

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Turbulensi Lingkungan

2.1.1.1 Pengertian Turbulensi Lingkungan

Turbulensi Lingkungan dapat diartikan sebagai perubahan dan ketidakpastian dalam faktor-faktor eksternal maupun yang dapat mempengaruhi operasi dan keputusan bisnis suatu organisasi. Lingkungan eksternal adalah “kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan” (Martin Amnillah et al., 2023).

Lingkungan bisnis internal merupakan faktor-faktor yang ada di dalam perusahaan dan biasanya dapat dikendalikan oleh perusahaan agar dapat menghadapi tantangan yang berasal dari perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis eksternal dari luar Perusahaan (Struwig et al., 2019). Sedangkan menurut (Suliah et al., 2022) Turbulensi lingkungan adalah dinamika pergerakan lingkungan bisnis baik itu internal maupun eksternal.

(Desi Martauli et al., 2016a) mengemukakan hal ini terkait dengan aspek sosial budaya, ekonomi, tingkat pendapatan masyarakat, iklim usaha dan investasi adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja usaha. Sebagian besar peneliti menyatakan bahwa faktor-faktor lingkungan bisnis yang mempengaruhi bisnis dari luar maupun dalam perusahaan sebagai lingkungan bisnis

Berdasarkan beberapa definisi yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Turbulensi Lingkungan mengacu pada setiap pengaturan di luar

perusahaan atau dalam perusahaan yang memiliki potensi untuk mempengaruhi operasinya sebuah usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melihat peluang atau menjadi ancaman bagi perusahaan.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan Turbulensi

Lingkungan Bisnis

Turbulensi Lingkungan dipengaruhi oleh beberapa lingkungan ada Internal dan Eksternal .

➤ Faktor faktor Internal yang dapat mempengaruhi, antara lain:

1) Sikap kerja Kewirausahaan

Sikap kerja pelaku bisnis dan karyawan pada suatu perusahaan sangatlah penting, karena mereka merupakan tiang utama dalam menjalankan kegiatan bisnis dengan integritas dan dedikasi mereka menunjukkan komitmen yang nyata melalui kejujuran, disiplin, serta ketekunan dalam setiap tindakan mereka. Kerja sama yang solid, kreativitas yang mengalir, serta keberanian untuk mengambil risiko juga menjadi poin penting dalam memajukan perusahaan. Di samping itu, sikap hemat dan inovatif mereka turut memperkuat fondasi kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. (Sundah et al., 2018)). Sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah jujur, disiplin, tekun, kerja sama tim, kreatif, berani mengambil resiko, hemat dan inovatif.

2) Kompetensi manajerial

Kompetensi manajerial merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang atau karyawan atau pemimpin dalam kegiatan-kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Menurut (Struwig et al.,

2019) pengetahuan dalam berbisnis, merencanakan kegiatan dan merancang strategi merupakan salah satu factor yang ada di lingkungan bisnis internal

3) Kompetensi manajemen pemasaran

Salah satu elemen dalam menjalankan perusahaan yang sangat penting adalah kompetensi pemasaran. Hal ini terutama tentang bagaimana perusahaan menyajikan nilai-nilai produk dan layanan mereka yang berbeda dari pesaing.

4) Kompetensi Teknis

Kompetensi teknis ini merupakan kompetensi yang mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan produksi. Produk yang di tawarkan di pasaran harus berbeda dari yang lain atau dari pesaing agar dapat menarik minat konsumen, Perusahaan harus menyediakan jenis yang berbeda sehingga konsumen melakukan pemilihan saat membelinya. Menurut (Dumitrescu et al., 2019) Tantangan utama dalam menghadapi lingkungan bisnis adalah menghasilkan produk yang kreatif dan menawarkan beragam pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dengan harga yang terjangkau, serta memperhatikan keinginan para pengecer untuk mendapatkan bagian yang lebih besar dari pasar.

➤ Faktor faktor Eksternal yang dapat mempengaruhinya, antara lain:

1) Bencana alam dan Pandemi

Pandemi dan bencana alam merupakan hal yang tidak terkendali, tidak dapat diprediksi, dan tidak dapat diramalkan oleh sebuah organisasi. Banjir, gempa bumi, tsunami, gunung meletus, dan pandemi COVID-19 yang pada saat itu melanda dunia merupakan contoh dari faktor bencana alam. Faktor-

faktor terkait pandemi dan bencana alam ini dapat berdampak secara tidak langsung maupun langsung terhadap setiap perusahaan. bisnis yang dilakukan setiap organisasi ataupun perorangan pada saat Covid-19 maka semua aktivitas perusahaan menjadi kacau ada yang sampai menutup tempat usahanya. Tetapi banyak pula perusahaan yang menyesuaikan dengan keadaan tersebut seperti berjualan lewat sosial media, pengiriman instan langsung kerumah, promosi yang besar besaran dan lain sebagainya yang membuat perusahaan menjadi bangkit kembali.

2) Faktor Ekonomi dan perbankan

Faktor ekonomi seperti perbankan merupakan factor yang memiliki nilai yang tinggi untuk menjaga kestabilan lingkungan dan kebutuhan keuangan bagi para pelaku bisnis (Cepel et al., 2018). Sedangkan menurut Desi Martauli et al., (2016) menemukan dalam penelitiannya bahwa akses permodalan dan pembiayaan masih dirasakan sulit karena banyaknya persyaratan dan membutuhkan proses yang cukup lama untuk meminjam di bank.

3) Faktor politik dan hukum

(Cepel et al., 2018) Faktor-faktor politik dalam lingkungan bisnis meliputi kondisi hukum dan regulasi, dukungan pemerintah terhadap kewirausahaan, serta kualitas pendidikan. Ini mencakup sistem hukum terkait bisnis, pengaruh pemerintah dalam lingkungan bisnis, dan juga beban administratif atau birokrasi yang harus ditanggung oleh perusahaan.

4) Faktor Teknologi

Faktor teknologi sangat memegang peranan penting dalam pelaksanaan bisnis. Chittithaworn dkk dalam Baharudin Aachmad et al., (2020) Perubahan teknologi telah memberikan dampak besar pada perkembangan bisnis informal. Di masa pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa teknologi informasi sangat menentukan kelancaran bisnis suatu perusahaan. Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan teknologi informasi akan kalah bersaing dengan para pesaing yang up-to-date dengan kemajuan teknologi informasi.

5) Faktor sosial dan budaya

Faktor-faktor sosial dan budaya merupakan faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis secara tidak langsung dan mampu meningkatkan suatu kinerja bisnis, seperti para pelaku bisnis, lingkungan keluarga, lingkungan media dan komunikasi, sikap sosial dan sikap emosional para pelaku bisnis (Martauli dan Fariyanti, dalam Baharudin Aachmad et al., 2020)

6) Pesaing

Para pesaing memegang peranan krusial dalam operasi bisnis sebuah perusahaan. Tindakan yang diambil oleh pesaing, seperti inovasi produk, strategi harga, dan promosi, seringkali tidak dapat diprediksi oleh bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, setiap bisnis perlu mampu mengevaluasi operasi bisnisnya sendiri dengan memperhatikan dan mengawasi tindakan pesaing untuk tetap kompetitif di pasar.

2.1.1.3 Indikator Turbulensi Lingkungan

Turbulensi lingkungan mengacu pada tingkat ketidakpastian dan peristiwa yang sangat bervariasi yang terjadi di lingkungan tempat industri tertentu beroperasi (Wong, Tsai dan Yang, dalam Turulja & Bajgoric, 2019). Adapun indikator – indikator Turbulensi Lingkungan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2. 1 Indikator Turbulensi Lingkungan menurut para ahli

No	Nama/Tahun	Indikator
1	Rofiaty (2017)	1. Resiko 2. Tekanan 3. Dominasi
2	Virgo Simamora (2016)	1. Lingkungan Dinamis 2. Lingkungan yang Kompleks 3. Lingkungan yang tidak pasti
3	Lejla Turulja dan Nijar Bajgoric (2018)	1. Turbulensi Pasar Laju 2. Turbulensi Teknologi laju 3. Intensitas Persaingan

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan indikator-indikator diatas menurut para ahli maka penulis menggunakan indikator Turbulensi Lingkungan menurut Turulja & Bajgoric (2019), karena indicator tersebut lebih masuk ke dalam variabel, lebih umum pembahasanya dan lebih terbaru dari indicator indicator lainnya. Dan indicator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Turbulensi pasar laju.

Menurut Wong, dalam Turulja & Bajgoric, (2019) adalah perubahan komposisi pelanggan atau preferensi terhadap produk dan jasa. Dipasar laju ini konsumen selalu mencari produk baru yang terus menerus.

2. Turbulensi teknologi laju

Menurut Huang dan Tsai dalam Turulja & Bajgoric, (2019) mendefinisikan turbulensi teknologi adalah perubahan yang sangat terkait dengan teknologi sebagai tingkat perubahan dalam industry didalam sebuah perusahaan.

3. Intensitas persaingan

Menurut Tsau dan Yang dalam Turulja & Bajgoric, (2019) Intensitas persaingan ialah sebuah tingkat persaingan yang sangat ketat dalam sebuah industry sedangkan menurut (Cui et al 2005) Intensitas persaingan adalah tingkat yang berhubungan dengan aktivitaas yang ada diperusahaan yang saling bersaing dalam hal apapun seperti dalam gencarnya promosi, harga yang saling menjatuhkan dan datangnya pesaing baru.

2.1.2 Kinerja Usaha

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Irna Setiawati & Isnaeni Ahdiyawati, (2021) kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh anggota dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam rangka pelaksanaan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang telah dibebankan pada masing masing.

Menurut Wiranti et al., (2023) Kinerja usaha merupakan suatu Tingkat pencapaian kegiatan dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan untuk merencanakan suatu strategi. (Suryana dalam Nanda Utami & Dwi Mulyaningsih, 2016) kinerja usaha yang baik dapat juga disebut sebagai keberhasilan usaha dimana faktor dari luar dan dalam menentukan sebuah keberhasilan seseorang. Menurut Rivai dalam Zulfikar. R(2018) Kinerja usaha

adalah suatu istilah secara umum yang di gunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Menurut Amirullah dalam (Irna Setiawati & Isnaeni Ahdiyawati, 2021) Kinerja perusahaan mencerminkan seberapa berhasilnya perusahaan menjalankan bisnisnya. Ini juga dapat diinterpretasikan sebagai prestasi yang dicapai oleh organisasi dalam jangka waktu tertentu. Melalui kinerja, sebuah organisasi dapat mengevaluasi keberhasilan dan kegagalan yang telah dicapainya.

Dari definisi yang diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan atau usaha merupakan ukuran dari suatu perusahaan atau organisasi agar bisa melihat seberapa berkembangnya atau menurunnya usaha tersebut.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha UMKM

Menurut Maddeppungeng dalam Giawa et al., (2021) ketiga factor tersebut terdiri dari beberappa hal yaitu:

1. Faktor internal Perusahaan

Faktor internal perusahaan merupakan sekumpulan sumber daya dalam lingkungan sebuah perusahaan. Semua sumber daya yang berada dalam sebuah perusahaan dikatakan pihak internal apabila hanya berkepentingan dalam kegiatan operasional (Febrian dan Kristianti, 2020).

Faktor internal perusahaan diantaranya yaitu Sistem komunikasi antar pimpinandan karyawan, pengetahuan dan kemampuan teknik SDM, kreatifitas

dan inovasi yang dimiliki SDM, sifat dan karakter pimpinan perusahaan, pengaturan strategi perusahaan, pengalaman *manager*, standar etika dan moral karyawan, suasana kerja yang baik, kemampuan manajerial dan *entrepreneur*, inovasi dan *mindset* pimpinan perusahaan, dan manajemen sumber daya manusia (SDM) (Ayuningtyas.A 2022).

2. Faktor eksternal perusahaan

Lingkungan eksternal merupakan suatu pengaruh lingkungan yang berasal dari luar perusahaan baik yang sangat dekat dengan perusahaan maupun yang agak jauh, dan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan perusahaan secara keseluruhan (Siswanti, 2020).

Faktor eksternal perusahaan diantaranya yaitu Fluktuasi kurs mata uang, tingkat suku bunga, kepedulian masyarakat sekitar perusahaan, kepedulian masyarakat sekitar proyek, gangguan kesehatan lingkungan masyarakat, bencana alam, kondisi cuaca dan iklim, tingkat persaingan tak sehat (KKN dan monopoli), dan pola penyelesaian perselisihan kontrak (Maddepungeng, 2017).

3. Faktor situasi pasar yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal

Situasi pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang saling melakukan transaksi tawar menawar untuk mencapai suatu kesepakatan. Situasi pasar memungkinkan perusahaan untuk menargetkan, memasuki pasar baru, dan mampu bersaing dalam pasar (Darmawan dan Mei, 2019).

Faktor situasi pasar diantaranya adalah Hambatan dalam mendapatkan pasar, ketidak sesuaian jasa layanan dengan pasar, adanya persaingan tidak sehat, daya saing perusahaan luar, kepuasan pemberi pekerjaan, persaingan

dengan perusahaan lain, strategi segmentasi pasar, kemampuan mencari dan mendapatkan proyek, daya saing teknologi dan inovasi perusahaan, kesulitan mendapatkan pasar perkerjaan, proyek bertahap, mempertahankan hubungan kerja jangka panjang, penciptaan pasar pekerjaan, pekerjaan sedikit dibandingkan jumlah perusahaan, *brand image* / citra perusahaan, dan budaya positif perusahaan (Maddepungeng, 2017).

2.1.1.3 Indikator Kinerja Usaha

Tabel 2.2 Indikator Kinerja Usaha menurut para ahli

No	Penulis/Tahun	Indikator
1	Hasibuan (2020)	1. Jumlah Omzet 2. Produktivitas 3. Penjualan 4. Pelanggan 5. Penambahan Jumlah Pegawai (working Capital)
2	Siagian (2021)	1. Peningkatan Kepuasan Pelanggan 2. Peningkatan Kualitas Produk Perusahaan 3. Peningkatan ketepatan pengiriman produk 4. Pertumbuhan Permintaan Produk 5. Pemenuhan permintaan pelanggan sesuai kebutuhan
3	Septiani Ria (2023)	1. Pertumbuhan Penjualan 2. Modal 3. Tenaga Kerja 4. Pemasaran 5. Laba

Didalam penelitian ini penulis hanya menggunakan 5 indikator yang disesuaikan karena indikator tersebut lebih masuk dan relevan terhadap penelitian yang penulis buat. Berdasarkan dalam penelitian Indikator kinerja menurut (Septiani, 2023) adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan ialah naiknya sebuah penjualan secara periode tertentu (Kennedy.dalam (Afiezan Adam et al., 2020). dengan penjualan

maka membuat banyak pengaruh terhadap perusahaan atau organisasi karena akan meningkatkan profit dari perusahaan tersebut. Sedangkan menurut (Laili Fajriah Alifatul et al., 2022) adalah kenaikan penjualan dari tahun ke tahun waktu ke waktu.

2. Modal

Modal adalah pokok utama yang harus pengusaha adakan untuk menjalankan suatu bisnis bila tidak ada modal maka usaha tidak akan jalan(Munawir.dalam (Yuliana, 2017). Sedangkan menurut (Kasmir, dalam Lestari & Farida, 2017) Modal merupakan uang yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan.

3. Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah masyarakat yang telah memasuki usia siap bekerja guna menghasilkan barang atau sebuah jasa (UU No13 Tahun 2003). Sedangkan menurut (MT Rionga & Yoga Firdaus dalam (Ansori & Priyono Joko, 2018) tenaga kerja adalah Tenaga kerja merujuk kepada populasi yang berusia kerja dan siap melakukan pekerjaan. Ini mencakup individu yang sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, yang masih bersekolah, dan yang mengurus rumah tangga.

4. Pemasaran

Menurut Kotler dalam Rambe & Aslami, (2022) pemasaran adalah proses yang dimana suatu perorangan atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan membuat pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Menurut (Santos

dalam Rambe & Aslami, 2022) pemasaran adalah keseluruhan operasi Perusahaan yang difokuskan pada perencanaan, harga, periklanan dan penyebaran yang memenuhi keinginan pelanggan. Dan menurut (Purnama, H., & Riyanto, A. 2015). Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi atas ide, barang an jasa untuk menciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan sekaligus.

5. Laba

Menurut Subramanyam dan Wild dalam Fithriana Alpi, (2017) Laba, atau profit, adalah ringkasan dari hasil bersih dari aktivitas operasional suatu usaha dalam periode tertentu, yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Sedangkan menurut (Simamora dalam Tiswiyanti & Rizki Yuli Sari, 2018) Laba adalah hasil dari selisih antara pendapatan dan beban. Jika pendapatan perusahaan lebih besar daripada beban yang dikeluarkan, maka yang tercipta adalah laba bersih. L.M Samtyn (2018) laba adalah dana yang bersumber dari internal perusahaan yang dapat diperoleh dari aktivitas perusahaan yang tidak tercampur dengan biaya eksternal.

2.1.3 Inovasi Produk

2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk

Kalay & Lyn dalam Dewi Anjaningrum & Purnomo Sidi, (2018) Inovasi merupakan kunci utama bagi industri untuk mencapai posisi yang dominan dan kinerja industri yang tinggi. Hasil penelitian (Suparman & Ruswanti dalam Dewi Anjaningrum & Purnomo Sidi, 2018)menunjukkan bahwa inovasi produk

berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja industri kreatif yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.

Novasi Produk didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna (Robbins&Coulter,2016). Kemudian ada pengertian inovasi produk yaitu gabungan dari berbagaimacam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Dengan produk baru atau yang dimaksud dengan produk asli, perbaikan produk, memodifikasi produk dan merk baru dari perusahaan yang berkembang melalui penelitian sendiri dan upaya pengembangan. Melakukan inovasi produk dapat meningkatkan efisiensi suatu produk tanpa harus membuang waktu lebih banyak (Alfiyah S.N & Aminah Siti 2023)

Berdasarkan pengertian inovasi produk diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk salah satu bentuk dari munculnya produk baru yang telah sempurna telah siap sedia untuk dipasarkan.

2.1.3.2 Kategori inovasi Produk

- a. Produk benar benar baru hasil dari inovasi sendiri tidak ada yang sama
- b. Lini produk baru yaitu perusahaan telah menyeleksi pasar yang akan dipasarkan untuk produk tersebut
- c. Tambahan lini yang sudah ada adalah produk yang hanya berbeda dalam kemasan, ukuran dan varian.

2.1.3.3 Indikator Inovasi Produk

Tabel 2.3 Indikator Inovasi Produk menurut para ahli

No	Nama / Tahun	Indikator
1	Mohammad Fatih Nizam et al (2020)	1. Inovasi Teknik 2. Perubahan Desain 3. Kreatifitas
2	(Restiani Widjaja, 2023)	1. Perluasan Produk 2. Peniruan Produk/Imitasi 3. Produk Baru
3	(Septiani, 2023)	1. Kultur inovasi 2. Inovasi teknis 3. Inovasi produk

Sumber: Diolah peneliti

Menurut (Almira & Sutanto, dalam Restiani Widjaja, 2023) Indikator-indikator inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan produk (line extensions)

Perluasan produk adalah usaha yang dilakukan oleh pengusaha untuk memperluas usahanya dengan menambah varian baru yang memiliki fungsi serupa dengan produk utama, ditujukan kepada konsumen yang sama dan akan didistribusikan di pasar tertentu (Saladin 2003 dalam Ul Huda et al., 2020).

2. Peniruan produk / imitasi (me-too products)

Adalah produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar di pasar luas. Imitasi merupakan tindakan yang meniru dari semua hal menurut (Luke dan Farel dalam Restiani Widjaja, 2023).

3. Produk baru (new-too-the-world products)

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan dengan modifikasi produk, merk atau entuk yang dikembangkan melalui penelitian dan pengembangan sendiri menurut (Luke dan Farel dalam Restiani Widjaja, 2023).

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorsinilanya penelitian ini:

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	ISSN	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Firda Fitriani, Ana Noor Andriana	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KECAMATAN SUNGAI PINANG KOTA SAMARINDA	E-ISSN 2829-7334 P-ISSN 2829-5439	Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM	Inovasi produk dijadikan salah satu variabel independen dan Kinerja usaha UMKM dijadikan sebagai variabel dependen	Terdapat orientasi kewirausahaan dan literasi keuangan pada variabel independen
2	Vincent Chow, , Louis Utama	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM KAIN ULOS	2657-0025	menjelaskan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM	Inovasi produk dijadikan salah satu variabel independen dan Kinerja sebagai variabel dependen	Terdapat orientasi kewirausahaan pada variabel independen
3	Juven Anderson, Nur Hidayah	PENGARUH KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA UKM	2657-0025	menjelaskan bahwa pengaruh kreativitas produk, inovasi produk dan kualitas terhadap kinerja UKM	Inovasi produk dijadikan salah satu variabel independen dan Kinerja usaha dijadikan sebagai variabel dependen	Terdapat kreativitas dan kualitas produk dijadikan variabel independen
4	Muhammad Taufiq, Rida Prihatni, Ety Gurendra	PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN PENGGUNAAN	2722-9823	Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh inovasi	Inovasi produk dijadikan salah satu variabel independen	Terdapat kualitas produk dan keunggulan bersaing sebagai

No	Nama	Judul	ISSN	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	wati	SISTEM AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM		produk, kualitas produk dan keunggulan sistem akuntansi terhadap kinerja UMKM	dan Kinerja usaha dijadikan sebagai variabel dependen	variabel independen
5	Agus Sulistiyo, Agus Putranto, Sri Hartiyah	PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBERDAYA MANUSIA, INOVASI PRODUK, DAN AKSES PEMASARAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN WONOSOBO	2809-7580	menjelaskan bahwa pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia, inovasi produk dan akses pemasaran terhadap kinerja UMKM	Inovasi produk di jadikan salah satu variable independen dan keunggulan bersaing dijadikan variable dependen	Terdapat variabel literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia, dan akses pemasaran sebagai variabel independen
6	Lejla Turulja dan Nijar Bajgoric (2018)	<i>Innovation, firms' performance and environmental turbulence: is there a moderator or mediator?</i>	1460-1060	<i>The results in this study explain that the effect of environmental turbulence on business performance through product innovation</i>	Inovasi produk memoderasi antara turbulensi lingkungan terhadap kinerja usaha	Terdapat inovasi proses di variabel independen
7	Dimitrios Kafetzopoulos, Greece Evangelos Prosmas, dan Dimitris Skalkos (2019)	<i>Innovation Dimensions and Business performance under environmental uncertainty</i>	1460-1060	<i>The results of this study explain that product innovation has a positive impact on business performance .</i>	Terdapat variabel inovasi produk pada variabel independen dan variabel kinerja usaha pada variabel dependen	Terdapat variabel inovasi organisasi, inovasi pemasaran pada variabel independen
8	Mirza Waseem Abbas dan Masood ul Hassan	<i>Moderating Impact of Environmental Turbulence on Relationship between Business Innovation and</i>	576-596	<i>The results in this study explain that the effect of environmental</i>	Terdapat variabel kinerja usaha pada variabel dependen	Terdapat variabel turbulensi lingkungan sebagai moderasi

No	Nama	Judul	ISSN	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		<i>Business Performance</i>		<i>turbulence moderates innovation and performance</i>		
9	Edy Yulianto (2021)	<i>The role of inbound and outbound open innovation on firm performance in environmental turbulence era: Mediating of product and marketing innovation</i>	2347-2358	<i>The results in this study explain that the effect of environmental turbulence moderates the relationship between Product Innovation and Company Performance</i>	Terdapat variabel inovasi produk sebagai variabel independen dan variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen	Terdapat inovasi pemasaran, terhadap variabel independen
10	Kabiru Tsoho, et all (2021)	Environmental Turbulence Moderating the Relationship between Strategic Orientation and Small and Medium Enterprise's Performance in Nigeria.	1134-2314	The results in this study explain that the influence of environmental turbulence moderates the relationship between strategic orientation and business performance	Terdapat kinerja usaha sebagai variabel dependen	Terdapat orientasi pasar, pembelajaran dan orientasi inovasi sebagai variabel independen

2.3 Kerangka Pemikiran

Di Indonesia, perkembangan bisnis saat ini berkembang dengan sangat cepat dan pesat, terlihat dari meningkatnya jumlah perusahaan sektor baru baik dalam skala kecil maupun skala besar. , di era zaman sekarang ini pengusaha kecil maupun besar harus bisa memprediksi Turbulensi lingkungan yang terus berubah ubah untuk mendapatkan kinerja yang lebih optimal. Zaman sekarang yang selalu canggih perlu dimanfaatkan oleh pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih

luas lagi salah satunya adalah bisnis kuliner, dimana makanan dan minuman merupakan hal yang paling diminati oleh semua kalangan terutama minuman Coffee menjadi salah satu tujuan utama untuk bercengkrama ditambah dengan di suguhkan lingkungan dengan suasana yang nyaman, aman dan asri membuat Coffee shop menjadi salah satu sasarannya. Seperti di daerah Dago Atas Bandung Jawa Barat merupakan daerah yang sejuk, indah, asri dan dapat memanjakan mata bagi semua yang berkunjung. Telah banyak persaingan dalam bisnis makanan sehingga seorang pengusaha harus memikirkan hal yang bisa berlomba menjadi yang paling unggul di antara pesaingnya salah satu caranya adalah dengan meningkatkan lagi kinerja usaha sebuah perusahaan. Adanya kinerja usaha yang baik didalam sebuah perusahaan dengan pencapaian target tertentu maka perusahaan tersebut akan dikenang dan dijadikan tempat favorite oleh para konsumennya. Oleh karena itu variable ini,kinerja usaha yang baik dan sesuai rencana yang telah dipikirkan membuat konsumen akan merasa betah dan memberikan dorongan untuk terus berkunjung kembali meski banyaknya persaingan diluar sana yang menyaingi sebuah UMKM tersebut.

Dalam berbisnis hal yang tidak boleh terlewatkan oleh pelaku UMKM perhatikan yaitu Turbulensi Lingkungan yang terus berubah ubah dari dalam maupun luar. Turbulensi ini sangat berpengaruh terhadap performa bisnis kedepannya. Maka oleh karena itu turbulensi lingkungan itu bisa membuat perusahaan naik atau turun seperti dalam persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus mencari ide ide baru untuk menarik pelanggan.

Selain kedua hal tersebut jangan lupa apakah Inovasi produk sebagai jembatan untuk mengetahui seberapa kuat dalam persaingan bisnis terhadap kinerja usaha. Dengan adanya inovasi produk membuat konsumen tidak akan merasa bosan dengan suasana, rasa dan visual yang di hidangkan, pelaku bisnis harus lebih memikirkan inovasi produk yang sedang tren saat ini untuk menarik lagi pelanggan yang telah tetap dan baru.

2.3.1 Pengaruh Variabel Turbulensi Lingkungan terhadap Kinerja Usaha

Fenomena sosial dan teknologi digital industry dibidang makanan dan minuman yang cepat berubah dapat mengubah pasar, lingkungan bisnis, dan model bisnis serta paradigma pemasarannya untuk meningkatkan kinerja usahanya. (Garrido-Moreno,2018)

Dalam lingkungan yang terus berubah ini konsepnya yaitu kemampuan untuk mengintegritas, membangun kinerja usaha oleh pemilik usaha secara internal maupun eksternal sehingga bisa mengatasi perubahan lingkungan yang cepat dan tepat dalam pengelolaannya (Protogerou et al.2020)

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa turbulensi lingkungan memiliki keterkaitan terhadap kinerja usaha karena perusahaan harus bisa melihat perubahan lingkungan yang cepat untuk membangun kinerja yang tepat dan baik.

2.3.2 Pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Inovasi Produk

Faktor kunci dalam sebuah kesuksesan dengan lingkungan yang selalu berubah ditentukan oleh bagaimana strategi yang dimiliki pelaku usaha tersebut

mampu mengatasi perubahan lingkungan dengan inovasi yang terbaru (Suharyono.2020).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa turbulensi lingkungan terhubung dengan inovasi produk karena perusahaan harus memiliki inovasi yang lebih modern untuk menghadapi lingkungan yang berubah ubah.

2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

Semakin banyak inovasi dalam suatu perusahaan dalam menghasilkan produk baru maka semakin bagus pengaruhnya untuk perkembangan kinerja sebuah perusahaan (Alipour et al.2020).

Sebuah inovasi akan memberikan perusahaan orientasi strategis untuk mengatasi permasalahan yang akan dihadapi kedepanya oleh karena itu semakin bagus dan baik inovasi semaka semakin tinggi pula tingkat kesuksesan bisnis yang dijalani (Gunday et al 2020).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki keterkaitan terhadap kinerja usaha karena perusahaan yang baik merupakan perusahaan yang memiliki banyak inovasi didalamnya.

2.3.4 Pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Produk.

Kemampuan dinamis memungkinkan untuk membuat produk dengan inovasi bisnis baru dan dengan cepat melihat kondisi pasar yang terus berubah (Wang & Miao, dalam Turulja L dan Bajgoric N (2018).

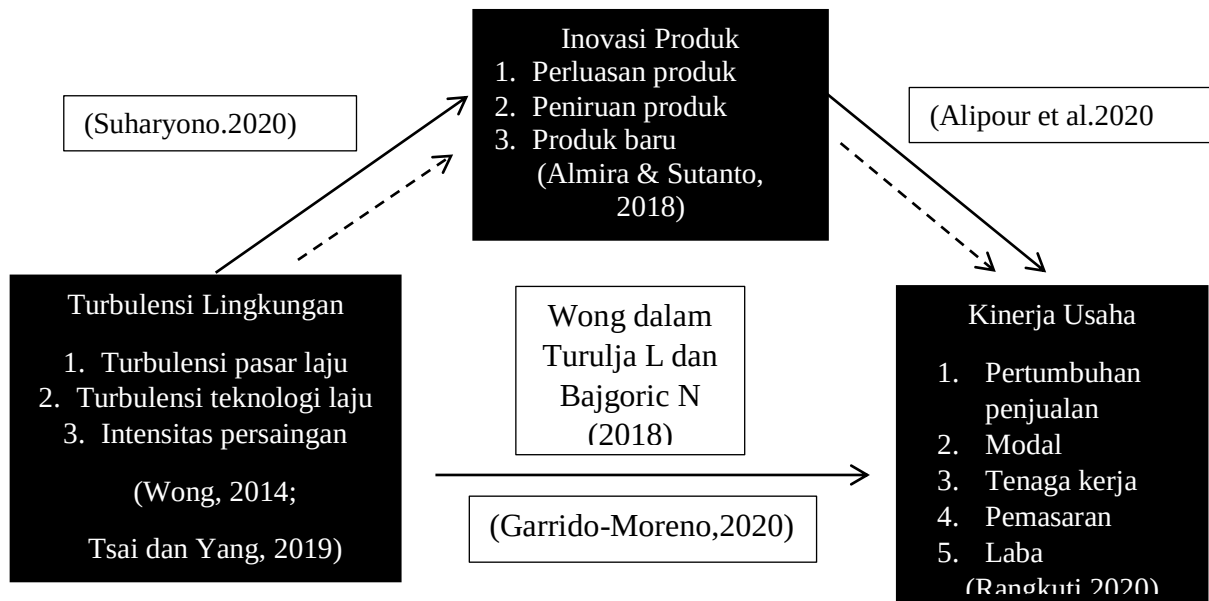
Huang dan Tsai, dalam Turulja L dan Bajgoric N (2018) menunjukan bahwa turbulensi teknologi mempengaruhi kinerja produk baru melalui inovasi

produk dan intensitas pasar memiliki efek langsung untuk kinerja suatu perusahaan.

Wong dalam Turulja L dan Bajgoric N (2018) menyatakan turbulensi lingkungan memaksa perusahaan untuk meninggalkan zona nyaman, bersaing dengan kemampuan dan penawaran baru, mengembangkan produk baru, menguasai teknologi, pelanggan baru dan menjangkau pasar baru yang mendorong pertumbuhan dan mendapatkan keunggulan dalam kinerja usaha.

Menurut Boyne dan Meier dalam Turulja L dan Bajgoric N (2018) Turbulensi lingkungan berdampak negatif pada kinerja usaha; semakin tinggi tingkat perubahan yang tidak dapat diprediksi, semakin besar dampak merugikan langsung terhadap hasil perusahaan. Faktor-faktor lingkungan menciptakan ketidakstabilan yang mengganggu stabilitas dan efektivitas operasional, sehingga mempengaruhi kinerja keseluruhan perusahaan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ada hubungan simultan antara turbulensi lingkungan terhadap kinerja usaha melalui inovasi produk. Kondisi lingkungan yang bergejolak atau tidak tetap dapat mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi sebagai respon proaktif terhadap tantangan yang di hadapi. inovasi ini kemudian dapat mengarah pada peningkatan kinerja bisnis, karena produk yang inovatif dapat membantu perusahaan mendapatkan keunggulan dalam kinerja usaha, meningkatkan pangsa pasar, dan menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi.



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

Gambar: Paradigma Penelitian Pengaruh Turbulensi Lingkungan terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Bisnis

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah penyajian hubungan yang formal yang diharapkan bisa menghubungkan antara variable independen dan dependen. Dari pemaparan yang sudah dijelaskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu ditemukan hipotesa sebagai berikut ini:

H1: Dalam penelitian ini penulis menduga bahwa turbulensi lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

H2: Dalam penelitian ini penulis menduga bahwa turbulensi lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

H3: Dalam penelitian ini penulis menduga bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan secara signifikan terhadap kinerja usaha

H4: Diduga penelitian ini penulis menduga bahwa turbulensi lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui inovasi produk.