

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kemampuan Inovasi

2.1.1.1 Pengertian Kemampuan Inovasi

Kemampuan inovasi adalah kemampuan perusahaan dalam menemukan gagasan baru baik dalam proses, produk dan layanan baru dalam upaya mendorong kesuksesan perusahaan serta menciptakan perbedaan dengan pesaingnya (**Wang & Dass, 2017**). Kemampuan inovasi juga berguna dalam mendorong performa perusahaan di pasar. Dalam (**Rajapathirana & Hui, 2018; YuSheng & Ibrahim, 2020**) menyebutkan bahwa kemampuan inovasi dapat memberikan pembaharuan dalam pengembangan produk baru melalui teknologi serta sebagai salah satu strategi bertahan dalam persaingan. Adapun dalam **Sumainah Fauziah (2022)** menyebutkan bahwa UMKM pada dasarnya juga harus memiliki daya kreatifitas yang tinggi sehingga dapat bersaing dengan perusahaan besar maupun UMKM lainnya. Kemampuan inovasi tidak hanya terbatas pada inovasi produk dan proses saja, tetapi juga mencakup inovasi dalam model bisnis, pemasaran, dan aspek organisasional lainnya. Inovasi dalam model bisnis dapat meliputi perubahan dalam cara perusahaan menghasilkan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan, sedangkan inovasi pemasaran dapat mencakup perubahan dalam desain produk, kemasan, promosi, atau strategi penempatan produk.

Pada dasarnya definisi inovasi tersebut berfokus pada dua hal, yaitu inovasi produk dan inovasi proses. Mengelola kreativitas dan kemampuan inovasi adalah salah satu elemen fundamental dari organisasi inovatif (**Rizki Zulfikar, 2017**). Hal tersebut didasarkan bahwa kedua hal tersebut memiliki dampak sosial dan ekonomi yang berbeda. Pada hal inovasi produk, terdapat pengenalan produk baru (new products) yang umumnya dianggap memiliki dampak yang jelas dan positif terhadap pertumbuhan income, sementara pada hal inovasi proses lebih dilihat dari sisi peningkatan efisiensi (costcutting). Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan inovasi merupakan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pembaharuan pada usahanya yang dapat memberikan peningkatan dalam performa usaha di pasar, baik melalui inovasi produk, proses, model bisnis, pemasaran, maupun aspek organisasional lainnya.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Inovasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kemampuan Inovasi menurut (**Nayda & Nyi Nyoman, 2017**) yang mengutip dari beberapa penelitian terdahulu terdapat 4 indikator yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Packaging Desain Produk (Lee & Xu, 2020; Rundh, 2016).

Kemampuan untuk merancang kemasan produk yang inovatif dan menarik merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk. Kemampuan untuk mengembangkan kemasan ramah lingkungan merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena konsumen semakin peduli dengan isu keberlanjutan dan

menghargai kemasan yang dapat didaur ulang atau terbuat dari bahan yang ramah lingkungan.

B. Penambahan Varian Produk (Saeed et al., 2015; Ngo & O'Cass, 2013)

Kemampuan untuk mengembangkan varian produk baru yang sesuai dengan preferensi dan gaya hidup konsumen merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena variasi produk dapat memperluas jangkauan pasar dan memenuhi kebutuhan yang beragam. Kemampuan untuk mengombinasikan fitur atau bahan baku yang berbeda dalam pengembangan varian produk merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena kombinasi elemen baru dapat menciptakan produk yang lebih menarik dan unik

C. Pengembangan Kualitas (Prajogo & Sohal, 2003; Sadikoglu & Zehir, 2010).

Kemampuan untuk meningkatkan kualitas produk melalui perbaikan proses atau penggunaan bahan baku yang lebih baik merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena kualitas yang lebih tinggi dapat memenuhi standar yang lebih ketat dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Kemampuan untuk menerapkan teknologi baru dalam proses produksi untuk meningkatkan kualitas merupakan komponen faktor kemampuan inovasi karena teknologi terbaru dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih konsisten dan efisien

2.1.1.3 Konsep-Konsep Kemampuan Inovasi

Menurut (Saunila, 2016), ada tiga konsep tentang kemampuan inovasi yang mencakup sebagai berikut:

A. Perspektif Sumber Daya

Kemampuan inovasi dianggap sebagai sumber daya strategis yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Kemampuan inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengomersialkan produk atau layanan baru yang bernilai tambah.

B. Perspektif Proses

Kemampuan inovasi dipandang sebagai proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas dan praktik yang terkait dengan pengembangan dan implementasi ide-ide baru. Proses ini melibatkan pencarian peluang, pengembangan konsep, pengujian, dan komersialisasi inovasi.

C. Perspektif Hasil, kemampuan inovasi dievaluasi berdasarkan hasil atau output yang dihasilkan, seperti jumlah inovasi yang dihasilkan, tingkat keberhasilan komersialisasi, dan dampak inovasi terhadap kinerja perusahaan.

2.1.1.4 Indikator Kemampuan Inovasi

Dalam **Nayda & Nyi nyoman, (2017)** menyebutkan ada beberapa hal yang dijadikan dalam indikator kemampuan inovasi :

1. Packaging Desain Produk

Kemampuan perusahaan dalam melakukan pembaharuan atau penyempurnaan pada kemasan produk. Seperti memperbarui desain, bahan, ukuran, bentuk, warna, label, dan lain sebagainya dari kemasan produk agar lebih menarik dan informatif.

2. Penambahan Varian Produk

Kemampuan perusahaan dalam mengeluarkan model, ukuran, atau jenis baru dari produk yang telah ada sebelumnya. Penambahan varian produk ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

3. Pengembangan Kualitas

Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual melalui formulasi ulang, manufaktur ulang, serta pengujian kualitas yang lebih ketat. Tujuannya menghasilkan produk dengan kualitas, kehandalan, dan kinerja yang lebih baik.

2.1.2 Kinerja Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Inovasi

Kinerja inovasi adalah keberhasilan di dalam mencapai sasaran-sasaran dan tujuan inovasi pada perusahaan baik pada dimensi produk, proses maupun manajemen (**Nofiarni 2021**). Sedangkan menurut **Dhewanto (2020)**, kinerja inovasi merupakan tingkat pencapaian atau prestasi yang dicapai perusahaan hasil dari implementasi dan pengembangan inovasi di perusahaan. Dalam pernyataan **Sutanto (2022)** menyebutkan bahwa kinerja inovasi merupakan ukuran-ukuran yang sifatnya multidimensional dan digunakan untuk menilai sejauh mana keberhasilan suatu aktivitas inovasi.

Kinerja inovasi juga dapat dipandang sebagai hasil akhir dari proses inovasi yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut perspektif ini, kinerja inovasi mencerminkan sejauh mana perusahaan berhasil mengubah input inovasi menjadi output yang bernilai (**Boachie-Mensah & Acquah, 2015**). Input inovasi dapat

berupa investasi dalam penelitian dan pengembangan, perekrutan tenaga kerja yang terampil, adopsi teknologi baru, atau akuisisi pengetahuan dari sumber eksternal. Sementara itu, output inovasi dapat berupa produk atau layanan baru, proses produksi yang lebih efisien, model bisnis yang inovatif, atau bahkan penciptaan pasar baru. Kinerja inovasi yang baik berarti perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan kapabilitas internalnya untuk menghasilkan inovasi yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Selain itu, kinerja inovasi juga dapat dilihat sebagai kemampuan perusahaan untuk terus memperbarui dirinya dan menyesuaikan dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (**Alegre & Chiva, 2008**). Dalam konteks ini, kinerja inovasi bukan hanya diukur dari jumlah inovasi yang dihasilkan, tetapi juga dari kemampuan perusahaan untuk secara berkelanjutan mengembangkan dan mengadopsi inovasi baru seiring dengan perubahan kebutuhan pasar, teknologi, regulasi, dan faktor-faktor eksternal lainnya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja inovasi merupakan tingkat pencapaian tujuan dan sasaran aktivitas inovasi yang dilakukan perusahaan berdasarkan berbagai ukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif. Kinerja inovasi yang baik menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengimplementasikan dan mengembangkan ide atau gagasan baru untuk meningkatkan produk, proses, maupun manajemennya.

2.1.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Inovasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Inovasi menurut (Prajogo, 2018) dalam penelitian terdahulu mengungkapkan terdapat 4 indikator yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Efektivitas Inovasi (Alegre & Chiva, 2008; Prajogo, 2018).

Kemampuan untuk menghasilkan inovasi yang memberikan nilai tambah dan manfaat bagi perusahaan merupakan komponen faktor kinerja inovasi. Kemampuan untuk mengimplementasikan inovasi secara efektif dan efisien merupakan komponen faktor kinerja inovasi

B. Tingkat Kebaruan Inovasi Produk (Gatignon et al., 2002; Prajogo, 2018).

Kemampuan untuk mengembangkan produk yang benar-benar baru dan belum pernah ada di pasar merupakan komponen faktor kinerja inovasi. Kemampuan untuk meningkatkan atau memperbaharui produk yang sudah ada dengan fitur atau fungsi baru merupakan komponen faktor kinerja inovasi

C. Ketepatan Waktu Pengembangan Produk Inovatif (Kessler & Chakrabarti, 1996; Prajogo, 2018)

Kemampuan untuk meluncurkan produk inovatif ke pasar lebih cepat dibandingkan pesaing merupakan komponen faktor kinerja inovasi. Kemampuan untuk mempersingkat waktu pengembangan produk inovatif secara signifikan merupakan komponen faktor kinerja inovasi

D. Pencapaian Target Inovasi (Alegre & Chiva, 2008; Prajogo, 2018).

Kemampuan untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan dalam upaya pengembangan inovasi merupakan komponen faktor kinerja inovasi. Kemampuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi atau harapan dalam pengembangan inovasi merupakan komponen faktor kinerja inovasi

2.1.2.4 Konsep-Konsep Kinerja Inovasi

Menurut (Hagedoorn & Cloudt, 2003; Gunday et al., 2011), ada tiga konsep tentang kinerja inovasi yang mencakup sebagai berikut:

A. Perspektif Hasil (Output)

Kinerja inovasi dievaluasi berdasarkan hasil atau output yang dihasilkan, seperti jumlah inovasi produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar, tingkat keberhasilan komersialisasi inovasi, dan dampak inovasi terhadap kinerja perusahaan seperti pangsa pasar, penjualan, atau profitabilitas.

B. Perspektif Proses

Kinerja inovasi dipandang sebagai proses yang mencakup serangkaian aktivitas dan praktik yang terkait dengan pengembangan dan implementasi ide-ide baru. Proses ini melibatkan identifikasi peluang, pengembangan konsep, pengujian, dan komersialisasi inovasi.

C. Perspektif Kemampuan (Capability)

Kinerja inovasi dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengomersialkan produk, layanan, atau proses baru yang

bernilai tambah. Kemampuan ini melibatkan sumber daya manusia, teknologi, pengetahuan, dan proses yang memungkinkan perusahaan untuk berinovasi secara efektif.

2.1.2.4 Indikator Kinerja Inovasi

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja inovasi menurut **Prajogo (2018)** antara lain:

1. Efektivitas inovasi

Efektivitas inovasi Menunjukkan sejauh mana inovasi yang dihasilkan telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, seperti peningkatan penjualan, pangsa pasar, efisiensi biaya, dan profitabilitas. Semakin efektif inovasi maka semakin positif pengaruhnya bagi kinerja perusahaan.

2. Tingkat kebaruan inovasi produk

Tingkat kebaruan inovasi produk Mengacu pada seberapa jauh produk baru yang dihasilkan dari kegiatan inovasi berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya. Semakin tinggi tingkat kebaruannya, semakin besar nilai yang diberikan kepada pelanggan.

3. Ketepatan waktu pengembangan produk inovatif

Ketepatan waktu pengembangan produk inovatif menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan meluncurkan produk inovatif ke pasar sebelum pesaing. Penting untuk mendapatkan first-mover advantage. Semakin cepat waktu ke pasar, semakin baik

4. Pencapaian target inovasi

Pencapaian target inovasi Merujuk pada tingkat pencapaian jumlah inovasi yang ditargetkan dalam suatu periode tertentu, misalnya jumlah patent, prototype, atau produk baru yang dihasilkan per tahun.

2.1.3 Performa Bisnis

2.1.3.1 Pengertian Performa Bisnis

Performa bisnis adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam mengelola sumber-sumber perusahaan yang ada di perusahaan secara efektif selama periode tertentu **(Mulyadi 2021)**. Dalam pernyataan Menurut **(Ferreira 2020)**, performa bisnis merupakan sekumpulan indikator keuangan dan non keuangan yang memberikan informasi mengenai tingkat pencapaian tujuan organisasi dalam periode tertentu. Performa bisnis mengacu pada sejauh mana perusahaan beroperasi secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan bisnisnya berdasarkan standar dan kriteria yang relevan **(Wang 2022)**

Kinerja bisnis merupakan pencapaian maupun prestasi yang diraih oleh pengusaha melalui pengelolaan **(Sari, Ayu Patika ,2021)** Performa bisnis juga dapat dipandang sebagai cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengeksekusi strategi bisnis dan mengimplementasikan rencana aksinya dengan baik. Dalam konteks ini, performa bisnis tidak hanya diukur dari capaian akhir berupa angka-angka keuangan atau indikator kuantitatif lainnya, tetapi juga dari seberapa lancar dan efisien proses-proses bisnis internal perusahaan berjalan. Perusahaan dengan performa bisnis yang baik adalah perusahaan yang mampu

mengintegrasikan berbagai fungsi dan aktivitas bisnisnya secara kohesif, sehingga terjadi sinergi yang mendorong tercapainya tujuan perusahaan secara optimal.

Selain itu, performa bisnis juga dapat dilihat dari sudut pandang stakeholder, terutama pelanggan dan karyawan. Kinerja ini juga adalah hasil kerja yang memiliki kaitan yang erat dengan tujuan strategi dari suatu organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusi terhadap perekonomian **(Ryfalda Aurelyca Fathulloh Putri, Muhammad Iffan, 2024)**. Bagi pelanggan, performa bisnis yang baik tercermin dari kualitas produk atau layanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan, serta nilai tambah yang diperoleh. Sementara bagi karyawan, performa bisnis yang baik dapat diartikan sebagai lingkungan kerja yang kondusif, sistem remunerasi yang adil, serta peluang untuk mengembangkan karir dan potensi diri. Dengan demikian, performa bisnis yang baik tidak hanya menguntungkan pemilik atau pemegang saham, tetapi juga seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa performa bisnis adalah tingkat pencapaian hasil operasi perusahaan baik secara keuangan maupun non-keuangan dalam kurun waktu tertentu yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam merealisasikan strategi dan mencapai tujuannya. Performa bisnis penting untuk dievaluasi sebagai tolak ukur efektivitas manajemen perusahaan.

2.1.3.2 Indikator Performa Bisnis

Berikut ini adalah indikator performa bisnis berdasarkan jurnal **Wang (2022)** beserta penjelasan masing-masing:

1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan apakah produk bisnis laris dan diminati konsumen atau tidak.

2. Profitabilitas

Profitabilitas diukur dengan margin laba kotor, margin laba bersih, imbal hasil aset (ROA), dan imbal hasil modal (ROI). Ini menunjukkan kemampuan bisnis menghasilkan laba dari aktivitasnya.

3. Produktivitas

Produktivitas dihitung dari rasio output produksi/pendapatan terhadap jumlah input yang digunakan. Produktivitas tinggi menandakan efisiensi operasional bisnis.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Untuk memudahkan penelitian ini, penelitian sebelumnya akan digunakan sebagai referensi. Untuk menghindari penjiplakan atau plagiasi, peneliti akan melihat dan membandingkan penelitian satu sama lain dari segi judul dan isi. Berikut ini adalah daftar penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi atau panduan untuk penelitian ini.

Tabel 2.1Tabel Penelitian Terdahulu

No	Penulis / Tahun	Judul Penelitian/ Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ida Ayu dan Nyoman (2011)	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kerajinan di Bali)	Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran	Menggunakan variabel inovasi produk dan kinerja pemasaran	Studi kasus industri kerajinan di Bali
2.	Agus Wahyudi (2012)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning	Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran	Menggunakan variable inovasi produk dan kinerja pemasaran	Studi kasus pada usaha nasi kuning
3.	Ririn Tri Ratnasari (2011)	Pengaruh Strategi Bersaing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Industri Kreatif Kota Malang	Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran dan strategi bersaing	Menggunakan variable inovasi produk dan kinerja pemasaran	Studi kasus pada industri kreatif Kota Malang

4.	Amalia Suci (2017)	Pengaruh Inovasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Survei pada Batik Diajeng Solo)	Inovasi dan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran	Menggunakan variable inovasi dan kinerja pemasaran	Studi kasus pada Batik Diajeng Solo
5.	Ririn Ambarwati (2008)	Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado	Inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran	Menggunakan variabel inovasi dan kinerja pemasaran	Studi kasus pada usaha nasi kuning di Kota Manado
6.	Oke et al. (2013)	The Influence of Innovation Capabilities on the Performance of Women-Owned Small Micro Enterprises in Nigeria	Kemampuan inovasi produk dan proses berpengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil dan mikro yang dimiliki perempuan di Nigeria.	Menggunakan variabel kemampuan inovasi dan kinerja bisnis.	Studi kasus pada usaha kecil dan mikro yang dimiliki perempuan di Nigeria.
7.	Ngo and Hang (2017)	The Impact of Innovation on the Firm Performance and Competitive Advantage of Vietnamese Manufacturing	Inovasi produk dan inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing pada perusahaan	Menggunakan variabel inovasi dan kinerja perusahaan.	Studi kasus pada perusahaan manufaktur dan konstruksi di Vietnam.

		and Construction Firms	manufaktur dan konstruksi di Vietnam.		
8.	Nuryanti dan Kustini (2018)	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar	Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar.	Menggunakan variabel inovasi produk dan kinerja usaha.	Studi kasus pada usaha mikro, kecil, dan menengah di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar.
9	Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018)	The Impact of Innovation Capability on Innovation Performance and Business Performance in SMEs: Evidence from Sri Lanka	Kemampuan inovasi yang dimiliki UKM, baik inovasi produk maupun inovasi proses, berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi yang diukur dari keberhasilan mengembangkan dan memasarkan produk/jasa baru.	Menggunakan variabel kinerja inovasi performa bisnis	Penelitian ini dilakukan pada UKM di Sri Lanka
10	Nofiarni (2021)	Analisis Pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Inovasi dan Performa Bisnis Perusahaan Manufaktur di Jawa Barat	Menemukan bahwa kemampuan inovasi yang tinggi mampu meningkatkan kinerja inovasi perusahaan dalam hal efisiensi proses dan pengembangan produk baru. Kinerja inovasi yang baik selanjutnya	Menggunakan variabel yang sama	Penelitian ini digunakan untuk studi kasus di perusahaan manufaktur

			berdampak pada peningkatan performa bisnis perusahaan, baik dari segi keuangan maupun non-keuangan.		
--	--	--	---	--	--

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang diteliti. Persaingan industri sepatu di Cibaduyut kian ketat dengan masuknya produk impor dengan desain dan teknologi yang lebih modern. Hal ini berdampak pada menurunnya kinerja penjualan sepatu lokal Cibaduyut. Selain itu, minimnya inovasi dan pembaharuan desain serta teknologi produksi dari pelaku industri Cibaduyut turut menghambat daya saing dan pertumbuhan usaha mereka.

Secara umum, kemampuan inovasi menjadi faktor penting agar suatu bisnis dapat terus tumbuh dan bersaing di tengah perubahan lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Kemampuan inovasi mencakup introduksi produk dan jasa baru, pembaharuan proses bisnis, hingga model bisnis yang inovatif. Apabila kemampuan inovasi ini diimplementasikan dengan baik, maka akan meningkatkan kinerja inovasi perusahaan, yaitu tercapainya berbagai sasaran dan metrik dari aktivitas inovasi bisnis, baik dari sisi produktivitas, kebaruan produk, hingga ketepatan waktu peluncuran inovasi. Peningkatan kinerja inovasi pada akhirnya berkontribusi terhadap performa bisnis perusahaan secara keseluruhan yang tercermin dari pencapaian pertumbuhan penjualan, profitabilitas, produktivitas operasional dan tingkat inovasi itu sendiri.

Dalam kasus industri sepatu Cibaduyut, peningkatan kemampuan inovasi para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kinerja inovasi pada tingkat toko sepatu, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan performa bisnis toko-toko tersebut dari sisi omzet penjualan, laba bersih, produktivitas hingga kemampuan menghasilkan produk-produk yang inovatif. Maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kemampuan inovasi, kinerja inovasi dan performa bisnis toko sepatu Cibaduyut guna mengetahui pengaruh antar variabel tersebut.

2.2.1 Pengaruh Variable Kemampuan Inovasi Terhadap Performa Bisnis

Menurut teori **Wang dan Dass (2017)**, kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap performa bisnis. Kemampuan inovasi merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan gagasan dan pemikiran baru untuk produk, proses maupun model bisnis yang baru. Kemampuan ini mendorong terciptanya diferensiasi dan value proposition perusahaan di pasar. Dengan demikian, implementasi kemampuan inovasi akan meningkatkan aspek-aspek performa bisnis seperti pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar, profitabilitas, serta produktivitas perusahaan.

Teori **Nayda dan Nyoman (2017)** menjelaskan bahwa kemampuan inovasi yang terimplementasi dengan baik oleh suatu perusahaan akan memperpanjang siklus hidup produk, meningkatkan efisiensi proses bisnis, serta menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan perusahaan terus bertumbuh dan beradaptasi. Pada akhirnya, inovasi ini akan meningkatkan efektivitas implementasi strategi perusahaan yang tercermin pada peningkatan berbagai metrik kinerja bisnis seperti

penjualan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peningkatan kemampuan inovasi pada toko sepatu Cibaduyut diharapkan dapat meningkatkan performa bisnis mereka dari sisi finansial dan operasional.

2.2.2 Pengaruh Variable Kinerja Inovasi Terhadap Performa Bisnis

Menurut **Park et al. (2022)**, inovasi teknologi berkontribusi besar terhadap keberhasilan bisnis perusahaan. Hasil risetnya menunjukkan bahwa aktivitas inovatif seperti pengembangan produk dan layanan baru, ekspansi lini produk, dan peningkatan efisiensi sistem produksi, mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan secara signifikan. Semakin banyak inovasi teknologi yang diadopsi dan semakin besar investasi untuk inovasi tersebut, maka semakin tinggi pula performa keuangan dan bisnis secara keseluruhan. Dengan melakukan terobosan-terobosan inovatif yang berkelanjutan, perusahaan dapat menjaga daya saing dan memperoleh posisi terdepan dalam industrinya.

Adapun menurut **Lee (2021)**, menyebutkan eco-innovation berupa inovasi pada produk dan proses produksi terbukti meningkatkan performa bisnis. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa inovasi seperti eco-product, eco-process serta efisiensi dan optimasi penggunaan energi dan material dalam proses produksi, mampu menaikkan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Dengan menerapkan strategi dalam berinovasi baik dari sisi produk maupun proses bisnis, perusahaan dapat meraih excellence operation dan keunggulan daya saing di pasarnya.

2.2.3 Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Inovasi

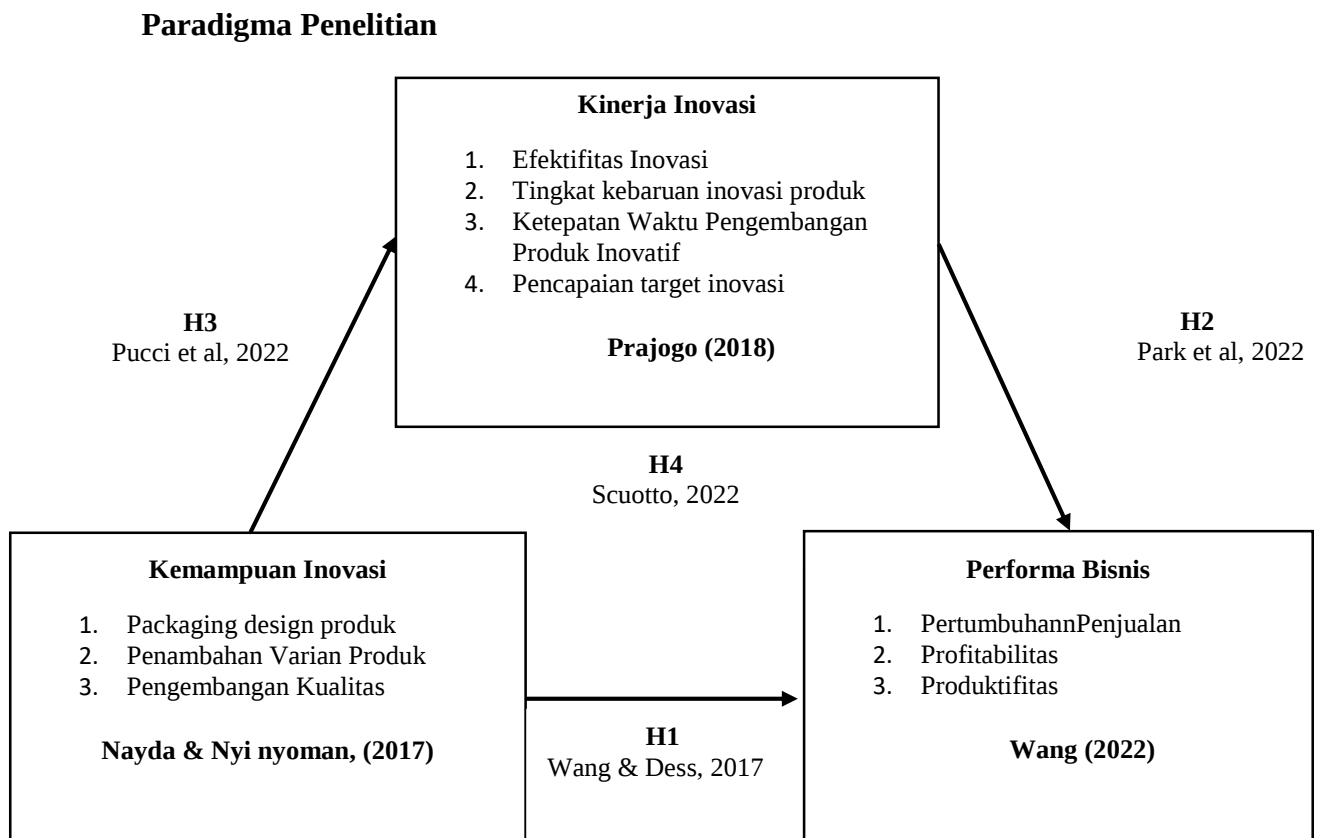
Menurut Pucci, Nosi, dan Zanni (2022), kemampuan inovatif yang dimiliki perusahaan merupakan landasan penting bagi kesuksesan implementasi strategi dan pencapaian kinerja inovasi pada perusahaan tersebut. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan inovasi pada UMKM seperti dalam hal teknologi, pengembangan produk, pemasaran hingga pembiayaan berbanding lurus dengan kinerja inovasi mereka, hal tersebut diukur dari jumlah inovasi yang berhasil dikembangkan serta dampaknya pada pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Dengan kata lain, semakin matang dan lengkap sumber daya dan kemampuan berinovasi UMKM, maka semakin efektif dan optimal pula kinerja strategi inovasi UMKM tersebut.

Selain itu adapun menurut Sáez-Martinez, Rodeiro-Pazos, dan Fernández-Menéndez (2022), kemampuan riset dan inovasi di dalam perusahaan memiliki peranan penting dalam mendorong dan mengoptimalkan kinerja inovasi perusahaan secara menyeluruh. Berdasarkan hasil riset menunjukkan bahwa semakin besar intensitas dan investasi finansial pada inovasi yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula kinerja dan kuantitas serta kualitas inovasi yang dihasilkan baik dari sisi produk, proses bisnis, maupun dampak ekonominya. Dengan demikian, peningkatan dan penguatan kemampuan inovasi harus menjadi komitmen jangka panjang bagi perusahaan agar mampu berinovasi lebih baik dan unggul dalam persaingan global.

2.2.4 Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Performa Bisnis melalui Kinerja Inovasi

Menurut **Prasad, Ramamurthy, dan Naidu (2022)**, kemampuan inovasi suatu perusahaan secara bersama-sama berkontribusi positif meningkatkan kinerja inovasi. Kinerja inovasi yang semakin baik tersebut, yang diukur dari banyaknya produk/layanan/proses baru maupun peningkatan yang dihasilkan, secara simultan mendorong peningkatan performa bisnis dan keuangan perusahaan yang meliputi pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, dan tingkat keuntungan. Dengan menguatkan pilar utama kemampuan inovasi, perusahaan dapat membangun ekosistem inovasi yang produktif dan berkelanjutan guna meraih keunggulan kompetitif di pasar.

Sementara itu, teori lain menurut **Scuotto dkk. (2022)**, terdapat hubungan simultan dan positif antara tingkat kemampuan berinovasi perusahaan dengan kinerja implementasi inovasi dan dampaknya terhadap performa bisnis perusahaan. Kemampuan inovasi yang matang dan terintegrasi terbukti secara bersamaan mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas inovasi perusahaan. Pada saat yang sama, peningkatan kinerja inovasi tersebut berhubungan erat dengan pencapaian profitabilitas dan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi bagi perusahaan. Dengan demikian, menjadi penting bagi perusahaan untuk menginvestasikan sumber daya guna mengembangkan kemampuan inovasi secara menyeluruh dan terpadu agar dapat terjadi peningkatan pada kinerja inovasi dan performa bisnisnya.



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Dari penjelasan di atas, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka ditemukan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh dari Kemampuan Inovasi terhadap Performa Bisnis di UMKM Toko Sepatu Cibaduyut..
- H2 : Terdapat pengaruh dari Kinerja Inovasi terhadap Performa Bisnis UMKM Toko Sepatu Cibaduyut.
- H3 : Terdapat pengaruh dari Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Inovasi di UMKM Toko Sepatu Cibaduyut.

H4 : Terdapat pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Performa Bisnis melalui Kinerja Inovasi pada UMKM Toko Sepatu Cibaduyut.