BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan yang signifikan dalam berbagai bidang. Ayyasy & Maelani, (2024) menyatakan bahwa perkembangan teknologi yang semakin pesat, seiring dengan hadirnya revolusi industri 4.0, telah memberikan dampak besar terhadap berbagai sektor. Perkembangan digitalisasi memiliki relevansi yang erat dengan tingkat persaingan bisnis karena perkembangan teknologi tidak hanya mempercepat arus informasi tetapi juga mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen cenderung membandingkan produk, harga maupun kualitas layanan sehingga memaksa Perusahaan untuk selalu berinovasi dan meningkatkan daya saingnya. Persaingan tidak lagi berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada efisiensi operasional, kecepatan pelayanan, inovasi berbasis teknologi, serta kemampuan menciptakan pengalaman pelanggan yang personal. Digitalisasi memperketat persaingan bisnis sekaligus membuka peluang baru bagi Industri jasa kecantikan.

Industri jasa kecantikan terutama di bidang tata rias pengantin saat ini menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut perlunya inovasi dan pengembangan produknya dalam meningkatkan kinerja organisasinya. Data terakhir menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif, termasuk jasa kecantikan, dalam hal ini yaitu Komunitas Harpi Melati

Kabupaten Semarang selama 3 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang stagnan bahkan menurun, dengan jumlah anggota yang terus menurun, seperti terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Anggota Harpi Kabupaten Semarang

No	Tahun	Jumlah Anggota
1	2022	268
2	2023	255
3	2024	247

Sumber: Data primer diolah, 2025

Fenomena penurunan jumlah anggota di atas dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu anggota kurang mengikuti perkembangan teknologi, kegiatan untuk meningkatkan *soft skill* para anggotanya belum dilakukan secara rutin. Dari fenomena diatas menunjukkan bahwa selama ini kinerja organisasi Harpi Melati Kabupaten Semarang belum optimal dalam menerapkan *Digital Knowledge Sharing*, pelatihan dan *Product Innovation Capability* maka pelaku usaha dituntut untuk menghadapi tantangan baru yang mencakup upaya mempertahankan kualitas layanan, menghadirkan inovasi, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Usaha tata rias pengantin berfokus pada layanan, maka faktor sumber daya manusia (SDM) menjadi penentu utama termasuk keterampilan teknis, kreativitas, maupun kemampuan beradaptasi dengan perkembangan tren yang selalu berubah. Tanpa SDM yang berkualitas komunitas usaha tata rias pengantin berpotensi tertinggal dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat.

Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran strategis sebagai aset utama organisasi karena menjadi faktor kunci dalam menjalankan seluruh aktivitas perusahaan. Keunggulan kompetitif perusahaan tercermin dalam kemampuan penggerak sumber daya manusia di dalamnya dalam menciptakan strategi, efisiensi, dan efektivitas operasional perusahaan (Aziz, 2022). Kinerja individu menentukan kinerja organisasi karena kualitas SDM menjadi faktor utama dalam mencapai tujuan, sementara investasi pada pengelolaan SDM berperan sebagai strategi jangka panjang untuk membangun daya saing organisasi Taryono et al., (2025). Manajemen SDM melibatkan serangkaian kegiatan yang berfokus pada perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan terhadap karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Konsep ini menunjukkan bahwa setiap elemen dalam manajemen SDM harus terintegrasi dan dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas karyawan. Ainiyah, (2025) menyatakan bahwa manajemen SDM berperan dalam meningkatkan produktivitas serta membangun hubungan konstruktif antara organisasi dan karyawan, sementara, Siska Asriyanti et al., (2024) menekankan bahwa pengelolaan SDM yang efektif berdampak langsung pada peningkatan kinerja karyawan. Organisasi dituntut beradaptasi terhadap perubahan global melalui sistem manajemen SDM yang dinamis. Dengan demikian, SDM juga berperan penting dalam peningkatan *Organizational Performance*.

Kinerja organisasi mencerminkan sejauh mana organisasi mampu mencapai hasil dengan tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan

sebelumnya, mencakup efektivitas, efisiensi, produktivitas, inovasi, dan kepuasan pemangku kepentingan. Penerapan *Digital Knowledge Sharing* berperan penting dalam mendukung pencapaian kinerja tersebut karena memungkinkan aliran informasi dan ide berlangsung lebih cepat, efisien, serta terstruktur. Melalui berbagi pengetahuan berbasis digital, organisasi dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat pengambilan keputusan, mendorong inovasi, serta memperkuat kolaborasi antar individu maupun unit kerja. *Digital Knowledge Sharing* berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja organisasi secara berkelanjutan. Selain itu, pelatihan kerja memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendukung peningkatan kinerja organisasi.

Pelatihan kerja merupakan upaya yang dirancang secara sistematis untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap karyawan sehingga mereka mampu melaksanakan tugas dengan lebih efektif sesuai dengan kebutuhan organisasi. Menurut Sibarani & Dwiarti, (2024) pelatihan adalah upaya sistematis yang dirancang untuk membekali karyawan dengan kompetensi yang relevan sehingga mereka dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaan. Keterkaitannya dengan kinerja organisasi sangat erat, karena pelatihan tidak hanya memperkuat kemampuan individu tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi secara kolektif. Melalui pelatihan, karyawan menjadi lebih produktif, adaptif, dan inovatif, yang pada akhirnya mendorong peningkatan efektivitas, efisiensi, serta daya saing organisasi secara berkelanjutan (Risman, 2024). Dengan demikian, semakin

baik pelatihan kerja dilaksanakan, semakin besar pula pengaruh positifnya terhadap peningkatan kinerja organisasi.

Product Innovation Capability adalah kemampuan organisasi dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide baru ke dalam bentuk produk atau layanan yang bernilai tambah bagi pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar. *Product Innovation Capability* erat kaitannya dengan kinerja organisasi karena inovasi produk yang berhasil dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi kompetitif organisasi. Selain itu, *Product Innovation Capability* juga mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui peningkatan produktivitas, pertumbuhan penjualan, dan keberlanjutan usaha (Tutiati, 2025). Dengan demikian, semakin tinggi kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi produk, semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menekankan pentingnya pengelolaan SDM dalam meningkatkan kinerja organisasi pada sektor pelayanan. Khoirusshodiqin, (2024) menegaskan bahwa *Digital Knowledge Sharing* berperan penting dalam meningkatkan efektivitas kinerja secara keseluruhan. Adela Aurelia Kinaya Dewi, (2024) mengemukakan bahwa pelatihan yang efektif terbukti meningkatkan keterampilan, pengetahuan karyawan dan berdampak positif pada hasil kerja. Sementara itu, Rahmadani et al., (2024) menunjukkan bahwa *Product Innovation Capability* menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing dan berpengaruh positif terhadap

kinerja organisasi terutama di industri kreatif yang menuntut keunikan dan kebaruan. Sebagian besar temuan tersebut masih berfokus pada perusahaan berskala besar atau sektor jasa modern, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan kondisi komunitas usaha tata rias pengantin yang berbasis keterampilan tradisional dengan karakteristik SDM yang unik.

Tabel 2. Research Gap

No	Peneliti dan Tahun	Variabel yang Diteliti	Objek Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
1.	Nugraha et al., (2021)	*Digital Knowledge Sharing* → *Organizational Performance*	Organisasi formal dengan struktur hierarkis	*Digital Knowledge Sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi	Penelitian masih terbatas pada organisasi formal, belum mengkaji komunitas usaha berbasis keterampilan seperti tata rias pengantin yang bersifat informal.
2.	Malika et al., (2025)	Pelatihan → *Organizational Performance*	Perusahaan skala besar	Pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi	Konteks pelatihan pada komunitas UMKM jasa kreatif masih terbatas dan belum dikaji secara mendalam.
3.	Hintama et al., (2021)	*Product Innovation Capability* → *Organizational*	Industri manufaktur	*Product Innovation Capability* berpengaruh	Fokus penelitian masih pada sektor

		Performance		positif terhadap kinerja organisasi	manufaktur, belum pada jasa kreatif seperti tata rias pengantin
4.	Penelitian ini (2026)	*Digital Knowledge Sharing,* Pelatihan → *Organizational Performance* dengan *Product Innovation Capability* sebagai variabel mediasi	Komunitas usaha tata rias pengantin di Kabupaten Semarang	Menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel	Mengisi celah penelitian dengan mengkaji peran *Product Innovation Capability* sebagai variabel mediasi pada komunitas usaha tata rias pengantin

Sejumlah penelitian telah dilakukan akan tetapi terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih perlu dijawab, khususnya pada konteks komunitas usaha tata rias pengantin di daerah. Studi terdahulu lebih banyak menekankan *Digital Knowledge Sharing* pada organisasi formal dengan struktur hierarkis Nugraha et al., (2021), padahal pada komunitas tata rias, proses berbagi pengetahuan cenderung informal, berbasis pengalaman personal, dan seringkali tidak terdokumentasi. Pelatihan dalam studi sebelumnya lebih banyak dikaji di perusahaan besar Malika et al., (2025), sementara pelatihan komunitas di bidang tata rias masih terbatas dan kurang sistematis dalam meningkatkan kompetensi SDM. Penelitian mengenai *Product Innovation Capability* lebih banyak berfokus pada produk manufaktur Hintama et al., (2021), sedangkan inovasi dalam jasa kreatif

seperti tata rias menuntut kepekaan SDM terhadap tren budaya, estetika, dan selera konsumen. Penelitian yang secara khusus meneliti bagaimana *Digital Knowledge Sharing*, pelatihan, dan *Product Innovation Capability* berkontribusi pada peningkatan *Organizational Performance* di komunitas tata rias pengantin masih sangat terbatas.

Mempertimbangkan kondisi perkembangan komunitas Harpi Melati Kabupaten Semarang yang stagnan dan cenderung menurun, disebabkan kurangnya *Digital Knowledge Sharing*, dan pelatihan, maka dibutuhkan penelitian yang lebih komprehensif, dengan mempertimbangkan variabel *Product Innovation Capability* sebagai varibel mediasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjelaskan lebih baik pengaruh variabel di atas sebelumnya, serta mampu menganalisis secara mendalam mengenai faktor – faktor yang dapat meningkatkan kinerja organisasi, khususnya melalui pengembangan SDM, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **"Penguatan *Digital Knowledge Sharing*, Pelatihan dan *Product Innovation Capability* terhadap *Organizational Performance* pada Komunitas Usaha Tata Rias Pengantin di Kabupaten Semarang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang sudah dijelaskan diatas maka dalam penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Digital Knowledge Sharing* terhadap *Organizational Performance*?
2. Bagaimana pengaruh pelatihan terhadap *Organizational Performance*?

3. Bagaimana pengaruh *Digital Knowledge Sharing* terhadap *Product Innovation Capability*?
4. Bagaimana pengaruh pelatihan terhadap *Product Innovation Capability*?
5. Bagaimana pengaruh *Product Innovation Capability* terhadap *Organizational Performance*?
6. Bagaimana peran mediasi *Product Innovation Capability* dalam mempengaruhi *Digital Knowledge Sharing* terhadap *Organizational Performance*?
7. Bagaimana peran *Product Innovation Capability* dalam memediasi pelatihan terhadap *Organizational Performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *Digital Knowledge Sharing* terhadap kinerja organisasi (*Organizational Performance*).
2. Menganalisis pengaruh pelatihan terhadap kinerja organisasi (*Organizational Performance*).
3. Menganalisis pengaruh *Digital Knowledge Sharing* terhadap *Product Innovation Capability*.
4. Menganalisis pengaruh pelatihan terhadap kemampuan *Product Innovation Capability*.
5. Menganalisis pengaruh *Product Innovation Capability* terhadap *Organizational Performance*.

6. Menganalisis peran mediasi *Product Innovation Capability* dalam mempengaruhi *Digital Knowledge Sharing* terhadap *Organizational Performance*.
7. Menganalis peran *Product Innovation Capability* dalam memediasi pelatihan terhadap *Organizational Performance*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *Digital Knowledge Sharing*, Pelatihan, dan *Product Innovation Capability* terhadap *Organizational Performance*. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, dengan manfaat yang yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis :
   a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian manajemen organisasi terkait pengaruh *Digital Knowledge Sharing*, pelatihan, dan kemampuan inovasi produk terhadap kinerja organisasi.
2. Manfaat Praktis :
   a. Memberikan gambaran kepada pelaku usaha atau organisasi tentang pentingnya membangun budaya berbagi pengetahuan digital (*Digital Knowledge Sharing*) dan pelatihan untuk meningkatkan inovasi produk dan performa organisasi.
   b. Memberikan kontribusi akademik bagi universitas dalam pengembangan kajian manajemen, khususnya yang berkaitan dengan

Digital Knowledge Sharing, Pelatihan, *Product Innovation Capability*, dan *Organizational Performance* pada sektor UMKM. Selain itu, temuan penelitian inin dapat digunakan sebagai referensi maupun bahan ajar, serta dasar pengembangan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

c. Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan rujukan empiris bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji topik serupa. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel, metode, atau objek penelitian yang berbeda guna memperkaya dan memperluas hasil penelitian di masa mendatang.