

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1.6 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan salah satu bagian penting dalam penelitian ilmiah, karena dapat memberikan landasan teoritis dan empiris bagi peneliti. Kajian pustaka juga dapat menunjukkan relevansi, kesinambungan, dan kontribusi penelitian terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, kajian pustaka dapat membantu peneliti untuk menemukan celah penelitian, merumuskan masalah, hipotesis, dan kerangka konseptual.

1.6.1 Orientasi Pembelajaran

Orientasi pembelajaran (learning orientation) merupakan konsep penting dalam studi manajemen dan organisasi, yang merujuk pada kecenderungan sebuah organisasi atau individu untuk terus-menerus mencari pengetahuan baru, mengembangkan kemampuan, dan meningkatkan kompetensi. Menurut Zahra, Neubaum, dan Hayton (2015) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran adalah kemampuan organisasi untuk mengembangkan dan memanfaatkan pengetahuan baru untuk meningkatkan inovasi dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Orientasi pembelajaran merupakan aspek penting yang mempengaruhi motivasi dan hasil pembelajaran. Organisasi yang memiliki orientasi pembelajaran yang kuat cenderung lebih adaptif dan inovatif dalam menghadapi perubahan lingkungan eksternal.

Penelitian oleh Calantone, Cavusgil, dan Zhao (2017) menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran memiliki dampak signifikan terhadap inovasi dan kinerja

organisasi. Mereka menemukan bahwa organisasi dengan orientasi pembelajaran yang kuat lebih mampu mengembangkan produk dan layanan inovatif, serta lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini karena organisasi tersebut cenderung memiliki proses dan sistem yang mendukung eksplorasi dan eksploitasi pengetahuan baru secara efektif. Selain itu, orientasi pembelajaran juga meningkatkan kemampuan organisasi untuk memanfaatkan umpan balik dari pasar dan pelanggan, yang penting untuk melakukan penyesuaian strategi dan operasional secara real-time.

Di Indonesia, penelitian oleh Palumian et al. (2021) menunjukkan bahwa berbagi pengetahuan dan orientasi pembelajaran memiliki dampak signifikan terhadap perilaku kerja inovatif di kalangan pekerja milenial. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi dan pertukaran pengetahuan antar individu dapat memicu proses pembelajaran dan inovasi.

1.6.1.1 Indikator Orientasi Pembelajaran

Menurut Javier et al (2020) diadaptasi dari penelitian Sinkula, Baker, dan Noordewier (1997) terdapat beberapa indikator untuk orientasi pembelajaran diantaranya sebagai berikut:

1. Komitmen Belajar

Menurut Sinkula et al. (1997) dalam Dukeov et al. (2020) komitmen terhadap pembelajaran, ditunjukkan oleh perusahaan yang secara konstan menganalisis efek dari tindakannya dan terus belajar dan merefleksikannya berdasarkan pengetahuan yang diperoleh. komitmen belajar dalam perusahaan

adalah elemen kunci yang menentukan keberhasilan jangka panjang dalam menghadapi perubahan dan ketidakpastian lingkungan bisnis. Perusahaan yang berkomitmen pada pembelajaran berkelanjutan dan memiliki kepemimpinan yang mendukung pembelajaran cenderung lebih inovatif, adaptif, dan kompetitif.

2. Visi Bersama

Menurut Javier et al (2020) visi bersama, mengindikasikan sejauh mana organisasi mempromosikan semua upaya individu ke arah yang sama untuk berbagi informasi yang dapat berdampak positif pada basis pengetahuan perusahaan. Visi bersama dalam perusahaan adalah elemen fundamental yang mengarahkan seluruh anggota organisasi menuju tujuan yang sama dan menciptakan kohesi serta sinergi dalam upaya mencapai kesuksesan jangka panjang. Visi bersama tidak hanya berfungsi sebagai panduan strategis, tetapi juga sebagai sumber motivasi yang kuat, yang menginspirasi karyawan untuk berkontribusi secara maksimal.

3. Keterbukaan Pikiran

Menurut Javier et al (2020) keterbukaan pikiran, mengindikasikan sejauh mana perusahaan merinci kebijakan perusahaan, landasan atau normativitas yang berkaitan dengan keterbukaan terhadap ide dan/atau inisiatif baru yang diusung oleh kolaborator. Keterbukaan pikiran dalam perusahaan merupakan aspek krusial yang berperan dalam mendorong inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan organisasi. Keterbukaan pikiran, atau sering disebut sebagai *open-mindedness*, mengacu pada kemampuan dan kemauan individu atau kelompok dalam organisasi untuk menerima ide-ide baru, perspektif yang berbeda, dan perubahan. Ini adalah fondasi bagi pembelajaran organisasi yang efektif, di mana karyawan dan manajemen

secara aktif mencari dan merespons informasi baru yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan.

1.6.1.2 Manfaat Orientasi Pembelajaran Bagi Perusahaan

Orientasi pembelajaran memiliki beberapa manfaat atau kegunaan bagi perusahaan. Berikut beberapa manfaat diantaranya:

1. Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Karyawan yang berorientasi pembelajaran lebih termotivasi, adaptif, dan mampu menyelesaikan masalah dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.
2. Meningkatkan Inovasi. Budaya belajar yang kuat mendorong terciptanya ide-ide baru, produk dan layanan inovatif, serta proses yang lebih efisien, sehingga meningkatkan daya saing perusahaan.
3. Meningkatkan Adaptasi Perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pembelajaran lebih mampu beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan peluang baru, di pasar yang dinamis.
4. Meningkatkan Kepuasan Kerja. Karyawan yang merasa tertantang dan dihargai untuk belajar dan berkembang lebih cenderung puas dengan pekerjaan mereka. Yang pada gilirannya meningkatkan kinerja perusahaan.

1.6.2 Dinamisme Pasar

Dinamisme pasar mengacu pada tingkat perubahan yang cepat dan ketidakpastian yang terus-menerus dalam struktur pasar, kebutuhan pelanggan, produk, dan persyaratan teknologi. Dinamisme ini berasal dari banyak faktor di lingkungan, termasuk pasar, pesaing, teknologi baru, dan pelanggan yang harus

selalu dipantau dengan cermat dan pengembangan berkelanjutan harus dilakukan. Dinamisme pasar menurut Gupta dan Singh (2023) menjelaskan bahwa dinamika pasar adalah kekuatan yang mempengaruhi harga dan perilaku produsen serta konsumen. Dinamika ini menciptakan sinyal pasar yang berasal dari perubahan dalam permintaan dan penawaran barang dan jasa. Emosi manusia juga menjadi faktor selain harga, permintaan, dan penawaran.

Pedeliento et al. (2023) mengulas dinamika sistem pasar (MSD) dengan menekankan pentingnya memahami pasar sebagai unit analisis yang terus berubah dan berkembang. Mereka menyarankan bahwa MSD telah berkembang menjadi pendekatan pasar yang semakin multi-aktor, teoretis-plural, dan berbasis pada metodologi longitudinal. Kekuatan ini menciptakan sinyal harga yang dihasilkan dari perubahan penawaran dan permintaan untuk produk atau layanan tertentu.

1.6.2.1 Indikator Dinamisme Pasar

Menurut Zehir et al (2019) diadaptasi dari penelitian Miller dan Droge (1986) terdapat beberapa indikator untuk dinamisme pasar diantaranya sebagai berikut.

1. Perubahan cepat dalam preferensi pelanggan

Preferensi pelanggan dapat dipahami sebagai hasil interaksi kompleks antara individu dan lingkungan pasar yang terus berubah, di mana setiap individu memiliki keunikan dalam mengevaluasi dan memilih produk atau layanan yang mereka konsumsi. Menurut Kotler dan Keller (2016), preferensi pelanggan adalah pilihan dan kecenderungan konsumen dalam memilih produk atau jasa tertentu

berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka. Sementara perubahan cepat dalam preferensi pelanggan menurut Solomon (2018), merujuk pada pergeseran mendadak dalam kebutuhan dan keinginan konsumen yang seringkali dipengaruhi oleh tren, teknologi, dan informasi terbaru.

2. Perubahan pesat dalam teknologi

Perubahan pesat dalam teknologi merujuk pada laju akselerasi inovasi dan penyebaran teknologi baru yang terjadi dalam skala global. Fenomena ini mencakup evolusi dari teknologi analog ke digital, peningkatan konektivitas melalui internet, serta kemunculan teknologi cerdas seperti kecerdasan buatan (AI) yang mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, dan berinteraksi. Menurut Schwab (2016), perubahan pesat dalam teknologi adalah peningkatan atau transformasi signifikan dalam teknologi yang terjadi dalam jangka waktu yang relatif singkat, seringkali mengakibatkan perubahan besar dalam cara individu dan organisasi beroperasi.

3. Perubahan cepat dalam fashion produk

Perubahan cepat dalam produk fashion mengacu pada fenomena industri mode yang bergerak dengan kecepatan tinggi, di mana tren dan gaya berubah dengan sangat cepat, sering kali sebagai respons terhadap permintaan konsumen dan dinamika pasar global. Menurut Hines dan Bruce (2017), perubahan cepat dalam produk fashion merujuk pada pergeseran yang signifikan dalam desain, gaya, dan preferensi konsumen yang terjadi dalam waktu yang singkat, seringkali dipengaruhi oleh tren musiman dan sosial.

4. Perubahan aktivitas pasar pesaing

Perubahan aktivitas pasar pesaing merupakan suatu konsep yang menggambarkan dinamika interaksi antara perusahaan dalam suatu industri yang terus berubah dan berevolusi. Menurut Barney dan Hesterly (2015), perubahan aktivitas pasar pesaing merujuk pada pergeseran dalam strategi pemasaran, inovasi produk, harga, distribusi, dan promosi yang dilakukan oleh pesaing untuk mendapatkan keuntungan kompetitif.

1.6.2.2 Dinamisme Pasar dan Kebutuhan Pembelajaran

Menurut Eisenhardt & Martin (2000) Lingkungan yang dinamis membutuhkan pembelajaran tinggi. ketika persaingan ketat dan teknologi berubah dengan cepat, perusahaan yang berorientasi pembelajaran lebih mampu beradaptasi dan bertahan. Kebutuhan akan informasi dan keterampilan baru meningkat, sehingga perusahaan perlu terus belajar dan berinovasi.

Kemudian menurut Duncan (1972) Lingkungan yang stabil membutuhkan pembelajaran moderat. Dalam lingkungan yang stabil dan dapat diprediksi, perusahaan mungkin tidak perlu berorientasi pembelajaran yang tinggi. Namun, tetap diperlukan pembelajaran untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan mengantisipasi perubahan yang mungkin terjadi di masa depan.

1.6.3 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana sebuah perusahaan berhasil mencapai tujuannya. Definisi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari keuangan, operasional, hingga kepuasan pelanggan.

Menurut Kaplan dan Norton (2015), kinerja perusahaan adalah ukuran efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya melalui penggunaan sumber daya secara optimal.

Dalam konteks akademis, kinerja perusahaan sering kali dianalisis melalui berbagai metrik yang mencerminkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Menurut Fahmi (2014), kinerja perusahaan adalah gambaran kondisi perusahaan yang merupakan hasil dari kegiatan manajemen dan dapat diukur menggunakan alat analisis.

Selain itu, kinerja perusahaan juga mencakup aspek non-keuangan seperti inovasi, kepuasan pelanggan, dan pembelajaran organisasi. Sebuah studi oleh Mulyadi dan J. Setyawan (2001) menunjukkan bahwa tujuan pengukuran kinerja adalah untuk memotivasi personel dalam mencapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan. Ini menegaskan bahwa kinerja perusahaan tidak hanya diukur melalui angka-angka finansial, tetapi juga melalui kontribusi terhadap pengembangan sumber daya manusia dan inovasi.

1.6.3.1 Indikator Kinerja Perusahaan

Menurut Khanka (2009) dalam Dahmiri et al (2023) terdapat beberapa indikator untuk kinerja perusahaan diantaranya sebagai berikut:

1) Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah suatu ukuran yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dari tahun ke tahun. Konsep ini sering kali dihubungkan dengan peningkatan market share dan

profitabilitas perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah atau nilai penjualan yang dicapai perusahaan selama periode tertentu, seringkali dibandingkan dengan periode sebelumnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada guna mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

2) Pertumbuhan laba

Pertumbuhan laba adalah suatu indikator yang mengukur kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba bersihnya dari tahun ke tahun. Konsep ini mencerminkan efektivitas strategi bisnis dan operasional perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Harahap (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba bersih dibanding tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan laba tidak hanya mengukur peningkatan nominal laba, tetapi juga perubahan relatif terhadap laba di periode sebelumnya.

3) Pertumbuhan modal

Pertumbuhan modal dapat diartikan sebagai proses peningkatan kapasitas modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2016), pertumbuhan modal adalah peningkatan jumlah modal yang dimiliki perusahaan, baik melalui investasi eksternal maupun internal. Pertumbuhan modal dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, karena memungkinkan perluasan produksi dan peningkatan efisiensi.

1.6.3.2 Tantangan dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Meningkatkan kinerja perusahaan bukanlah hal yang mudah dan membutuhkan usaha yang berkelanjutan. Beberapa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan kinerja diantaranya:

1. Persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat di pasar dapat membuat perusahaan sulit untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Perubahan dinamika pasar yang cepat. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, seperti perubahan teknologi, preferensi pelanggan, dan regulasi. Perubahan pasar yang cepat dapat membuat perusahaan sulit untuk memprediksi tren dan kebutuhan pelanggan di masa depan. Hal ini dapat menyebabkan perusahaan membuat keputusan yang salah dan kehilangan peluang pasar.
3. Perubahan regulasi. Perubahan regulasi dapat memberikan beban tambahan bagi perusahaan dan membuat perusahaan sulit untuk beradaptasi.

1.6.4 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini berikut beberapa penelitian terdahulu beserta kesimpulan dan perbedaannya.

Tabel 0.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Jarosław Karpacz and Anna Wojcik-Karpacz (2024)	The relationship between learning orientation, firm performance and market dynamism in MSMEs operating in technology parks in	Penelitian menemukan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan namun mereka tidak mengklasifikasikan	Menggunakan metode kuantitatif dengan topik yang sama	Studi kasus pada taman teknologi di polandia

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		Poland: an empirical analysis	dinamika pasar sebagai moderator hubungan antara orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan.		
2	Songül Zehir, Melike Zehir (2019)	MARKET DYNAMISM, LEARNING ORIENTATION, FIRM INNOVATIVENESS AND FIRM PERFORMANCE: A PATH ANALYSIS	Penelitian ini menemukan bahwa dinamisme pasar memiliki dampak positif pada orientasi pembelajaran yang selanjutnya mempengaruhi keinovatifan dan kinerja perusahaan	Memiliki topik yang tidak jauh berbeda dan menggunakan metode kuantitatif.	Terdapat variabel tambahan yaitu inovasi dengan studi kasus yang berbeda pula.
3	Juan David Reyes-Gómez, Pilar López, Josep Rialp (2024)	The relationship between strategic orientations and firm performance and the role of innovation: a meta-analytic assessment of theoretical models	Inovasi memiliki peran mediasi penuh dalam hubungan antara strategi orientasi dan kinerja perusahaan.	Meneliti dua variabel yang sama yaitu orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan	Artikel ini tidak hanya fokus pada orientasi pembelajaran namun pada semua strategi orientasi
4	Jawad Hussain, Kamariah Ismail, Ch. Shoaib Akhtar (2015)	Learning Orientation and Firm Performance: A Review of Literature	Makalah ini mengakui LO sebagai bahan utama untuk kesuksesan organisasi karena LO membantu organisasi untuk merancang kerangka kerja untuk menciptakan dan berbagi pengetahuan untuk meningkatkan kemampuannya dan berkinerja lebih baik.	Meneliti orientasi pembelajaran pada UKM dan dampaknya pada kinerja perusahaan.	Penelitian kualitatif
5	Mark Anthony Farrell, Edward Oczkowski, Radwan Kharabsheh	Market orientation, learning orientation and organisational performance in international joint ventures	Penelitian ini menemukan bahwa orientasi pembelajaran dan pasar berpengaruh terhadap kinerja organisasi dalam joint venture internasional.	Meneliti orientasi pembelajaran terhadap kinerja suatu perusahaan.	Studi kasus pada perusahaan joint venture internasional bukan UMKM
6	Yunita Adi Ciptaningrum (2018)	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, Inovasi, dan Keunggulan Bersaing	Studi ini menemukan bahwa orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan	Kedua studi menekankan pentingnya orientasi pembelajaran	Tidak ada variabel dinamisme pasar sebagai

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		Terhadap Kinerja Perusahaan Pada UKM Perak di Yogyakarta	inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan UKM Perak di Yogyakarta.	dalam meningkatkan kinerja perusahaan.	variabel moderator.
7	Mochammad Nurrochmat Damarjati, Sutianingsih Sutianingsih (2023)	Peran Strategi Bisnis Memediasi Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Manajemen Dan Dampak Work From Home Pada Kinerja Perusahaan.	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh langsung Orientasi pembelajaran terhadap kinerja merupakan pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja perusahaan UMKM di Kabupaten Sragen.	Kedua studi menekankan pentingnya orientasi pembelajaran dalam meningkatkan kinerja perusahaan.	Tidak ada variabel dinamisme pasar sebagai variabel moderator.
8	Agus Irwan Priyono dan Nugroho Mardi Wibowo	PENGARUH ORIENTASI PASAR, PEMBELAJARAN ORGANISASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN GRESIK	Hasil dan simpulan dalam penelitian ini adalah orientasi pasar, pembelajaran organisasi, dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di kabupaten Gresik.	Kedua studi menekankan pentingnya orientasi pembelajaran dalam meningkatkan kinerja perusahaan.	Tidak ada variabel dinamisme pasar sebagai variabel moderator.
9	Mardelisa Elfandini (2018)	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan “Studi Kasus Pada UKM Bakpia di Yogyakarta”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan pada UKM Bakpia di Yogyakarta.	Kedua penelitian mengkaji pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan.	Tidak menggunakan variabel dinamisme pasar sebagai moderator.
10	Wijaya, S.	Dinamisme Pasar dan Kinerja UMKM: Studi Empiris di Wilayah Bandung	Dinamisme pasar secara signifikan mempengaruhi kinerja UMKM, dengan pasar yang lebih dinamis memberikan tantangan dan peluang yang lebih besar.	Mengkaji dampak dinamisme pasar pada kinerja UMKM.	Tidak mengaitkan dengan orientasi pembelajaran.

Sumber: Hasil analisis penulis 2024

1.7 Kerangka Pemikiran

Peningkatan kinerja perusahaan adalah salah satu tujuan utama setiap organisasi, termasuk UMKM distro di kawasan Trunojoyo, Bandung. Dalam upaya mencapai kinerja yang optimal, orientasi pembelajaran menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan. Orientasi pembelajaran merupakan sikap dan perilaku organisasi dalam mengumpulkan, menyebarkan, dan menggunakan pengetahuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Namun, dalam konteks pasar yang dinamis, pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan mungkin dipengaruhi oleh tingkat perubahan dan ketidakpastian dalam pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana orientasi pembelajaran mempengaruhi kinerja perusahaan dengan mempertimbangkan dinamisme pasar sebagai variabel moderator juga menguji apakah tingkat dinamisme pasar memperkuat atau melemahkan pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan.

Kawasan Trunojoyo, Bandung, dikenal sebagai pusat distribusi produk-produk mode dengan banyak UMKM distro yang bersaing ketat. Penelitian ini akan mengambil sampel dari UMKM distro di lokasi tersebut untuk menguji model konseptual yang diusulkan. Data akan dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan pemilik atau manajer UMKM untuk mengukur orientasi pembelajaran, kinerja perusahaan, dan dinamisme pasar yang mereka alami.

1.7.1 Hubungan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Karpacz et al (2024) dalam penelitiannya menyebutkan pengaruh langsung orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan adalah positif untuk

UMKM. Orientasi pembelajaran yang lebih tinggi biasanya dikaitkan dengan kinerja perusahaan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan tingkat orientasi pembelajaran di UMKM, kondusif untuk mencapai kinerja yang lebih baik daripada pesaing utama mereka.

Sementara itu menurut (Hernandez-Linares, Kellermanns & Lopez-Fernandez, 2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar sebagian besar memiliki hubungan yang positif dengan kinerja perusahaan, sementara efek orientasi pembelajaran tampaknya kurang stabil terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, menurut (Lam, Lee, Keng-Boon Ooi, & Lin, 2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran tidak secara langsung berdampak positif pada kinerja perusahaan melainkan hanya ada dampak secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi.

1.7.2 Hubungan Dinamisme Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Wilden dan Gudergan (2015), perubahan cepat dalam pasar seringkali mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi inovatif dan fleksibel, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan mereka. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengadopsi pendekatan dinamisme pasar ini akan lebih siap menghadapi tantangan masa depan dan memanfaatkan peluang yang muncul untuk mencapai pertumbuhan kinerja perusahaan.

Sementara itu menurut Kafouros et al (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa dinamisme pasar yang tinggi melemahkan peran kualitas institusi yang pada gilirannya melemahkan pula kinerja perusahaan. Ketika pasar

sangat dinamis, perusahaan harus sering kali melakukan penyesuaian dan adaptasi yang cepat untuk tetap kompetitif. Namun, jika institusi-institusi yang ada tidak mampu mendukung kebutuhan perusahaan dalam situasi yang cepat berubah ini, maka perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam menyesuaikan diri yang pada akhirnya melemahkan kinerja perusahaan.

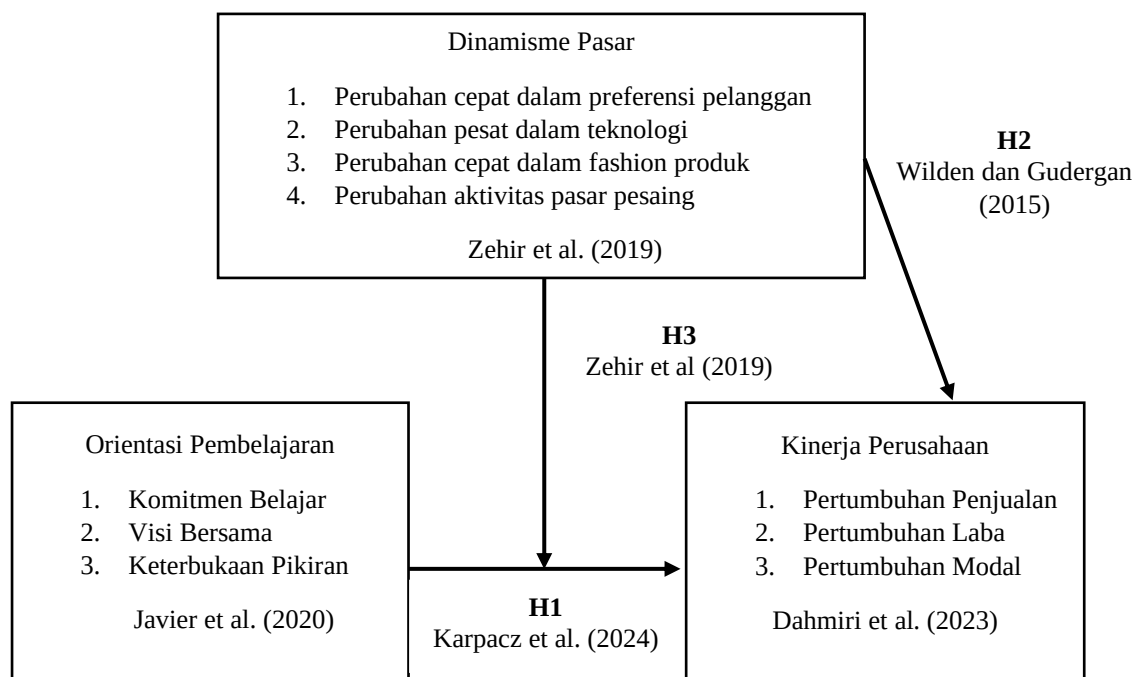
1.7.3 Hubungan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Dimoderasi Oleh Dinamisme Pasar

Menurut Karpacz et al (2024), dalam penelitiannya menganalisis hubungan antara orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan menyelidiki peran moderasi dinamisme pasar. Mereka menemukan bahwa kinerja perusahaan mendapat manfaat dari perilaku yang terkait dengan orientasi pembelajaran. Namun, mereka tidak mengklasifikasikan dinamika pasar sebagai moderator hubungan antara orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan.

Namun menurut Zehir et al (2019), dinamika pasar yang tinggi memerlukan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat serta kinerja mereka untuk mempertahankan eksistensi mereka. Penelitian mereka menunjukkan bahwa dinamika pasar memiliki efek moderasi pada hubungan antara orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan.

Dari sumber-sumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa orientasi pembelajaran memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, terutama dalam konteks pasar yang dinamis. Namun, peran dinamika pasar sebagai

moderator masih menjadi topik yang diperdebatkan dan memerlukan penelitian lebih lanjut. Orientasi pembelajaran tampaknya berfungsi sebagai katalis untuk inovasi dan peningkatan kinerja, tetapi hubungan ini bisa juga dimoderasi oleh dinamika pasar.



Gambar 0.1 Paradigma Penelitian

Sumber: Hasil olah penulis 2024

1.8 Hipotesis

Berdasarkan pemaparan diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga Orientasi Pembelajaran Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan

H2: Diduga Dinamisme Pasar Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan

H3: Diduga Dinamisme Pasar Memoderasi Hubungan Antara Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan