

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian dalam topik inovasi produk, kualitas informasi dan kinerja operasi perusahaan telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas informasi dan inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan pada *coffee shop* di Yogyakarta. Penelitian-penelitian sebelumnya hanya memfokuskan pada inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses maupun kinerja operasional perusahaan yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan hipotesis penelitian ini adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Schroeder, R.G *et al* (1993) dengan judul “*The Content of Manufacturing Strategy*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa inovasi produk mempunyai dampak positif terhadap kinerja operasional.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Hartini (2012) dengan judul “Peran Inovasi :Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh di antara variabel inovasi produk dengan kinerja operasional. Penelitian ini berfokus pada UKM mebel di Jawa Timur. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja operasional UKM.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Fitria Fahmila (2018) dengan judul “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Pada UKM di Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional. Penelitian ini berfokus pada UKM di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini

diperoleh bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Inovasi proses memiliki hasil yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2010) dengan judul “Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan bersaing”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Al- Mamary *et al* (2014) dengan judul ”The Relationship Between System Quality, Information Quality and Organizational Performance”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas berpengaruh positif dan meningkatkan kinerja operasional.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Angel Martinez Lorente (2014) dengan judul ”The Relationship Between System Quality, Information Quality and Organizational Performance”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Monczka (1998) “*Success Factors in Strategic Supplier alliances: The Buying Company Perspective*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja operasional.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fathi *et al* (2016) dengan judul “*The Mediating Role of Product and Process Inovations on The Relationship between Knowledge Management and Operation Performance in Manufacturing Company in Jordan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Leonard D. Barton dengan judul “The role of process innovation and adaptation in attaining strategic technological capability”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Manajemen Operasional**

Dalam suatu perusahaan pengertian mengenai manajemen dapat diartikan sebagai proses mengenai pengambilan keputusan mengenai perencanaan, pengarahan, pengendalian dan pengoperasian yang dimana bertujuan dalam menuju tujuan dari perusahaan yang telah dipastikan. Manajemen operasi sebagai serangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai dalam dua bentuk yang barang dan jasa dengan cara mengubah input menjadi output (Heizer dan Render, 2009). Konsep manajemen operasi merupakan kegiatan yang menciptakan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen, dan ini merupakan kegiatan utama dalam perusahaan.

Mendefinisikan manajemen operasi ialah kegiatan yang gunanya mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya serta bahan secara efektif dan efisien dalam menciptakan dan memberikan kegunaan suatu barang atau jasa (Assauri, 2004). Fungsi terpenting didalam produksi dan operasi ialah:

1. Proses pengolahan merupakan metode yang digunakan dalam pengolahan masukan.
2. Jasa-jasa penyokong merupakan saran yang berupa pengorganisasian yang perlu untuk menetapkan teknik metod yang akan digunakan, tujuannya ialah agar proses itu menjadi efektif dan efisien.

3. Perencanaan merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dalam kegiatan produksi dan operasi yang akan digunakan dalam periode waktu tertentu.
4. Pengendalian dan pengawasan merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan yang sudah dilakukan sesuai dengan apa yang direncanakan.

Manajemen Operasi merupakan proses yang berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi manajemen yang mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan (Eddy Herjanto, 2015). Unsur-unsur yang terdapat dalam definisi ini ialah:

1. Continue, manajemen operasi dan produksi ialah operasi yang kegiatannya tidak berdiri sendiri. Kegiatannya membutuhkan tindakan yang lain.
2. Efektif, Segala kegiatan harus dilaksanakan secara tepat dan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan agar mencapai tujuan yang diharapkan.
3. Fungsi Manajemen, Kegiatan manajemen produksi masih membutuhkan pengetahuan yang luas, terdiri dari planning, organizing, actuating dan controlling.
4. Efisien, manajemen produksi dan operasi dituntut agar mempunyai kemampuan kerja yang dapat mengoptimalkan sumber daya tanpa melakukan pemborosan.
5. Tujuan, kegiatan manajemen produksi dan operasi mempunyai tujuan yang jelas dalam menghasilkan suatu produk yang direncanakan.

Dalam dunia usaha, manajemen operasi sangatlah diperlukan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan perubahan maupun inovasi yang fungsinya menjadi lebih baik lagi. Konsep didalamnya sangatlah kompleks, tidak hanya mencakup pelaksanaan fungsi manajemen dalam mengkoordinasi berbagai macam kegiatan didalamnya agar tercapai tujuan, tetapi juga mencakup kegiatan yang bersifat teknis dalam menghasilkan suatu produk yang memenuhi segala aspek yang diinginkan. Manajemen operasi sendiri adalah bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang, serta menggunakan alat-alat dan teknik-teknik khusus dalam memecahkan masalah yang ada di produksi (Richard L. Daft, 2006).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional merupakan serangkaian proses dalam menciptakan barang, jasa ataupun kegiatan yang mengubah bentuk dengan menciptakan atau menambah manfaat dari suatu barang ataupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

### **2.2.2. Ruang Lingkup Manajemen Operasional**

Sebagai suatu sistem manajemen operasi yang mempunyai karakteristik:

1. Mempunyai tujuan, yaitu menghasilkan barang dan jasa
2. Mempunyai kegiatan, yaitu proses transformasi
3. Adanya mekanisme yang mengendalikan pengoperasian. (Yamit, 2010)

Ada tiga aspek yang saling berkaitan didalam ruang lingkup manajemen operasi sebagai berikut.

1. Aspek struktural, aspek yang memperlihatkan konfigurasi komponen yang membangun sistem manajemen operasi dan interaksi satu sama lain

2. Aspek fungsional, aspek yang berkaitan dengan manajemen serta organisasi komponen structural maupun interaksinya mulai dari perencanaan, pengendalian, penerapan dan perbaikan kinerja optimum
3. Aspek lingkungan, memberikan dimensi lain pada sistme manajemen operasi yang berupa pentingnya memperhatikan perkembangan dan kecendrungan yang terjadi di luar sistem.

Ruang lingkup manajemen operasi berkaitan dengan pengoperasian sistem operasi, pemilihan serta kesiapan sistem operasi yang meliputi keputusan tentang:

1. Perencanaan *output*
2. Desain proses transformasi
3. Perencanaan kapasitas
4. Perencanaan bangunan pabrik
5. Perencanaan tata letak fasilitas
6. Desain aliran kerja
7. Manajemen persediaan
8. Manajemen proyek
9. Skeduling
10. Pengendalian kualitas
11. Keandalan kualitas dan pemeliharaan

### 2.2.3 Inovasi Produk

Menurut Lukas dan Ferrel (2000) inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah. Inovasi produk ialah inovasi yang digunakan didalam seluruh operasional yang potensial dalam menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan konsumen (Drucker, 2014).

Menurut Damanpor (1981) suatu inovasi produk adalah produk yang akan diperkenalkan ke pasar dalam memenuhi kebutuhan pasar. Sedangkan menurut Polder (2010) inovasi produk berarti memperkenalkan produk baru yaitu barang maupun jasa atau perbaikan produk maupun jasa yang sudah ada.

Terkait dengan adanya inovasi produk, maka perusahaan harus mampu untuk melihat peluang pasar dengan baik sebuah inovasi produk kepada konsumen, perusahaan akan mampu bertahan dan menjadi lebih baik maupun menjadi lebih maju dari para pesaingnya. Proses inovasi produk akan berdampak dengan keberhasilan perusahaan dengan dilihat melalui kenaikan revenue ataupun profitnya ( Ellitan dan Anatan, 2009: 4).

Menurut Briones dalam dhewanto (2015) bahwa inovasi produk tidak hanya menemukan produk baru tetapi juga harus memberikan nilai lebih kepada produk. Jika produk baru itu hanya sekedar ditemukan tetapi tidak ada nilainya maka produk itu hanya bisa digolongkan menjadi suatu produk baru tetapi tidak bisa disambut dengan suatu inovasi produk.

Menurut Ahmed dan Charles (2010) Inovasi merupakan pewujudan ide baru yang berbeda dengan ide sebelumnya dengan cara memproduksi atau membuat

menjadi nyata, dimana inovasi merupakan evaluasi, sebuah konsep baru dan pengimplementasi dengan metode baru dan berbeda serta tekonlohi dalam meningkatkan kualitas biaya yang lebih rendah dalam memenuhi target ataupun tujuan perusahaan.

Menerapkan Inovasi produk didalam perusahaan merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja perusahaan (Hurley & Hult, 1998). Menurut Lukas dan Ferel (2000) inovasi produk merupakan sebagai proses pengenalan teknologi baru yang dapat dijadikan sebagai alat dalam mendapatkan keuntungan bagi perusahaan.

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada akhirnya menciptakan keunggulan yang kompetitif. Secara konvensional, istilah dari inovasi dapat diartikan sebagai sebuah terobosan yang memiliki kaitan dengan produk baru. Inovasi juga dipandang dengan sebagai mekanisme suatu perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan dinamis. Perubahan yang terjadi didalam lingkungan bisnis menciptakan pemikiran baru, ide-ide baru dan memberikan produk yang inovatif. Dengan demikian memiliki arti penting bahwa inovasi tidak hanya suatu alat yang mempertahankan kelangsungan tetapi juga meningkatkan persaingan (Wahyono, 2002).

Keunggulan bersaing dalam suatu produk merupakan faktor penentu dari sebuah kesuksesan produk baru, sehingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibanding dengan produk yang sejenis(Song dan Parry 1997). Cooper (2000) juga menjelaskan bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing.

### **2.2.3.1 Metode Pengukuran Inovasi Produk**

Lukas dan Ferrel (2000) mendefinisikan bahwa inovasi produk memiliki beberapa indikator yaitu:

1. Melakukan peniruan produk yang sudah ada dipasar.
2. Menciptakan produk baru bagi perusahaan.
3. Mengembangkan produk baru bagi perusahaan.

Selanjutnya Hurley dan Hult (1998) memberikan dua konsep didalam inovasi produk yaitu:

1. Keinovativan: Pemikiran tentang keterbukaan dalam gagasan baru.
2. Kapasitas untuk berinovasi: Kemampuan perusahaan dalam menggunakan atau menerapkan gagasan, proses maupun produk baru secara berhasil.

### **2.2.3.2 Karakteristik Inovasi Produk dan Faktor- Faktor Keberhasilan**

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), ada lima karakteristik produk yang dapat diukur dan digunakan sebagai indikator:

1. Keuntungan relative ialah tingkatan dimana suatu ide dapat dianggap suatu yang lebih baik daripada ide-ide yang sebelumnya dan secara ekonomis dapat menguntungkan.
2. Kesesuaian ialah sejauh mana masa lau suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan konsumen.
3. Kerumitan ialah sebuah tingkatan dimana suatu inovasi dianggap relative sulit dipahami dan digunakan.

4. Kemungkinan untuk dicoba ialah dimana suatu inovasi dalam skala kecil. Ide yang baru dapat dicoba dalam skala kecil dan lebih cepat diadopsi daripada inovasi yang tidak dapat dicoba lebih dulu.
5. Mudah diamati ialah tingkat hasil-hasil suatu inovasi dapat dengan mudah dilihat sebagai keuntungan teknis ekonomis.

Cooper dan Emory (1995) mendefinisikan suatu produk baru yang berhasil dalam melakukan inovasi jika:

1. Kondisi yang kompetitif
2. Kondisi internal
3. Proses pengembangan produk baru
4. Keunggulan kompetitif

#### **2.2.4 Kualitas Informasi**

Didalam perencanaan informasi merupakan sebuah bagian dari sistem informasi yang penting didalam pengendalian perusahaan, informasi yang berkualitas menjadi pedoman bagi manajer dalam pengendalian aktivitas serta pengendalian lingkungan, sehingga dapat mencapai tujuan dari perusahaan itu. Informasi dapat diartikan berupa hasil dari suatu pengolahan data dalam bentuk yang bermanfaat dan berarti bagi penerima yang menggambarkan suatu kejadian nyata yang fungsinya sebagai pengambilan keputusan (Jogiyanto, 1999).

Informasi yang memiliki kualitas terbaik akan meningkatkan kegunaan persepsian pengguna dan meningkatkan penggunaan sistem informasi (Liu & Arnett, 2000). Kualitas informasi merupakan kualitas output yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi (Rai et al., 2002). Ada beberapa

yang harus dipenuhi oleh informasi yang dianggap berkualitas, antara lain: Ketersediaan informasi itu sendiri, mudah dipahami oleh pembuat keputusan, relevan dengan permasalahan, bermanfaat bagi perusahaan, tepat waktu ketika dibutuhkan dan sesuai kebenaran informasinya serta akurat dan konsisten (Hakim, 2010).

Kualitas informasi juga dilihat dengan adanya potensi yang menghasilkan informasi yang tidak terbatas baik itu didalam perusahaan maupun di luar perusahaan (Barnes dan Vidgen, 2003). Informasi yang berkualitas adalah informasi yang akurat, jelas, detail, relevan, mudah didapatkan, tepat waktu, *up to date*, dan sesuai dengan kebutuhan (Li *et al*, 2002).

Kualitas informasi memiliki 2 kategori yaitu *shop floor* dan *cross functional*. *Shop floor* berkaitan dengan hubungan komunikasi dua arah antara manajer dengan karyawan, yang dimana dapat menjadi sarana bagi karyawan dalam membagikan ide dan kemampuan dalam perbaikan kualitas secara berkala. *Cross functional* berkaitan dengan adanya koordinasi, upaya pengembangan produk baru dan interaksi dengan konsumen (Widjaya & Suryawan, 2014).

Informasi merupakan suatu komponen yang penting dibutuhkan oleh para pengambil keputusan, oleh karena itu perlunya menseleksi informasi yang tersedia. Karakteristik informasi yang berkualitas ialah *relevant, reliable, complete, timely, understandable, variable* (Romney, 1997).

#### **2.2.4.1 Metode Pengukuran Kualitas Informasi**

Menurut Sutabri (2012) menjelaskan bahwa kualitas suatu informasi berpedoman pada 3 hal yaitu:

1. Akurat: Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat yang dimaksud adalah informasi harus sesuai dengan kebenarannya.
2. *Timeline*/Tepat Waktu: Informasi yang datang kepada penerima tidak boleh terlambat yang dimana informasi harus disampaikan sesuai dengan waktu yang tepat, sehingga memberikan manfaat kepada penerima dan pemberi informasi.
3. Relevan : Informasi mempunyai manfaat bagi pemakai.

Menurut O'Brien (2004) Informasi yang berkualitas harus tersaji dengan cepat (*Up to Date*) dalam mendukung pengambilan keputusan.

#### **2.2.4.2 Karakteristik Kualitas Informasi**

Dalam menggunakan kualitas informasi, menurut Widarsono(2007) terdapat karakteristik informasi yang penting untuk dipahami, berikut karakteristik informasi:

1. Karakteristik informasi relevan ialah informasi yang dikatakan relevan jika informasi dapat mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kemampuan para pengambil keputusan dalam membuat prediksi, mengkonfirmasi dan mengoreksi ekspektasi dimasa lalu.

2. Karakteristik informasi *reliable* ialah informasi dikatakan terpercaya jika informasi bebas dari kesalahan dan bias, serta dengan akurat menjelaskan kejadian.
3. Karakteristik informasi *aggregation* ialah dikatakan sempurna dan ringkas, jika informasi tersebut tidak meninggalkan aspek penting yang melatarbelakangi suatu kejadian yang dapat diukur.
4. Karakteristik informasi *timely* ialah informasi dikatakan tepat waktu jika informasi tersedia pada waktu, jika informasi tersedia pada waktu pengambilan keputusan maka akan digunakan untuk membuat keputusan.
5. Karakteristik informasi *understandable* ialah informasi dapat dipahami bila informasi dibagikan dalam format yang berguna sehingga mudah untuk dipahami.
6. Karakteristik informasi *verifiable* ialah informasi dapat diuji jika dua orang secara pengetahuan ialah independen berkomunikasi, sehingga menghasilkan informasi yang sama.

Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi adalah informasi yang tersedia saat dibutuhkan, berisi tentang keadaan sebenarnya dan informasi yang diberikan lengkap.

Menurut Martinez Lorente (2010) Mengukur kualitas informasi dengan mampu menghasilkan informasi yang berkaitan dengan kualitas produk dan jasa, yang meliputi informasi mengenai pekerjaan ulang atas produk, informasi mengenai biaya kualitas.

### 2.2.5 Inovasi Proses

Inovasi proses sebagai suatu alat, perangkat dan pengetahuan dalam teknologi yang memediasi antara input dan output (Damanpour, 1991). Inovasi proses menjelaskan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk atau jasa akhir dari perusahaan (Utterback, 1994). Inovasi proses adalah proses peningkatan atau sebuah pembaharuan metode produksi yang akan mendorong pengurangan dalam unit biaya produksi (Baldwin, 1997). Inovasi proses adalah proses peningkatan atau pembaharuan metode produksi yang mana akan mendorong dalam pengurangan dalam unit biaya produksi (Baldwin, 1994).

Dalam melakukan inovasi proses ada tiga factor penting dalam mengimplementasikan inovasi proses: Kualitas, biaya dan waktu. Kualitas merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan dari konsumen, biaya merupakan keseluruhan biaya produksi dan waktu merupakan ketepatan antara waktu produksi dan pemasaran. Suatu strategi inovasi perusahaan terintegrasi dalam mempertimbangkan produk dan inovasi proses, ini sebabnya mengapa inovasi proses terkadang dikaitkan dengan inovasi produk. Proses inovasi bertujuan dalam mengurangi biaya dan meningkatkan aktivitas *supply chain* dan *demand chain*. Inovasi proses juga dapat membantu dalam meningkatkan mutu relative dari suatu produk dan mengurangi biaya-biaya, dengan demikian meningkatkan nilai relative produk dan jasa tersebut (Tidd *et al*, 2005).

Inovasi proses merupakan implementasi produksi atau metode proses yang benar-benar baru ataupun 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. Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya (Hassan *et al.*, 2013).

Inovasi proses menggambarkan suatu perubahan didalam cara organisasi memproduksi produk dan jasa akhir dari suatu perusahaan. Inovasi proses merupakan saran untuk meningkatkan kualitas dan juga penghematan biaya (Cooper, 2000). Hal ini mencerminkan bahwa menganut proses inovasi diakui bisa meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga dapat meminimalkan biaya perusahaan dalam hal memproduksi, seperti biaya komplain, biaya retur. Biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja perusahaan.

#### **2.2.5.1 Metode Pengukuran Inovasi Proses**

Dalam pengukuran tinggi rendah nya inovasi proses dengan menggunakan item yaitu OECD (2005):

1. Peningkatan kuantitas dan kualitas produk melalui proses produksi
2. Penurunan beban biaya

Pengukuran inovasi proses dalam peningkatan proses produksi yang diperlukan dalam menghasilkan suatu produk (Prajogo, 2014) adalah:

1. Kecepatan dan efisiensi produksi proses
2. Keandalan proses produksi dan teknologi

3. Berusaha dalam menjaga proses produksi di depan pesaing

### **2.2.6 Kinerja Operasional Perusahaan**

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari sebuah kegiatan manajemen. Kinerja perusahaan merupakan hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan oleh perusahaan dan kemudian diukur kemudian dibandingkan dengan output yang dihasilkan (Jahanshahi, et al., 2012). Ada berbagai macam cara dalam pengukuran kinerja operasional, salah satunya ialah menggunakan kinerja operasional. Kinerja operasional adalah bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang dan jasa, serta bidang yang menggunakan alat-alat dan teknik khusus dalam memecahkan masalah (Daft, 2010). Dalam pengukuran kinerja operasional dapat diukur dengan pengukuran yang melalui pangsa pasar, peluncuran produk baru, kualitas produk jasa. (Carton dan Hofer, 2006).

Kinerja operasional merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya. Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umum dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan (Jeaning dan Beaver, 1997). dari tinjauan yang bersifat keuangann atau non keuangan. Kinerja operasional Pengukuran kinerja merupakan salah satu cara perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan diambil, melihat apakah perusahaan itu dalam kondisi baik dapat dilihat melalui pengukuran aspek-aspek yang ada, baik perusahaan merupakan aspek penting

oleh investor dalam mempertimbangkan keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan. Kinerja Operasional dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, ketepatan waktu produk sampai ketangan konsumen (Terziovski dan Sammson, 1999). Didalam kinerja operasional perusahaan menurut Lenny *et al* (2007) memiliki 5 dimensi yaitu:

1. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Adaptasi dari praktek "*multi supplier*" dapat meningkatkan fleksibilitas menghasilkan sumber alternatif untuk pengadaan dengan mengurangi risiko rantai pasokan.

2. Pengurangan *Lead Time* Produksi

Salah satu cara untuk mengurangi lead time produksi adalah *e-procurment*, *single sourcing* dan *just in time*. Pengurangan lead time produksi akan dapat meningkatkan respon perusahaan dan pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

3. *Forecasting* (Peramalan)

Peramalan merupakan dimensi yang sangat penting dalam kinerja operasional. Peramalan merupakan kinerja gabungan dari kombinasi sumber daya seperti pasokan bahan, manufaktur, perencanaan produksi dan prediksi permintaan pelanggan.

4. Perencanaan Sumber Daya dan Penghematan Biaya

Dengan perencanaan strategis yang tepat, hal itu dapat diantisipasi bahwa pemanfaatan sumber daya akan dioptimalkan mengarah ke penghematan

biaya. Dengan waktu siklus singkat, lebih banyak pesanan bisa diproses, yang kemudian akan menghasilkan peningkatan efisiensi dan biaya produksi berkurang per unit. Selain itu, penggunaan alat *e-procurement* juga bisa mempersingkat dalam waktu pemesanan memimpin dan mengurangi biaya pemesanan.

#### 5. Pengurangan Tingkat Persediaan

Praktek ini tidak hanya akan mengurangi tingkat persediaan, tetapi juga akan mengurangi penggunaan gudang dan peningkatan arus kas.

#### 2.2.6.1 Metode Pengukuran Kinerja Operasional Perusahaan

Calistha Prayhoego *et al* (2013) mengukur kinerja operasional perusahaan dengan menggunakan beberapa item yaitu:

1. Ketepatan waktu dalam proses
2. Kualitas Hasil Produksi

Robbins (1996) mengukur tinggi rendahnya kinerja operasional perusahaan yaitu:

1. Kemampuan memenuhi kebutuhan pasar
2. Efisiensi proses

Kinerja operasional yang dilakukan dapat diukur sesuai dengan yang dikemukakan oleh Terziovski dan Samson (1999) adalah:

1. Meminimalisir kegagalan
2. Kepuasan kinerja operasi

## **2.3 Hubungan Antar variable**

### **2.3.1 Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Terkait dengan adanya inovasi produk, maka perusahaan harus bisa melihat peluang pasar dengan baik dan memberikan inovasi produk baru kepada konsumen, sehingga perusahaan akan mampu bertahan dan menjadi lebih maju dari para pesaingnya. Inovasi produk diakui dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam proses produksi. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja perusahaan ( Sri Hartini, 2012).

Kinerja yang tepat sebaiknya diperoleh melalui dari hasil penerapan operasi dan bisnis yang dilihat dengan kualitas, biaya, delivery, fleksibilitas dan inovasi produk (Schroeder, 1993).

Inovasi produk dapat didefinisikan suatu produk atau jasa baru yang akan diperkenalkan ke pasar dalam memenuhi kebutuhan pasar. Saat ini untuk banyak industri, pengembangan produk baru merupakan satu-satunya faktor yang penting dalam mengendalikan kesuksesan ataupun kegagalan perusahaan (Damanpour, 1991).

Seperti yang telah di teliti oleh Kusumawati (2010) yang diamana menunjukkan bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa dengan adanya inovasi produk didalam perusahaan yang maka kinerja operasional dalam sebuah perusahaan akan meningkat. Sehingga dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H1 : Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha coffee shop di Kota Yogyakarta.

### **2.3.2. Hubungan Kualitas Informasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan**

Informasi tentang kualitas harus tersedia dan informasi harus menjadi bagian dari sebuah sistem manajemen. Kualitas informasi berupa catatan tentang indikator kualitas, scrap, pengerjaan ulang dan biaya kualitas (Martinez-Lorente et al., 2000).

Berkenaan dengan kualitas, ditemukan bahwa kualitas informasi, termasuk aspek-aspek seperti ketepatan waktu informasi, akurasi, kecukupan, kelengkapan dan kredibilitas, secara positif terkait dengan peningkatan kualitas (Monczka et al. 1998).

Kualitas informasi yang diberikan seperti informasi yang akurat, kerelevan informasi dan kelengkapan informasi memiliki dampak yang sangat signifikan pada penerimaan sistem informasi dan meningkatkan kinerja organisasi (Al-Mamary, 2014).

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin kualitas informasi yang diberikan, maka kinerja operasional dalam sebuah perusahaan akan meningkat. Sehingga dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kualitas informasi berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha *coffee shop* di Kota Yogyakarta.



### **2.3.3. Hubungan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional**

Inovasi proses merupakan proses peningkatan atau suatu pembaharuan metode produksi yang akan mendorong pengurangan dalam unit biaya produksi. Inovasi dapat membantu perusahaan dalam melakukan penghematan dengan cara menekan harga dan biaya yang lebih rendah. Hal ini mencerminkan bahwa adopsi proses inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga akan meminimalkan biaya perusahaan dalam memproduksi, seperti biaya komplain, biaya retur. Biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja perusahaan.

Menurut Leonard Barton (1991) inovasi proses merupakan tahapan dari produk baru, jasa atau pengembangan proses. Inovasi Proses memimpin ke arah metode operasi baru dengan memproduksi baru, memproduksi teknologi baru atau mengembangkan kemampuan orang-orang dalam perusahaan. Syarat yang ideal dalam keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan yang menjadi lebih terampil, konsisten dan bertanggung jawab dalam penggunaan inovasi, karena keberhasilan inovasi tergantung pada penggunaan inovasi oleh seluruh anggota organisasi bukan hanya pada individu saja.

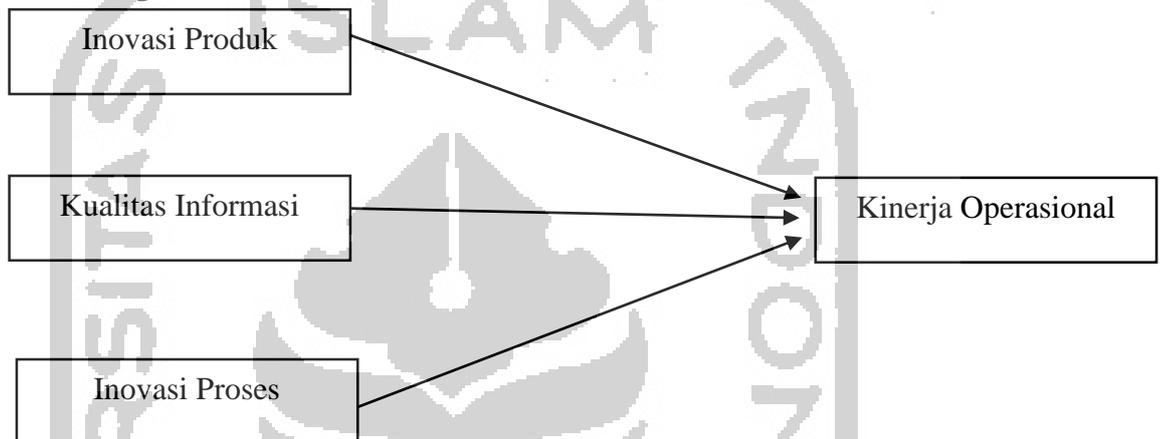
Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fathi (2016) menyatakan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin tinggi inovasi proses yang digunakan, maka kinerja operasional dalam sebuah perusahaan akan semakin tinggi. Sehingga dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H3: Inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha coffee shop di Kota Yogyakarta.



#### 2.4. Kerangka Penelitian



**Gambar 2. 1** Kerangka Penelitian