

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kinerja Bisnis

a. Definisi

Cara meningkatkan kinerja perusahaan selalu menjadi bidang penelitian penting selama beberapa dekade terakhir. Banyak peneliti telah memeriksa kinerja perusahaan dari berbagai perspektif (Yeniyurt, Wu, Kim, & Cavusgil, 2019).

Menurut Lönnqvist (2004), kinerja dapat didefinisikan sebagai kemampuan objek pengukuran untuk mencapai hasil dalam kaitannya dengan tujuan. Kinerja dapat merujuk pada hasil aktual / keluaran dari kegiatan tertentu, bagaimana suatu kegiatan dilakukan, atau kemampuan untuk memperoleh hasil (Saunila, 2017).

Manajemen proses bisnis adalah proses untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam organisasi kontemporer. (Tadeu et al., 2016). Lebih lanjut, Manajemen kinerja adalah bagian mendasar dari BPM, terutama menerjemahkan strategi ke dalam hasil operasional, diagnosis organisasi dan pembuatan rencana aksi, pemantauan, memberikan umpan balik, berkomunikasi dan memotivasi orang melalui penghargaan berbasis kinerja (Tadeu et al., 2016).

Agar keunggulan kompetitif ini (atau lainnya) tetap berkelanjutan, Campbell & Park (2017) mengemukakan bahwa ada empat atribut yang berbeda; ini termasuk sumber daya yang 1) berharga, 2) langka, 3) tidak dapat ditiru dengan sempurna, dan 4) sulit untuk diganti. Dalam sebuah analisis pada penelitian empiris, Jeffrey mencatat bahwa kemampuan atau sumber daya perusahaan adalah pendorong utama menjelaskan hasil kinerja atau keunggulan kompetitif.

b. Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja sebagai proses mengukur efisiensi dan efektivitas tindakan. Pengukuran kinerja adalah proses yang digunakan untuk menentukan status suatu atribut atau atribut dari objek pengukuran (Saunila, 2017), Pengukuran kinerja berasal dari dunia bisnis, dengan Performance Measure System (PMS) awalnya dirancang dan dibuat dari perspektif bisnis berbasis laba (Arena, Azzone, & Bengo, 2014).

Yeniyurt et al. (2019) menjelaskan kinerja pasar dapat diukur sebagai indeks komposit yang mencakup pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar sementara kinerja keuangan didefinisikan mengenai profitabilitas, ROI, dan arus kas dari operasi.

Kinerja bisnis diukur oleh tiga dimensi, termasuk kinerja keuangan, kepuasan pelanggan dan kinerja operasional potensial (peningkatan produk atau proses). Metode-metode ini melibatkan

kinerja bisnis jangka pendek dan jangka panjang, yang mewakili kinerja terintegrasi dan daya saing perusahaan (Liu, Zhao, Zhao, 2018)

Menurut Tadeu et al. (2016) Seleksi dan pengembangan ukuran penting untuk memastikan analisis yang andal dari kinerja proses yang diprediksi dan penyebaran yang sesuai dari niat strategis, tetapi ini sulit, terutama jika nilai proses berasal dari intangible.

c. Indikator Kinerja Bisnis

Berdasarkan penelitian terdahulu, kita dapat mengukur persepsi kinerja menggunakan pendekatan yang diadopsi dari (Terziovski, 2010) yaitu,

- 1) Keberhasilan meluncurkan produk baru,
- 2) Pengurangan limbah,
- 3) Peluang pasar meningkat,
- 4) Inovasi produk yang ditingkatkan,
- 5) Metode dan proses kerja yang ditingkatkan,
- 6) Peningkatan kualitas

2. Inovasi

a. Definisi

Inovasi adalah sesuatu yang tidak berwujud tetapi sangat penting untuk semua bisnis. Seperti yang dikatakan Azar & Drogendijk (2014) inovasi adalah konstruk beragam yang meliputi generasi, pengembangan, dan implementasi ide atau perilaku yang baru bagi

organisasi. Mempertahankan konsep inovasi tidak mudah karena subjek ini telah dipelajari dari berbagai pendekatan: teknologi, organisasi, administrasi, dll. Namun, tampaknya ada konsensus untuk memperlakukan inovasi sebagai pengetahuan dan ide-ide baru yang diubah menjadi produk dan / atau layanan baru , teknologi baru, proses baru dan bentuk atau struktur organisasi baru (Soto-acosta et al., 2015). Sehingga inovasi dianggap dalam literatur saat ini sebagai kemampuan yang paling umum digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh lebih banyak keunggulan kompetitif, mendapatkan kinerja bisnis yang lebih tinggi (Maldonado-guzmán et al., 2018).

Inovasi melibatkan mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai atau masalah yang harus dipecahkan (Amabile & Pratt, 2016). Prosesnya terdiri dari cara dan sarana yang melaluinya memungkinkan inovasi dapat terjadi. Dua proses khusus untuk membangun inovasi adalah proses inovasi itu sendiri dan proses pengembangan produk, yang keduanya harus mencakup fase pengiriman / eksekusi untuk menjadi inovasi (Kahn, 2018). Lebih lanjut Kahn mengungkapkan semakin individu atau organisasi menunjukkan pemahaman yang lebih penuh tentang inovasi, semakin besar kecenderungan untuk mencapai inovasi. Ini berarti bahwa ada pemahaman bahwa inovasi adalah hasil, proses, dan pola pikir, di mana hasil muncul dari proses inovasi yang ditekankan oleh pola pikir.

Inovasi memainkan peran sentral dalam kewirausahaan dan didefinisikan sebagai 'proses membawa ide pemecahan masalah baru yang mulai digunakan. hal itu adalah generasi, penerimaan, dan implementasi ide-ide baru, proses, produk, atau layanan (Lee, Hallak, & Sardeshmukh, 2016).

b. Dimensi Inovasi

Inovasi pada produk merupakan penunjang dalam kinerja pada bisnis. Inovasi produk dapat dipahami dalam literatur saat ini sebagai proses yang berkesinambungan dan inter-fungsional yang melibatkan dan mengintegrasikan sejumlah besar kompetensi dan kegiatan baik di dalam maupun di luar organisasi itu sendiri, yang menciptakan tingkat kinerja bisnis yang lebih tinggi (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015).

Inovasi proses mengacu pada melakukan aktivitas bisnis dengan cara yang baru dan inovatif (Akgün, Keskin, Byrne, & Lynn, 2014). Inovasi pada proses berarti menjadi inovatif dalam setiap proses yang terkait dengan desain dan pengembangan produk. Inovasi proses dapat dianggap sebagai tingkat peningkatan proses bisnis serta tingkat pendekatan baru dan pengembangan proses bisnis (Turulja & Bajgoric, 2018).

Inovasi dalam pemasaran biasanya didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengiklankan dan menjual produk dan layanan yang ada dalam organisasi, menyesuaikannya dengan

preferensi dan kebutuhan klien, pelanggan, tingkat persaingan, biaya, manfaat dan tingkat kinerja bisnis perusahaan. Akibatnya, inovasi dalam pemasaran adalah dimensi atau kemampuan inovasi yang memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan tingkat kinerja bisnis mereka (Maldonado-guzmán et al., 2018).

Inovasi manajerial umumnya dianggap sebagai penerapan metode dan praktik manajemen yang baru atau lebih baik dalam organisasi kerja dan hubungan internal dan eksternal perusahaan (Maldonado-guzmán et al., 2018). Akibatnya, inovasi manajerial memungkinkan perusahaan untuk secara signifikan meningkatkan tingkat kinerja bisnis mereka dengan mengurangi biaya transaksi dan administrasi, meningkatkan kepuasan karyawan dan pekerja bisnis, meningkatkan tingkat produktivitas mereka, menciptakan pengetahuan internal, memperoleh pengetahuan eksternal, dan mengurangi biaya mengelola pemasok (Kafetzopoulos & Psomas, 2015). Demikian pula, inovasi manajerial sering melibatkan serangkaian perubahan dalam proses administrasi dan struktur organisasi perusahaan, terutama UKM, yang secara langsung terkait dengan kegiatan kerja dan manajemen yang dibuat di dalam perusahaan (Kafetzopoulos & Psomas, 2015).

c. Indikator Inovasi

Inovasi akan dikur menggunakan 4 indikator yang diadopsi dari (Martinez-conesa, Soto-acosta, & Palacios-manzano, 2017), yaitu:

a) Inovasi produk

- b) inovasi proses
- c) Riset dan Pengembangan
- d) Launching produk

3. Kemampuan TI

a. Definisi

Telah begitu banyak penelitian yang secara empiris telah membahas peran teknologi dalam perkembangan bisnis. Bahkan penggunaan teknologi merupakan pembahasan yang sangat vital bagi setiap pelaku bisnis. Hal ini disebabkan oleh keyakinan para pelaku bisnis akan penggunaan teknologi informasi dapat mempermudah dalam pengelolaan sumberdaya perusahaan. Hal ini telah diungkapkan oleh beberapa peneliti antara lain yaitu : Kemampuan teknologi informasi adalah kemampuan organisasi untuk menghasilkan nilai bisnis menggunakan aset dan pengetahuan TI-nya (Chae, Koh, & Park, 2018), kemampuan untuk memobilisasi dan menggunakan sumber daya berbasis TI dalam kombinasi dengan sumber daya dan kemampuan organisasi lainnya (Chen, Wang, Nevo, Benitez-amado, & Kou, 2015), dan kemampuan TI sebagai kompetensi organisasi utama yang mampu memobilisasi dan menggunakan sumber daya berbasis TI dalam kombinasi dengan sumber daya dan kemampuan organisasi lainnya (Ferraris et al., 2018). Sehingga dapat kita simpulkan bisnis dan kemampuan IT dapat menjadi sebuah kekuatan untuk perusahaan dalam mengelolah

sumberdaya perusahaan dalam meningkatkan bisnis yang saat ini sedang digelutinya.

Kemampuan teknologi informasi dapat dilihat dari beberapa dimensi yaitu fleksibilitas infrastruktur TI, Integrasi TI, penyesuaian bisnis TI, dan manajemen TI (Chen et al., 2015). infrastruktur TI adalah kelompok teknologi bersama yang diperlukan untuk fondasi semua aplikasi bisnis. Selain itu, infrastruktur TI mencakup sumber daya, artefak, dan alat yang berkontribusi pada akuisisi, pemrosesan, penyimpanan, distribusi, dan penggunaan informasi (Aydiner, Tatoglu, Bayraktar, & Zaim, 2019), kemampuan integrasi TI eksternal mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengeksploitasi sumber daya TI untuk mengembangkan koneksi berbasis TI tahan lama dengan mitra bisnis untuk merasakan dan merespons peluang pasar (Bi et al., 2018), penyesuaian bisnis TI adalah hubungan yang ada antara TI dan sumber daya lainnya dan kemampuan organisasi yang memediasi proses penciptaan nilai (Felipe & Leidner, 2019), dan Manajemen TI mengacu pada kemampuan perusahaan untuk secara efektif mengimplementasikan kegiatan terkait TI seperti manajemen proyek TI, pengembangan sistem, serta evaluasi dan pengendalian TI (Chen et al., 2015).

Dalam sebuah bisnis, TI dapat mengelola informasi, produk & proses bisnis agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Chae et al. (2018) mengatakan Peran TI dalam beberapa industri adalah

mengubah cara tradisional dalam berbisnis dengan mendefinisikan kembali proses dan hubungan bisnis. Industri tersebut mengalami perubahan dramatis karena perkembangan baru dalam TI termasuk Internet, aplikasi perusahaan, dan komputasi mobile. Begitupun dengan (Queiroz, Tallon, Sharma, & Coltman (2017) mengatakan keunggulan kompetitif dalam NPD tergantung pada kemampuan dinamis yang diaktifkan TI dan kompetensi fungsional. dan juga Aydiner et al. (2019) Infrastruktur TI menyediakan akses mudah dan cepat ke informasi yang diperlukan dan memungkinkan transfer pengetahuan. Sehingga penggunaan TI dengan tepat dapat menjadi sebuah keunggulan kompetitif untuk perusahaan.

Namun menurut Chae et al. (2018) ada tiga sudut pandang berbeda tentang bagaimana kemampuan TI memengaruhi kinerja perusahaan dalam industri: positif, netral, dan negatif. kemampuan TI dapat membuat perusahaan rentan untuk beradaptasi karena basis perusahaan TI warisan yang ada akan meningkatkan biaya pengalihan mereka dengan mengadopsi teknologi baru. Chen et al. (2013) mengatakan TI tidak menciptakan nilai bisnis dengan sendirinya dan harus berinteraksi. Sehingga dibutuhkan faktor lain dalam mempengaruhi kinerja bisnis..

b. Indikator Kemampuan IT

Indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan TI terdiri dari 4 indikator yaitu yang diadopsi dari (Chen et al., 2015).

- a) Penyelarasan Bisnis TI
- b) Fleksibilitas infrastruktur TI
- c) Integrasi TI
- d) Pengambilan Keputusan TI
- e) Perencanaan TI.

4. Kapasitas Absorptive

a. Definisi

Konsep AC diciptakan di bidang ekonomi makro oleh Alder pada tahun 1965, yang menggambarkannya sebagai kemampuan ekonomi untuk memanfaatkan dan menyerap informasi dan sumber daya eksternal (X. Liu et al., 2018).

Kemudian Tzokas, Ah, Akbar, & Al-dajani (2015) mendefinisikan kapasitas absorptive memungkinkan perusahaan untuk merespon lebih baik, hal ini bertindak sebagai mekanisme penyaringan untuk secara produktif memanfaatkan pengetahuan eksternal untuk keuntungan organisasi. Pada gilirannya, basis pengetahuan perusahaan adalah fungsi dari pengalaman perusahaan sebelumnya. Kapasitas Absorptif yang menentukan tingkat keterbukaan suatu perusahaan, diidentifikasi sebagai salah satu faktor penting yang memberikan keunggulan kompetitif dalam industri yang sama (Dwi & Alon, 2017).

Chaudhary & Batra (2018) Kapasitas absorptif adalah konstruksi multidimensi, dengan beberapa peneliti secara khusus berusaha mendefinisikan dimensinya dalam banyak cara. awalnya

mendefinisikan AC sebagai "kemampuan perusahaan untuk menciptakan pengetahuan baru", yang memungkinkannya "belajar untuk melakukan sesuatu yang sangat berbeda. Lebih lanjut AC sebagai "kemampuan dinamis yang berkaitan dengan penciptaan dan pemanfaatan pengetahuan" dan mendefinisikannya sebagai "serangkaian rutinitas dan proses yang diperoleh perusahaan, berasimilasi, mengubah dan mengeksploitasi pengetahuan. Istilah "dinamis" mengacu pada kemampuan organisasi untuk "memperbarui kompetensi sehingga mencapai keselarasan dengan lingkungan bisnis yang berubah (Chaudhary & Batra, 2018).

b. Dimensi Kapasitas Absorptive

1) Akuisisi

Akuisisi pengetahuan adalah tahap awal dalam proses penyerapan pengetahuan (Xie, Zou, & Qi, 2018). Menurut Liu et al. (2018) Akuisisi pengetahuan terutama mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memperoleh pengetahuan yang dihasilkan secara eksternal yang sangat penting untuk operasi, seperti preferensi pelanggan, informasi operasi pemasok dan perkembangan teknologi baru, melalui prosedur formal dan informal

Akuisisi mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memulai, mengidentifikasi, menilai, memperoleh, dan mengumpulkan pengetahuan yang relevan yang penting untuk

operasinya dari sumber eksternal (Ali, Anderson, Kan, & Sarstedt, 2016). Kemampuan akuisisi mewakili kemampuan perusahaan untuk mencari dan mengidentifikasi pengetahuan yang relevan dengan organisasi. "Setelah pengetahuan baru diidentifikasi dan dirasakan memiliki nilai, itu ditransfer melintasi batas perusahaan" (Chaudhary & Batra, 2018).

2) Asimilasi

Kemampuan mengasimilasi pengetahuan eksternal dapat mempercepat laju penyelesaian masalah dan mempersingkat siklus pengembangan produk baru. Selain itu, mengasimilasi pengetahuan eksternal dapat menghindari pekerjaan yang berulang-ulang, memperbarui cadangan pengetahuan perusahaan dan meningkatkan inovasi dan daya saing perusahaan (Xie et al., 2018).

Menurut Lau (2015) asimilasi mengacu pada rutinitas dan proses yang digunakan perusahaan untuk menganalisis, memproses, menafsirkan dan memahami informasi yang diperoleh. Asimilasi ini membantu perusahaan untuk memahami, menginternalisasi, dan lebih jauh mengklasifikasikan pengetahuan (Ali et al., 2016).

3) Transformasi

Kale, Aknar, & Ba (2018) mengatakan transformasi berarti mengembangkan dan menyempurnakan rutinitas ini sehingga

lebih mudah untuk menggabungkan pengetahuan yang ada dengan pengetahuan yang diperoleh dan berasimilasi untuk penggunaan di masa depan. Transfer pengetahuan terjadi dalam konteks sosial, dan sumber daya dan peluang untuk mentransfer pengetahuan itu sering berada dalam hubungan sosial (Xie et al., 2018)

Transformasi mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membangun dan memurnikan rutinitas yang menggabungkan pengetahuan yang ada dengan keahlian yang baru diperoleh (Lau & Lo, 2015)

4) Eksploitasi

Eksploitasi mengacu pada kapasitas perusahaan untuk mengembangkan, memperluas, dan menggunakan rutinitas, kompetensi, dan teknologi yang ada untuk menciptakan sesuatu yang baru berdasarkan pengetahuan "yang diubah" (Kale et al., 2018)

Menurut Xie et al. (2018) penelitian telah menemukan bahwa ada hubungan erat antara kapasitas eksploitasi pengetahuan dan output inovasi perusahaan. Karena menerapkan pengetahuan secara efektif untuk menyelesaikan masalah dapat mewujudkan nilai pengetahuan itu, perusahaan dengan kapasitas eksploitasi pengetahuan yang kuat dapat terus menerjemahkan pengetahuan baru dan yang sudah ada menjadi produk inovatif dan layanan. Lebih lanjut di sisi lain, kapasitas eksploitasi pengetahuan

perusahaan dapat membantu mereka mempromosikan hasil inovasi mereka dengan meningkatkan kinerja kreativitas individu (Xie et al., 2018)

Akhirnya, eksploitasi mengukur kemampuan perusahaan untuk menggunakan dan mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, berasimilasi, dan ditransformasikan, bersama dengan rutinitas, operasi, kompetensi, dan teknologi yang ada (Ali et al., 2016).

c. Indikator Kapasitas Absorptive

Indikator pada kapasitas absorptive di adopsi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Lau & Lo, 2015) & (Tzokas et al., 2015), yaitu :

- a) Perolehan pengetahuan baru
- b) Analisa perubahan pasar
- c) Pengelolaan pengetahuan
- d) Transformatif pengetahuan
- e) Peran dan tanggung jawab

B. Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian Empiris

1. Hubungan Kemampuan TI pada Kinerja Bisnis

Penelitian terdahulu tentang hubungan kemampuan TI pada kinerja bisnis telah diteliti oleh Chen et al. (2015) dengan hasil perusahaan dengan kemampuan teknologi informasi meningkatkan kemampuan kinerja corporate. Kemudian dari Robert, Kamdjoug, Junior, Tewamba, &

Wamba (2018) juga mengatakan kemampuan TI memiliki pengaruh secara positif dan signifikan.

Tabel 2.1
Hubungan Kemampuan TI dan Kinerja Bisnis

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Chen et al. (2015)	IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity	Kemampuan TI meningkatkan Corporate entrepreneurship perusahaan,
2	Chen et al. (2013)	IT capability and organizational performance: the roles of business process agility and environmental factors,	pengaruh kapabilitas TI berpengaruh positif significant pada kinerja perusahaan
3	Robert et al. (2018)	IT capabilities, firm performance and the mediating role of ISRM A case study from a developing country	Kemampuan IT memiliki efek positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan
4	H. Liu, Huang, Wei, & Huang (2015)	The impacts of IT capability on internet-enabled supply and demand process integration, and firm performance in manufacturing and services	Integrasi proses pasokan yang didukung internet perusahaan terkait positif dengan kinerja perusahaan Integrasi proses permintaan yang didukung internet perusahaan terkait positif dengan kinerja perusahaan

Berdasarkan Tabel 2.1, dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus memikirkan teknologinya. Penelitian terdahulu menekankan semakin baiknya kemampuan teknologi informasi, maka semakin baik pula kinerja pada bisnis. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kemampuan TI berpengaruh secara positif pada kinerja bisnis

2. Hubungan Kapasitas Absorptive pada Kinerja Bisnis

Kapasitas absorptive sangat mempengaruhi secara signifikan pada kinerja perusahaan (Tzokas et al., 2015). Penelitian lainnya telah dilakukan oleh Ali et al. (2016) dengan hasil segala kegiatan absorptive (akuisisi, asimilasi, dan eksploitasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Tabel 2.2
Hubungan Kapasitas Absorptive dan Kinerja Bisnis

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tzokas et al. (2015)	Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs	Kapasitas absorptive mempengaruhi kinerja perusahaan secara positif.,
2	X. Liu et al. (2018)	Absorptive capacity and business performance - The mediating effects of innovation and mass customization	Saat AC perusahaan meningkat, BP-nya meningkat
3	Chandrashekar & Hillemane (2017)	Absorptive capacity, cluster linkages, and innovation - An evidence from Bengaluru high-tech manufacturing cluster D	Semakin tinggi absorptive suatu perusahaan, semakin tinggi pula tingkat keterkaitan intra kluster Semakin tinggi absorptive suatu perusahaan, semakin tinggi pula tingkat keterkaitan ekstra kluster.
4	Ali et al. (2016)	Direct and configurational paths of absorptive capacity and organizational innovation to successful organizational performance	Akuisisi berhubungan positif dengan inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajemen. Asimilasi berhubungan positif dengan inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajemen. Transformasi berhubungan negatif dengan inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajemen. Transformasi berhubungan negatif dengan inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajemen.

Berdasarkan Tabel 2.2, dapat disimpulkan bahwa peran informasi sangat penting pada perusahaan. Penelitian terdahulu menekankan bahwa semakin baiknya kapasitas absorptif, maka semakin baik pula kinerja pada bisnis. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : kapasitas absorptive berpengaruh secara positif pada kinerja bisnis

3. Hubungan Kemampuan TI, dan Kapasitas Absorptive pada Inovasi

Dibutuhkan pendekatan lain untuk kemampuan TI dalam meningkatkan kinerja bisnis. menurut Chae et al. (2018) Ada tiga sudut pandang berbeda tentang bagaimana kemampuan TI memengaruhi kinerja perusahaan dalam industri: positif, netral, dan negatif. Kemampuan TI dapat membuat perusahaan rentan untuk beradaptasi karena basis perusahaan TI yang ada akan meningkatkan biaya pengalihan mereka dengan mengadopsi teknologi baru (Chen et al., 2013). Sehingga menurut kami inovasi dapat menjembatani peningkatan TI dalam meningkatkan kinerja bisnis. Sesuai dengan pendapat Soto-acosta et al. (2015) mengatakan kemampuan TI untuk mendorong inovasi penting dalam proses bisnis, produk dan layanan dari perusahaan, dan melalui mereka menghasilkan peningkatan besar pada kinerja bisnis mereka.

Kewirausahaan dan inovasi memiliki koneksi yang panjang, dekat, dan terkadang tumpang tindih. inovasi dan kewirausahaan dapat dianggap saling melengkapi, karena inovasi adalah sumber kewirausahaan dan sebagai gantinya, kewirausahaan memungkinkan inovasi untuk

mewujudkan potensi penciptaan nilai (Navarro, Eldridge, & Bobadilla, 2016).

Di lain sisi dari riset hasil Kamasak (2015) menghasilkan kemampuan TI berpengaruh pada kinerja inovasi, selanjutnya Saunila (2017) menyimpulkan struktur formal sebagai salah satu inovasi berkelanjutan, dan Lau & Lo (2015) mengatakan kapasitas absorptive berhubungan secara positif dengan kinerja inovasi.

Inovasi dipandang sebagai cara yang digunakan organisasi untuk merespons perubahan dalam lingkungan eksternal atau memengaruhi lingkungan organisasi (Azar & Drogendijk, 2014).

Berdasarkan apa yang dijelaskan di atas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kemampuan TI berpengaruh secara positif pada Inovasi

H4 : Kapasitas absorptive berpengaruh secara positif pada Inovasi

4. Hubungan Inovasi pada Kinerja Bisnis

Penelitian oleh Wang (2019) inovasi secara radikal berpengaruh secara positif dengan kinerja perusahaan, disupport dengan penelitian oleh (Rajapathirana & Hui, 2018) dengan hasil kemampuan inovasi berpengaruh pada kinerja pasar dan pemasaran.

Berdasarkan Tabel 2.3, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan kinerja bisnis saling terkait satu sama lain. Penelitian terdahulu menekankan bahwa semakin baiknya inovasi, maka semakin baik pula kinerja pada bisnis. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Tabel 2.3
Hubungan Inovasi dan Kinerja Bisnis

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wang (2019)	Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises The moderating effect of environmental factors	Di antara UKM, menggunakan strategi inovasi radikal memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan.
2	Turulja & Bajgoric (2018)	Innovation, firms' performance and environmental turbulence: is there a moderator or mediator?	Inovasi produk secara positif terkait dengan kinerja bisnis perusahaan. Inovasi proses berhubungan positif dengan kinerja bisnis perusahaan.
3	Azar & Drogendijk (2014)	Psychic Distance, Innovation, and Firm Performance,	Adopsi kumulatif inovasi (teknologi dan organisasi) di pasar asing secara positif terkait dengan kinerja perusahaan.
4	Rajapathirana & Hui (2018)	Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance,	Kemampuan inovasi memiliki dampak positif pada inovasi pemasaran.

H5 : Inovasi berpengaruh secara positif pada kinerja bisnis.

5. Inovasi sebagai pemediasi

Kemampuan TI dapat membuat perusahaan rentan untuk beradaptasi karena basis perusahaan TI yang ada akan meningkatkan biaya pengalihan mereka dengan mengadopsi teknologi baru (Chen et al., 2013). Sehingga menurut kami inovasi dapat menjembatani peningkatan TI dalam meningkatkan kinerja bisnis. Sesuai dengan pendapat Soto-acosta et al. (2015) mengatakan kemampuan TI untuk mendorong inovasi penting dalam proses bisnis, produk dan layanan dari perusahaan, dan melalui mereka menghasilkan peningkatan besar pada kinerja bisnis

mereka. Di lain sisi Lau & Lo (2015) mengatakan kapasitas absorptive berhubungan secara positif dengan kinerja inovasi.

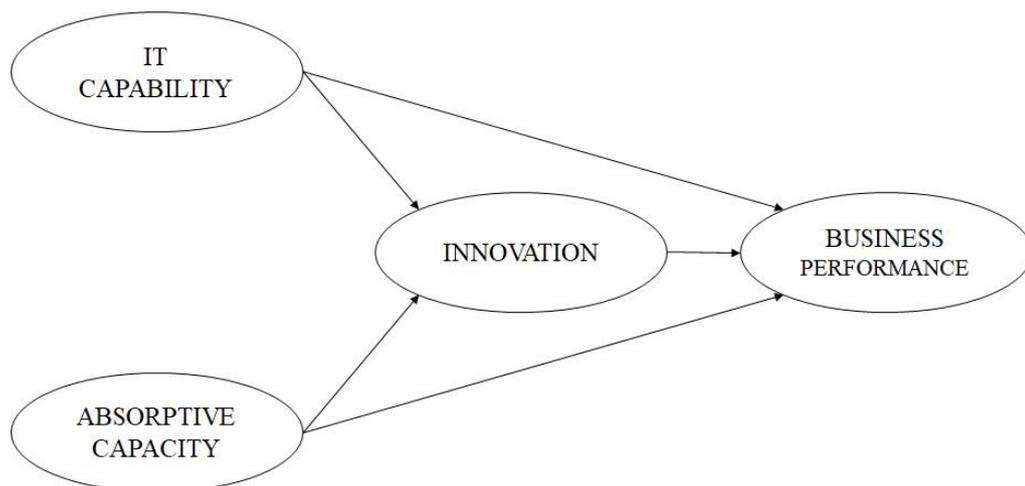
Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat di tarik beberapa hipotesis yaitu:

H6 : Inovasi memediasi kemampuan teknologi untuk mempengaruhi kinerja bisnis.

H7 : Inovasi memediasi kapasitas absorptive untuk mempengaruhi kinerja bisnis.

6. Model Penelitian Empiris

Model penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu: Kemampuan IT, Kapasitas Absorptive, Inovasi dan Kinerja Bisnis. Model penelitian ini digambarkan pada Gambar 2.1 :



Gambar 2.1
Model Penelitian