penelitian serta hipotesis yang diajukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam pengumpulan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Isi bab ini mencakup jenis penelitian, konsep operasional variabel, populasi, dan sampel penelitian, prosedur pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas data, serta teknik analisis data yang diterapkan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengulas hasil penelitian dengan menghadirkan tabel dan deskripsi, yang kemudian akan dibahas dalam konteks teori yang menjadi dasar penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, terdapat rangkuman kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian, serta saran-saran yang berkaitan dengan temuan hasil penelitian.