

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Kerjasama

2.1.1.1. Pengertian Kerjasama

Kerjasama Tim Menurut Su, Widyani, dan Utami (2021). Kerjasama tim adalah sistem perpaduan kerja kelompok yang didukung oleh berbagai keahlian dengan tujuan yang jelas dan didukung oleh komunikasi dan kepemimpinan untuk mencapai kinerja yang lebih baik daripada kinerja individu.

Menurut Panggiki, A. C., *et.al.*, (2017). Kerjasama tim, juga dikenal sebagai *teamwork*, adalah jenis kerja kelompok yang harus diatur dan dikelola dengan baik, Untuk bekerja sama dengan pimpinan, tim terdiri dari individu-individu yang berasal dari berbagai bidang keahlian. Mereka sangat bergantung satu sama lain untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas, dari berbagai definisi diatas bisa diambil kesimpulan bahwa kerjasama tim adalah sekelompok orang dengan kemampuan, talenta, pengalaman dan latar belakang yang berbeda yang berkumpul bersama-sama untuk mencapai satu tujuandalam satu atau lebih kegiatan.

2.1.1.2. Tujuan Kerjasama

Menurut Maasawet (2010), tujuan dari bekerja sama adalah untuk meningkatkan minat, percaya diri, kesadaran bersosial, tingkat pemikiran yang tinggi, keterampilan komunikasi yang penting, dan sikap toleransi terhadap perbedaan individu. Dengan bekerja sama, kita memiliki kesempatan untuk mengungkapkan ide-ide, mendengarkan pendapat orang lain, dan bersama-sama

membangun pengertian. Kerjasama sangat penting untuk belajar karena memiliki elemen yang menantang pemikiran.

2.1.1.3. Indikator Kerjasama

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dapat mengukur Kerjasama Menurut Thomson dan Ferry dalam Keban (2007)

1. Memilih pemasok yang berkualitas
2. Mendiskusikan produk yang akan dipasarkan dengan pemasok
3. Memiliki program perbaikan dengan pemasok terkait bahan baku yang dibutuhkan
4. Memiliki perencanaan terhadap tujuan perusahaan dengan *supplier*
5. Keterlibatan *supplier* dengan penciptaan produk baru

2.1.2. Kinerja Bisnis

2.1.2.1. Pengertian Kinerja Bisnis

Kinerja Bisnis, juga dikenal sebagai Manajemen Kinerja Bisnis, adalah sistem *real-time* yang memberi pesan kepada manajer tentang peluang yang mungkin ada masalah, dan ancaman yang akan datang, dan mendukung mereka untuk bertindak melalui kerjasama. Proses bisnis, metodologi, metrik, dan teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur, melacak, dan mengelola kinerjanya disebut manajemen kinerja bisnis, (Warsidi 2017). Kinerja adalah gambaran tentang pencapaian pelaksanaan program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi. Kinerja ini dituangkan dalam perencanaan strategis organisasi, (Sutama, D., & Lisa, E. 2018).

Menurut Chandra *et.al.*, (2016) Kinerja bisnis adalah hasil yang dicapai oleh individu atau kelompok orang yang bekerja di perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab mereka masing-masing untuk mencapai tujuan perusahaan bersama. Kinerja bisnis didefinisikan sebagai hasil yang dicapai oleh individu atau kelompok orang yang bekerja di perusahaan secara resmi, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan etika. Kinerja juga merupakan gambaran dari pencapaian kualitas dan kuantitas pekerjaan yang dibuat oleh individu, kelompok, atau organisasi yang dapat diukur juga menyatakan bahwa kinerja menunjukkan hasil perilaku yang relevan sesuai dengan standar atau kriteria yang berlaku, Rumengan, G. (2017).

2.1.2.2. Pengukuran Kinerja Bisnis

Pengukuran kinerja adalah cara untuk mengukur efektivitas dan efisiensi tindakan, ini adalah proses yang digunakan untuk mengevaluasi status suatu atribut atau sifat dari objek pengukuran (Saunila, M. 2017). Sistem Pengukuran Kinerja (PMS) awalnya dirancang dari perspektif laba bisnis, menunjukkan asal-usul pengukuran kinerja, (Arena, M., Azzone, G., & Bengo, I. 2015)

Menurut Yenyurt, S., Wu, F., Kim, D., & Cavusgil, S. T. (2019). Mengatakan bahwa kinerja pasar dapat diukur dengan menggabungkan indeks yang mencakup pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Di sisi lain, kinerja keuangan diukur dengan profitabilitas, ROI, dan arus kas operasi. Bisnis memiliki tiga cara untuk mengukur kinerjanya: kinerja keuangan, kepuasan pelanggan, dan kinerja operasional potensial, yang berarti peningkatan produk atau proses. Metode ini melibatkan kinerja bisnis baik

dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang menentukan daya saing dan kinerja terintegrasi organisasi, Chi, M, *et.all* (2018). menyatakan bahwa untuk menjamin analisis yang dapat diandalkan dari kinerja proses yang diprediksi dan penyebaran yang sesuai dari niat strategis, seleksi dan pengembangan ukuran sangat penting. Namun, hal ini sulit, terutama jika nilai proses berasal dari sumber yang tidak jelas. (Cunha, S., *et al.*,2016)

2.1.2.3. Indikator Kinerja Bisnis

Berdasarkan Penelitian Terdahulu yang dapat mengukur variabel Kinerja Bisnis dengan tiga indikator yaitu Menurut Tsani, F. A ,*et.al.*, (2022)

1. Peningkatan pendapatan usaha

kemampuan suatu pelaku usaha untuk menghasilkan keuntungan selama waktu tertentu dengan menggunakan seluruh modal kerjanya. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan suatu perusahaan dari penjualan produk dalam kegiatan usahanya.

2. Peningkatan volume penjualan

Hasil akhir yang dicapai oleh perusahaan sebagai hasil dari penjualan produk yang diproduksi oleh perusahaan. Peningkatan penjualan ini dihitung secara keseluruhan, bukan secara tunai atau kredit.

3. Perluasan Wilayah

Perluasan wilayah bisnis merujuk pada strategi atau tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memperluas operasional atau jangkauan geografis bisnisnya. Tujuan dari perluasan wilayah bisnis adalah untuk

mencapai pertumbuhan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan, dan memanfaatkan peluang baru.

2.1.3. Pengembangan Inovasi Digital

2.1.3.1. Pengertian Pengembangan Inovasi Digital

Inovasi digital Ini adalah proses yang harus dilakukan terus menerus untuk menyelesaikan masalah. Individu dan organisasi besar seperti perusahaan melakukan inovasi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Karena itu, inovasi digital dapat menghasilkan solusi bisnis yang lebih inovatif, daya cipta, dan kualitas produk yang lebih baik. Akibatnya, membuat produk dengan inovasi digital lebih mudah, cepat, dan murah. (Thea Arnaiz. 2022).

Inovasi yang dilakukan melalui penggunaan teknologi digital untuk membantu operasi bisnis disebut inovasi digital, (Hinings, 2018). Para ahli lain mengatakan bahwa inovasi digital adalah inovasi yang dilakukan melalui digital technology, inovasi digital adalah membuat, menemukan, atau mengembangkan sebuah ide, proses, atau praktik yang terkait dengan produk dan jasa dengan menggunakan teknologi digital, Agostini *et al.*, (2020).

Analisis big data, internet, kecerdasan buatan, teknologi antara teman, jaringan sosial dekat lokasi, *crowdfunding*, dan lainnya adalah beberapa konsep dan teknologi penting dalam inovasi digital. Kreatifitas menggunakan Sumber daya, komunikasi, budaya, pengambilan keputusan, penghargaan, dan budaya karyawan semuanya harus diubah bersamaan dengan teknologi digital (Zhen, Y, *et al.*, 2021).

2.1.3.2. Manfaat Pengembangan Inovasi Digital

Menurut Thea Arnaiz. (2022) Inovasi Digital dapat memberikan keunggulan yang kompetitif melalui inovasi digital. Perusahaan dapat mengatasi permasalahan konsumen, permasalahan produk dan manajemennya, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan mempercepat penyaluran produk kepada konsumen melalui inovasi digital.

Inovasi Digital dapat melindungi Perusahaan dari ancaman-ancaman para pesaing, dan Perusahaan yang melakukan pengembangan inovasi digital adalah perusahaan yang tidak menolak adanya perubahan, dan keuntungannya tidak akan tertinggal dengan pesaingnya dan tetap menjadi pilihan konsumen. Dapat meningkatkan produktivitas dan dapat mengetahui keinginan konsumen kita dapat menganalisis perilaku dan pilihan konsumen melalui inovasi digital.

2.1.3.3. Indikator Pengembangan Inovasi Digital

Berdasarkan Penelitian Terdahulu yang dapat mengukur variabel Pengembangan Inovasi Digital dengan tiga indikator yaitu Menurut Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020).

1. *Perceived Relative advantage* (Keuntungan relatif yang dirasakan), Merupakan tingkat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan jika melakukan digitalisasi
2. *Perceived Complexity* (Kompleksitas yang dirasakan), Mengukur Tingkat kesulitan aplikasi digital digunakan oleh perusahaan bisnis.
3. *Perceived Compability* (Kesesuaian yang dirasakan), Menunjukkan kompabilitas aplikasi digital sesuai dengan aktivitas bisnis dengan Perusahaan.

2.1.4. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Kerjasama Pertahanan Indonesia-Korea Selatan: Ketahanan Maritim Dan Transfer Teknologi Dalam Pengadaan Kapal Selam DSME 209/1400</p> <p>Oleh: Faris Al-Fadhat dan Naufal Nur Azis Effendi (2019). ISSN: 0853-9340</p>	<p>Kerjasama antara Indonesia dengan Korea Selatan dalam pengembangan kapal selam sebagai proyek alutsista DSME-209/1400 Submarine (Changbogo Class) merupakan kebijakan untuk memperkuat visi pengadaan kapal selam Indonesia pada tahun 2024, serta meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) terkait Pembuatan kapal selam.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel kerjasama</p>	<p>Tidak menggunakan variabel kinerja bisnis dan Pengembangan Inovasi Digital</p> <p>Objek yang diteliti Pertahanan Indonesia-Korea Selatan: Ketahanan Maritim Dan Transfer Teknologi Dalam Pengadaan Kapal Selam DSME209/1400</p>
2	<p>Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Melalui Kajian Komitmen dan Ambisius Pengusaha</p> <p>Oleh: Siti Ati Siddiqqoh, Doni Purnama Alamsyah (2017) ISSN: 2355-0295</p>	<p>Dalam peningkatan Kinerja bisnis dapat dimaknai bahwa sebagian besar pengusaha Usaha Mikro di Kota Bandung belum mendapatkan pendidikan yang cukup (Sarjana). Sehingga dapat diasumsikan, masih rendah daya saing karena rendahnya pengetahuan yang didapat.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel kinerja bisnis</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama dan Pengembangan Inovasi digital</p> <p>Objek yang diteliti yang diambil adalah tentang UMKM di kota Bandung.</p>
3	<p>Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Tas dan Koper Tanggulangin Sidoarjo</p> <p>Oleh: Monika Dyah Novy Larashati, Hariyati (2021) ISSN: 2302-1195</p>	<p>Dengan adanya penciptakan ide inovatif pada produk, modifikasi produk-produk lama, dan menyediakan produk yang relatif baru di pasar dapat mempengaruhi Kinerja operasional dengan mengusahakan produksi dapat berjalan dengan sefektif mungkin.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel kinerja bisnis</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama sebagai variabel independen dan tidak menggunakan variabel Pengembangan inovasi digital</p> <p>Objek pada penelitian ini yaitu Pada UKM Tas dan Koper Tanggulangin Sidoarjo</p>
4	<p>Membangun Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing</p>	<p>Hal ini berarti industri logam perlu menggali, mengenali, dan mampu</p>	<p>Sama-sama menggunakan</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama dan</p>

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p>Pada UKM Manufaktur (Studi Empirik Pada Industri Logam di Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten)</p> <p>Oleh: Nitha Pinasthika Valerina (2013) ISSN: 1410-1246</p>	<p>menentukan dengan tepat apa yang sebenarnya menjadi sumber keunggulan, inovasi mereka dalam persaingan. Dengan terus menjaga dan mengembangkan sumber keunggulan bersaingnya maka kelangsungan perusahaan akan tetap terjaga.</p>	<p>variabel kinerja bisnis</p>	<p>Pengembangan Inovasi Digital</p> <p>Objek pada penelitian ini yaitu UMKM manufaktur</p>
5.	<p>PENGARUH IMPLEMENTASI INOVASI DIGITAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN BERDASARKAN PERSEPSI KARYAWAN (STUDI KASUS PADA PT. INDONESIA POWER UPJP KAMOJANG)</p> <p>Oleh : Nida Nur Fauziah, Ratri Wahyuningtyas ISSN 2614-0365 e-ISSN 2599-087X</p>	<p>Inovasi digital PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikategorikan baik dikarenakan sebagian besar responden menilai setuju bahwa sistem ERP PT. Indonesia Power UPJP Kamojang memiliki kualitas, fitur dan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan selain itu sistem ERP ini merupakan solusi digital dari permasalahan yang terjadi. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang juga akan ikut meningkat.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel Inovasi Digital</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama dan Kinerja Bisnis</p> <p>Objek penelitiannya pada PT Indonesia Power UPJP Kamojang</p>
6.	<p><i>Revisiting the cooperation– competition paradox:A configurational approach to short- and long-term</i></p>	<p>Penelitian ini meninjau kembali paradoks kerja sama- kompetisi: Pendekatan konfigurasi terhadap kinerja kooperatif jangka pendek dan jangka</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel kinerja dan kerjasama</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Pengembangan Inovasi Digital</p>

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>coopetition performance in business networks</i></p> <p>Oleh:</p> <p>Francesca Ricciardi, Alessandro Zardini, Wojciech Czakon, Cecilia Rossignoli, Sascha Kraus</p>	<p>panjang dalam jaringan bisnis.</p>		
7.	<p><i>Technological innovation and green growth in the Organization for economic Cooperation and Development Economies</i></p> <p>Oleh:</p> <p>Claudia Nyarko Mensah, Xingle Long, Lamini Dauda, Kofi Baah Boamah, Muhammad Salman, Florence Appiah-Twum, Andrew KwamenaTachie</p>	<p>Penelitian ini menjelaskan Inovasi teknologi dan pertumbuhan hijau di Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Ekonomi Pembangunan. Bagaimana Pertumbuhan Ekonomi Hijau adalah pertumbuhan ekonomi yang kuat, namun juga ramah lingkungan, serta inklusif secara sosial.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel Kerjasama.</p>	<p>Tidak menggunakan variabel kinerja bisnis dan Pengembangan Inovasi digital</p>
8.	<p><i>Digital Capability and Innovation Strategy to Develop the Performance and Competitive Advantages of Fashion Smes in Jakarta, Indonesia</i></p> <p>Oleh :</p> <p>Erwin Permana, Bambang Poerwoko, Sri Widyastuti, Widarto Rachbini</p> <p>ISSN: 2349-0330 (Print) E-ISSN:2349-0349</p>	<p>Penelitian ini telah membuktikan pengaruh variabel kapabilitas digital terhadap keunggulan kompetitif dan variabel kinerja UKM Fashion di Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa di Indonesia, digital kapabilitas tidak berdampak pada kinerja UKM. Hasil ini serupa dengan pernyataan tersebut dari publikasi OECD (2014). Padahal menurut makalah yang sama disebutkan kemampuan digital memiliki dampak</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel Inovasi digital pada UMKM fashion</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama dan Kinerja Bisnis</p>

No	Judul Penelitian/Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		signifikan terhadap kinerja, dalam skala besar.		
9.	<p><i>Antecedents and outcomes of collaborative innovation capabilities on the platform collaboration environment</i></p> <p>Oleh:</p> <p>Maomao Chia , Weijun Wangb, Xinyuan Luc , Joey F. Georced</p>	<p>Dengan berkembang nya teknologi platform yang sedang berkembang, banyak hal perusahaan memperoleh kinerja perusahaan yang lebih baik melalui pemeliharaan kolaboratif kemampuan inovasi. Namun, hanya ada sedikit penelitian yang membahasnya mekanisme pembangkitan dan efek inovasi kolaboratif kemampuan.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel inovasi dan kerjasama</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kinerja Bisnis</p>
10.	<p><i>'I digitize so I exist'. Searching for critical capabilities affecting firms' digital innovation</i></p> <p>Oleh :</p> <p>Debora Tortora, Roberto Chierici a , Massimiliano Farina Briamonte, Riccardo Tiscini .</p>	<p>Dalam bingkai revolusi industri modern dimana digital teknologi telah mempunyai kepentingan strategis yang tinggi bagi perusahaan daya saing, kemampuan dinamis, pertama dalam hal perolehan pengetahuan dan keterampilan tertentu.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel Inovasi Digital</p>	<p>Tidak menggunakan variabel Kerjasama dan Kinerja Bisnis</p>

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.2. Kerangka Pemikiran

Dalam dunia usaha apapun pastinya dibutuhkan kinerja yang baik. Selain akan mendapatkan keuntungan, maka hal ini dapat meningkatkan tumbuhnya keunggulan bagi pelaku usaha. Di dalam usaha juga diperlukan kerjasama antara pihak tertentu sebagai rantai bisnis yang saling membantu di dalam usahanya. Pada UMKM *fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC) ini, melakukan sistem Kerjasama antara distribusi lokal dengan pelaku usaha yang mana saling

menguntungkan satu sama lain dan dapat meningkatkan kinerja dan pertumbuhan penjualan bisnis *fashion* ini, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan keuntungan modal.

Kinerja bisnis merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi usaha. Kinerja bisnis merupakan sebuah proses dari jalannya suatu bisnis perusahaan tertentu yang menginginkan tujuan untuk memajukan usahanya. Kinerja bisnis juga merupakan salah satu penyebab para pelaku usaha dapat berhasil mengukur kerja dari perusahaannya, mengevaluasi perusahaannya untuk mengembangkan lebih baik lagi.

Selain variabel kinerja bisnis, ada variabel yang mempengaruhi UMKM *fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC), adalah pengembangan inovasi digital. Dengan menggunakan inovasi digital ini pelaku usaha UMKM *fashion* dapat mengembangkan penjualan produk nya dengan menggunakan inovasi digital seperti menggunakan *plafrom e-commerce*, *tiktok*, *shoppee*, *toko pedia* dan sebagainya, agar dapat mencapai tujuan keuntungan yang lebih banyak dari penjualan digital, dan dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan keinginan pelaku usaha, juga dapat mengikuti kemauan pelanggan yang banyak mereka inginkan.

Kerjasama yang efektif dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan, apabila kinerja bisnis baik maka dapat mendorong perusahaan dalam penjualan untuk dapat terus berkembang melalui inovasi digital, karena pengembangan inovasi digital dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan

memperkuat kerjasama yang telah di jalin dengan pihak tertentu.

Pada Sentra Grosir Cikrang Mall (SGC) ini yang menjadi produk *fashion* nya menggunakan asli dari brand lokal yang dikirim langsung dari pusat *fashion* terbesar yang ada di Indonesia yaitu dari pusat Grosir Metro Tanah Abang yang berlokasi di Jakarta Pusat, dan juga dari pusat-pusat grosir *fashion* yang ada di kota Bandung, Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC) ini tidak menggunakan *brand import* dari luar negeri.

2.2.1. Keterkaitan Antara Kerjasama dan Kinerja Bisnis

Menurut Robbins (2015), kerjasama tim adalah kelompok usaha-usaha individual yang menghasilkan kinerja lebih tinggi daripada hasil yang diperoleh jika pekerjaan diselesaikan seorang diri. Kerjasama tim akan berdampak positif pada kinerja karyawan. Kerjasama tim berdampak positif dan signifikan pada kinerja karyawan.

2.2.2. Keterkaitan Antara Kerjasama dan Pengembangan Inovasi Digital

Kerjasama memberikan ruang untuk saling bertukar informasi, melatih keterampilan, memberikan peluang baru yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup dan keberlanjutan UMKM *fashion* bahkan menunjukkan bahwa dalam kondisi "kritis" dapat menjadi alat untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi bisnis dengan mengintegrasikan kegiatan pengembangan inovasi digital sebagai keputusan dan kegiatan bisnis utama. Sinergi antar pelaku usaha dan distributor akan memberikan manfaat dalam menumbuhkan inovasi digital dan memunculkan ekonomi berbasis inovasi digital dalam Kerjasama yang dijalin. Khourouh, U. *et al.*, (2019).

E-commerce adalah faktor penting dalam meningkatkan nilai ekonomi dan inovasi melalui digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kreatif secara kolektif penelitian terdahulu menekankan betapa pentingnya bekerja sama untuk memanfaatkan teknologi digital untuk inovasi dan kemajuan di berbagai industri. Rosyady, (2022).

2.2.3. Keterkaitan Antara Pengembangan Inovasi Digital dan Kinerja Bisnis

Menurut Khin, S., *et.all* (2019), Bahwa kemampuan digital dapat melengkapi orientasi digital bisnis perusahaan karena hanya Perusahaan yang mempunyai teknologi baru yang akan siap mengadopsi teknologi tersebut. Selain itu, Perusahaan harus mampu berkomitmen untuk mengubah teknologi menjadi inovasi produk baru. Demikian juga secara digital, Perusahaan perlu memiliki komitmen dan kesiapan untuk merangkul teknologi baru dengan cara mengembangkan produk baru yang berdampak pada keunggulan kompetitif. Inovasi digital dianggap berpengaruh signifikan sebagai alat strategis utama bagi Perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi digital diharapkan dapat menjadi Perusahaan yang terbaik dan dapat bersaing pada era saat ini.

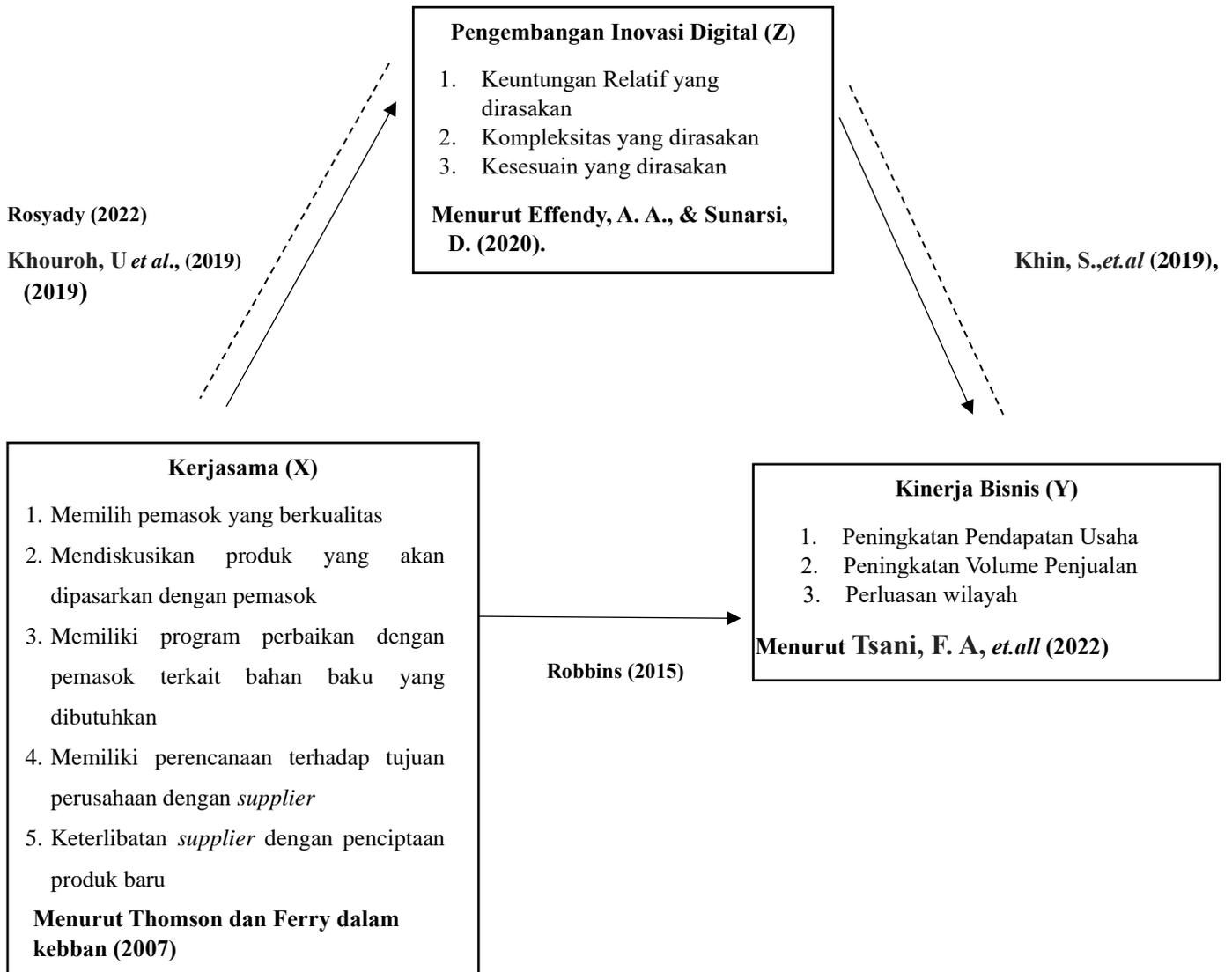
Menurut Fitzgerald, M., *et.al* (2014), perusahaan harus berhasil merangkul transformasi melalui digital teknologi jika mereka ingin mencapai peningkatan bisnis besar seperti meningkatkan keterlibatan dan pengalaman pelanggan, merampingkan operasi, dan membuat model bisnis baru. Namun, jika mereka tidak melakukannya, mereka akan hancur di tangan pesaing mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi agar mereka

dapat membuat inovasi digital yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai hal. Selain itu, perhatikan temuan penelitian yang dimuat dalam jurnal nasional dan internasional yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara kinerja perusahaan dan inovasi digital.

Menurut Darmansyah (2021), banyak orang menekankan bahwa inovasi digital, kinerja bisnis, dan kolaborasi terkait. Karya Darmansyah menggaris bawahi peran literasi digital dalam meningkatkan kinerja UKM di sektor pariwisata, sedangkan penelitian (Putri, A. D. 2021), menekankan betapa pentingnya literasi digital untuk mempersiapkan tenaga kerja untuk era digital. (Pratiwi, D., 2023), mendukung ini dengan menunjukkan bahwa membangun bisnis digital membantu *start-up* yang dipimpin mahasiswa terakhir. (Hakim, M. L. 2023), juga menekankan pentingnya manajemen sumber daya manusia dalam memanfaatkan keterampilan digital untuk meningkatkan kesejahteraan umum, yang berdampak langsung pada kinerja bisnis. Secara kolektif, penelitian ini menunjukkan bahwa bekerja sama dalam inovasi digital dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan.

Menurut Hidayat, S.,*et.al* (2023), Penelitiannya mengungkapkan bahwa sumber daya perusahaan memainkan peran penting dalam mengembangkan inovasi digital dan strategi kolaborasi. Sumber daya perusahaan tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja bisnis, namun berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis melalui inovasi digital dan strategi kolaborasi.

2.2.4. Paradigma Penelitian



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan uraian kerangka penelitian diatas maka hipotesis penelitian

adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga terdapat Pengaruh Kerjasama terhadap kinerja bisnis para Pelaku Usaha UMKM *Fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC).

H2 : Diduga terdapat Pengaruh Kerjasama melalui Pengembangan Inovasi Digital para Pelaku Usaha UMKM *Fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC).

H3: Diduga terdapat Pengaruh Kinerja Bisnis terhadap Pengembangan Inovasi Digital para Pelaku Usaha UMKM *Fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC).

H4: Diduga terdapat pengaruh kerjasama terhadap kinerja bisnis melalui Pengembangan Inovasi Digital pada UMKM *Fashion* di Sentra Grosir Cikarang Mall (SGC).