

penelitian selanjutnya tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja inovatif dan kinerja perusahaan di Yogyakarta.

c. Bagi pihak lain

Sebagai sumber informasi dan referensi yang bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen operasional perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Beberapa penelitian dalam topik inovasi dan kinerja perusahaan telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan menganalisis pengaruh aktivitas inovasi, kinerja inovatif dan kinerja perusahaan pada UKM kerajinan batik di Yogyakarta. Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya memfokuskan pada inovasi maupun kinerja perusahaan yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan hipotesis penelitian ini adalah:

- a. Ana *et al* (2019) dengan judul *Complementarity Between Innovation Activities and Innovation Performance Evidence from Spanish Innovative Firms*. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Hasil analisis ini membuktikan bahwa aktivitas inovasi memiliki signifikan dan dampak positif pada kinerja inovatif.
- b. Atalay Murat *et al* (2013) dengan judul *The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi teknologi (produk dan inovasi proses) memiliki signifikan dan dampak positif pada kinerja perusahaan, tetapi tidak ada bukti yang ditemukan untuk hubungan yang signifikan dan positif antara nonteknologi inovasi (inovasi organisasi dan inovasi pemasaran) dengan kinerja perusahaan.

- c. Lee Tong-Keun *et al* (2016) dengan judul *Marketing Innovation Influences on Market and Customer Related Performances: Evidences of Korean Manufacturing Companies*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.
- d. Salindal *et al* (2018) dengan judul *A Structural Equation Model Of The Halal Certification and its Business Performance Impact On food Companies*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- e. Squires Graham *et al* (2016) dengan judul *Innovative real estate development finance – evidence from Europe*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan memperkuat bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- d. Gunday *et al* (2011) dengan judul *Effects of innovation types on firm performance*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efek dari organisasi, proses, produk dan inovasi pemasaran pada berbagai aspek perusahaan kinerja, termasuk kinerja inovatif, produksi, pasar dan keuangan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Inovasi

2.2.1.1 Definisi Inovasi

Menurut Therrien *et al.* (dalam Atalay *et al.*, 2013) inovasi adalah proses kompleks yang terkait dengan perubahan fungsi dan proses produksi di mana perusahaan berusaha untuk memperoleh dan membangun kompetensi teknologi mereka yang berbeda, dipahami sebagai serangkaian sumber daya yang dimiliki perusahaan dan cara transformasi oleh kemampuan inovatif. Jimenez (dalam Tuan Nham *et al.*, 2016) mengatakan sebuah organisasi yang ingin bertahan di lingkungan yang semakin menantang ini, harus selalu mengembangkan kemampuan berinovasi. Inovasi dilakukan dengan menciptakan ide-ide baru dan melakukan tindakan atas ide-ide baru tersebut.

Menurut Vyas (dalam Tuan Nham *et al.*, 2016) ada lima manifestasi definisi dari inovasi, yaitu:

- a. Penciptaan produk baru atau peningkatan kualitatif dalam produk yang ada.
- b. Penggunaan proses industri baru.
- c. Bukaan pasar baru.
- d. Pengembangan sumber bahan baku baru atau input baru lainnya.

- e. Bentuk-bentuk baru organisasi industri.

2.2.1.2 Aktivitas Inovasi dan Dimensi Inovasi

Menurut Schotchmer (dalam Yoo-Jin Han *et al* 2017) aktivitas inovasi didefinisikan sebagai mekanisme untuk diversifikasi ide-ide ilmiah dan hasil ke dalam hasil komersial, produk, dan kinerja. Pada akhirnya, kegiatan ini secara positif mempengaruhi penciptaan nilai perusahaan, khususnya dalam aspek-aspek seperti pengurangan biaya, berbagi teknologi terbaru dan implementasi proses yang efisien (Cainelli, Evangelista & Savona, 2004, 2006). Selain itu, kegiatan inovasi dianggap sebagai kekuatan pendorong bagi kinerja ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Kwon *et al.*, 2015; Rosenberg, 2004).

OECD Oslo Manual (dalam Gunday *et al*, 2011)

menggunakan empat dimensi inovasi yaitu:

a. Produk

Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang benar-benar baru atau peningkatan dari yang sudah ada secara signifikan berkaitan dengan karakteristik fungsional atau penggunaannya, peningkatan dalam hal spesifikasi teknik, komponen dan bahan, keramahan dalam penggunaan atau

karakteristik fungsional lainnya (OECD Oslo Manual, 2005). Inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci terhadap keberhasilan organisasi dan merupakan strategi yang penting bagi peningkatan market share dan kinerja bisnis (Hassan *et al.* (2013).

b. Proses

Inovasi proses adalah implementasi produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru atau peningkatan secara signifikan. Perubahan signifikan dalam hal teknik, peralatan dan/atau perangkat lunak. Metode Pengiriman dalam hal logistik perusahaan dan mencakup peralatan, perangkat lunak dan teknik untuk sumber input, mengalokasikan pasokan dalam perusahaan, atau pengiriman produk akhir (OECD Oslo Manual, 2005). Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya (Hassan *et al.* (2013).

c. Pemasaran

Inovasi pemasaran adalah implementasi suatu metoda pasar baru dalam hal pengepakan, desain, penempatan dan promosi produk serta penetapan harga. Dalam hal desain produk, yang berubah dalam hal bentuk dan penampilan bukan merubah fungsi dan karakteristiknya. Sasaran dari inovasi ini adalah meningkatkan penjualan, market share dan membuka pasar baru (OECD Oslo Manual, 2005).

d. Organisasi

Inovasi Organisasi merupakan implementasi metode organisasional baru dalam praktek bisnis perusahaan, organisasi tempat bekerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui mengurangi biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja, reduksi biaya pasokan (OECD Oslo Manual, 2005).

2.2.2 Kinerja Inovatif

2.2.2.1 Definisi dan Dimensi Kinerja Inovatif

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja inovatif adalah kombinasi dari pencapaian perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari upaya pembaharuan dan peningkatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek inovasi perusahaan, yaitu proses, produk, struktur organisasi, dan lain-lain. Oleh karena itu kinerja inovatif adalah konstruksi gabungan (Hagedoorn dan Cloodt, 2003) berdasarkan pada berbagai indikator kinerja yang berkaitan, misalnya, dengan paten baru, pengumuman produk baru, proyek baru, proses baru dan pengaturan organisasi baru.

Menurut Gunday *et al* (2011) menggunakan tujuh dimensi kinerja inovatif, yaitu : kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing, persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada, jumlah proyek produk dan layanan

baru, inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja, kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan, jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual, memperbaiki sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan.

2.2.3 Kinerja Perusahaan

2.2.3.1 Definisi dan Dimensi Kinerja Perusahaan

Murphy Trailer dan Hill (dalam Atalay *et al*, 2013) menyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah konsep multidimensional. Dalam hal ini, kinerja inovatif terdiri dari kinerja keuangan, kinerja bisnis, dan kinerja keorganisasian. Kinerja keuangan berada di pusat wilayah efektifitas keorganisasian. Ukuran kinerja ini dinilai sangat penting, tetapi tidak cukup untuk mendefinisikan efektifitas keseluruhan. Standar berbasis akuntansi seperti penerimaan atas aset (*return on asset*), penerimaan atas penjualan (*return on sales*), dan *return on equity* mengukur keberhasilan keuangan. Indikator-indikator tersebut menggambarkan profitabilitas saat ini. Ukuran kinerja bisnis berkaitan dengan pasar seperti pasar pangsa pasar, pertumbuhan, diversifikasi, dan pengembangan produk. Terdapat dua dimensi dalam kinerja ini, yaitu (i) indikator yang berkaitan dengan pertumbuhan dalam bisnis yang ada dan (ii) indikator yang berkaitan dengan posisi perusahaan di masa datang (pengembangan produk baru dan diversifikasi).

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja perusahaan menggunakan tiga dimensi, yaitu :

a. Kinerja Produksi

Kinerja produksi adalah melakukan pengembangan metode proses produksi, penambahan proses layanan baru, perbaikan proses produksi, fasilitas yang memadai, pengembangan kualitas dan proses bisnis. Indikator kinerja produksi yaitu : Kualitas kesesuaian, biaya produksi, fleksibilitas produksi (volume), kecepatan produksi dan pengiriman.

b. Kinerja Pasar

Kinerja pasar didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan. Indikator kinerja pasar yaitu : kepuasan pelanggan, total penjualan, pangsa pasar.

c. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu konsekuensi dari suatu keputusan ekonomi yang diambil dari suatu tindakan ekonomi. Kinerja keuangan mengacu pada konsep *Balanced Scorecard*. Indikator kinerja keuangan yaitu : pengembalian penjualan (laba / total

penjualan), pengembalian aset (laba / total aset), profitabilitas umum perusahaan, arus kas tidak termasuk investasi.

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Aktivitas Inovasi dan Kinerja Inovatif

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ana *et al* (2019) membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif, dan hasil penelitian Gunday *et al* (2011) juga menjelaskan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Selain itu penelitian dari Tuan Nham *et al* (2016) juga membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Maka berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Aktivitas Inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

2.3.2 Kinerja Inovatif dan Kinerja Produksi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunday *et al* (2011) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut :

H2: Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

2.3.3 Kinerja Inovatif dan Kinerja Pasar

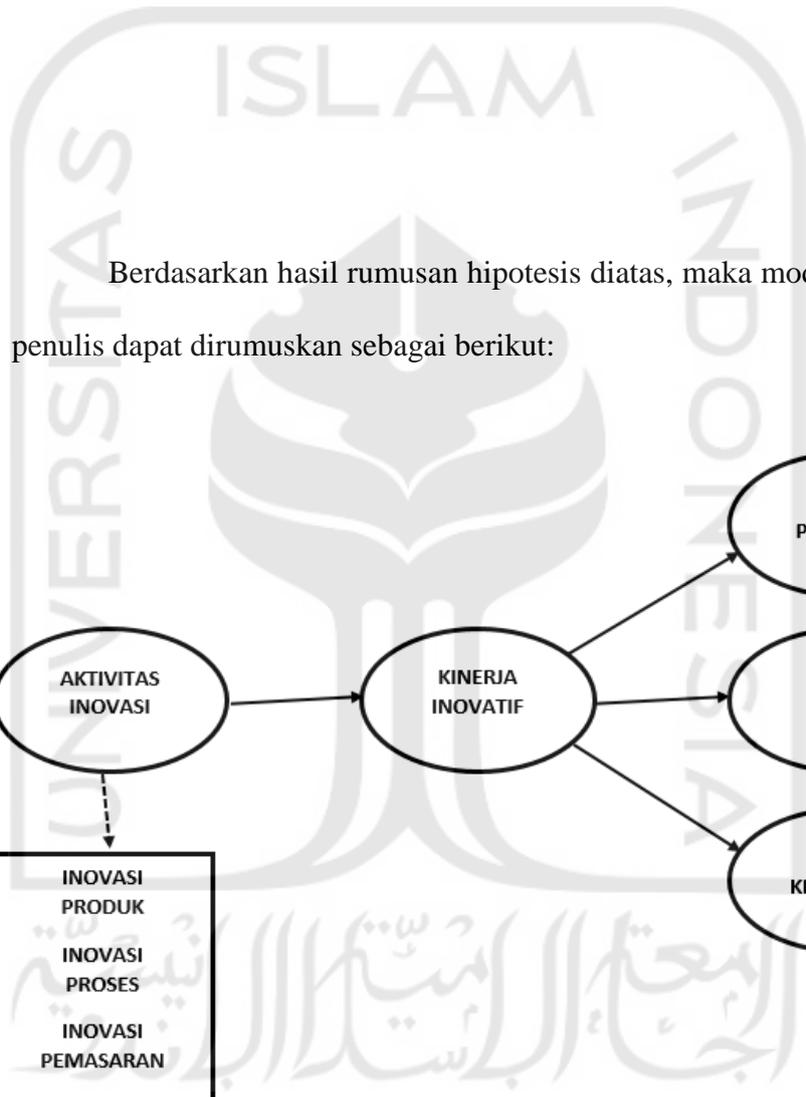
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee Tong-Keun *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut :

H3: Kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

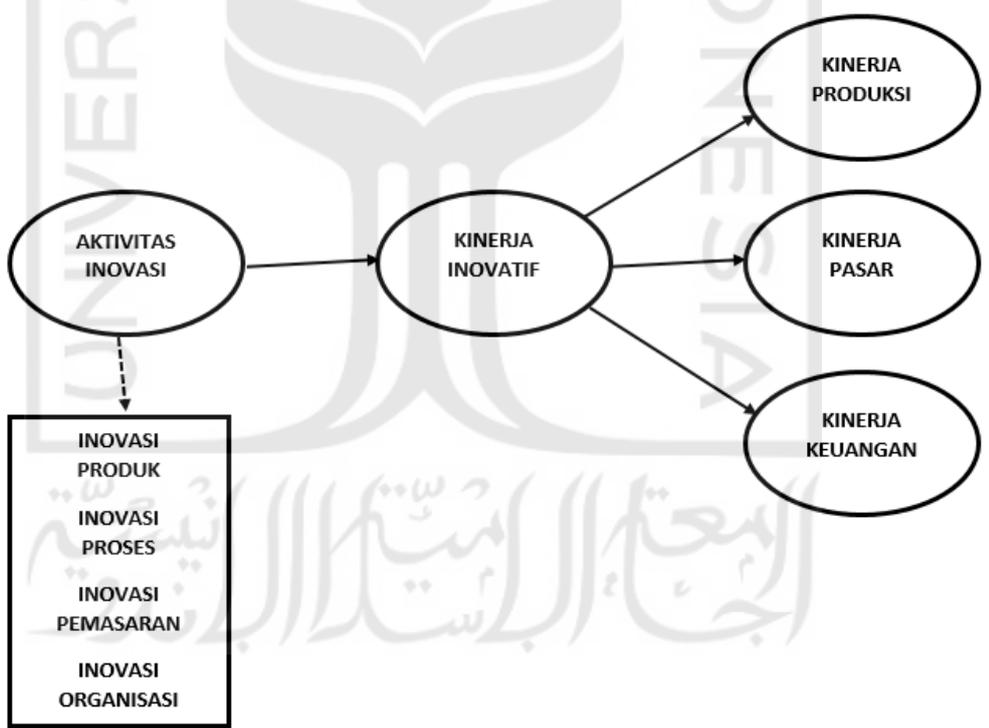
2.3.4 Kinerja Inovatif dan Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Salindal *et al* (2018) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan., dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Squires Graham *et al* (2016) membuktikan dan memperkuat bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

H4: Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.



Berdasarkan hasil rumusan hipotesis diatas, maka model penelitian penulis dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran. Sumber: Tuan Nham *et al* (2016)