BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Untuk membahas dan menganalisis permasalahan, ada beberapa pendapat para ahli yang mendukung pola pikir penelitian ini antara lain:

2.1.1. Konsep Inovasi Produk

Inovasi menjadi salah satu kata kunci untuk membantu organisasi menjadi lebih kompetitif. Adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi produk, biasanya produk pesaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Keadaan tersebut dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk.

Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pasaran (Nelly, 2001 dalam Ginanjar, 2010:16). Inovasi juga didefinisikan sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada. Adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor yang mendorong terjadinya inovasi produk.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju

dibandingkan dengan produk pesaing. Menurut Hurley dan Hult (1998) dalam (Kusumo, 2006:22) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen,teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri.

Menurut Wahyono (2008) mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan.
2. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan proses atau produk secara berhasil.

Menurut Kotler (2000: 374) ada 6 golongan produk baru antara lain:

1. Produk baru bagi dunia, yaitu produk baru yang menciptakan suatu pasar yang sama sekali baru.
2. Lini produk baru, yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya.

3. Tambahan pada lini produk yang telah ada, yaitu produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap (ukuran kemasan, rasa, dan lain-lain).
4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada, yaitu produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang lelah ada.
5. Penentuan kembali posisi (*Repositioning*), yaitu produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar baru.
6. Pengurangan biaya: Yaitu produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

2.1.1.1 Proses Inovasi

Menurut Buchari Alma (2010:10), proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah: keinginan berprestasi, adanya sifat pemasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor environment mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagi pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha, apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas.

2.1.1.2 Indikator Inovasi Produk

Dari hasil penelitian dari Song dan Parry (1997) dalam Ratna Kusumawati (2010:56) diukur dengan 4 item pernyataan, yaitu:

1. Kualitas Produk
2. Multifungsi Produk
3. Keunikan Produk

2.1.2. Konsep Budaya Organisasi

2.1.2.1 Pengertian Budaya Organisasi

Budaya berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Budaya adalah pertama hasil kegiatan dan penciptaan bathin (akal budi) manusia seperti kepercayaan, kesenian, dan adat istiadat; kedua menggunakan pendekatan ilmu antropologi yaitu keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakan untuk memahami lingkungan serta pengalamannya dan yang menjadi pedoman tingkah lakunya.

Jadi budaya merupakan sebuah hasil cipta, karsa dan kepercayaan berupa nilai-nilai atau norma-norma yang berlaku pada kehidupan manusia tertentu, yang merupakan sebuah system control norma tersebut. Kemudian norma yang ditetapkan tersebut akan terus mengakar di dalam kehidupan manusia sampai budaya tersebut digantikan oleh budaya yang dianggap baru.

Organisasi merupakan pengelompokan orang-orang ke dalam aktivitas kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Dadang Suhardan, 2001:17).

Budaya Organisasi kerangka kerja kognitif yang terdiri dari sikap, nilai-nilai, norma perilaku, dan harapan yang diterima bersama oleh anggota organisasi. Jerald Greenberg & Robert A. Baron (2003:513) dalam Wibowo (2011:17).

Budaya organisasi merupakan pola kepercayaan, nilai-nilai, dan cara yang dipelajari menghadapi pengalaman yang telah dikembangkan sepanjang sejarah organisasi yang memanifetasi dalam pengaturan material dan perilaku anggota organisasi (Andrew Brown, 1998 dalam Wirawan, 2007:9).

Definisi diatas mengartikan budaya organisasi sebagai tata cara berfikir dan melakukan sesuatu yang mentradisi, yang dianut bersama oleh semua anggota organisasi, dan para anggota baru harus mempelajari paling tidak sedikit menerimanya sebagian agar mereka diterima sebagai bagian dari organisasi.

2.1.2.2 Fungsi Budaya Organisasi

Menurut Robbins (2006:725), fungsi budaya organisasi adalah :

1. Budaya mempunyai suatu peran menetapkan tapal batas, artinya budaya menciptakan perbedaan yang jelas antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain.
2. Budaya memberikan indentitas bagi anggota perusahaan.
3. Budaya mempermudah timbulnya komitmen yang lebih luas dari pada kepentingan individu.
4. Budaya itu meningkatkan kemantapan sitem sosial.
5. Budaya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu serta membentuk sikap dan perilaku karyawan.

Sedangkan menurut Taliziduhu Ndraha (2003:45-46), menjelaskan fungsi budaya perusahaan sebagai berikut :

1. Sebagai identitas dan citra suatu karyawan. Identitas ini terbentuk oleh berbagai faktor seperti sejarah, kondisi dan sisi geografis, sistem-sistem sosial, politik dan ekonomi dan perubahan nilai-nilai didalam masyarakat.
2. Sebagai pengikat suatu karyawan. Kebersamaan (*shering*) adalah faktor pengikat yang kuat seluruh anggota karyawan.
3. Sebagai sumber. Budaya merupakan sumber inspirasi, kebanggaan dan sumberdaya.
4. Sebagai kekuatan penggerak. Karena budaya terbentuk melalui proses belajar mengajar maka budaya itu dinamis, tidak statis, dan tidak kaku.
5. Sebagai kemampuan untuk membentuk nilai tambah.
6. Sebagai pola perilaku. Budaya berisi norma tingkah laku dan menggariskan batas-batas toleransi sosial.
7. Sebagai warisan. Budaya disosialisasikan dan diajarkan kepada generasi berikutnya.
8. Sebagai subtitusi (pengganti) berikutnya.
9. Sebagai mekanisme adaptasi terhadap perubahan.
10. Sebagai proses yang menjadi perusahaan kongruen.

2.1.2.3 Karakteristik Budaya Organisasi

Stephen P. Robin dalam Pabundu (2006:10-12) menjelaskan sepuluh karakteristik budaya organisasi, diantaranya :

a. Inisiatif Individual

   Inisiatif individual merupakan tingkat tanggung jawab, kebebasan setiap individu dalam mengemukakan pendapat. Inisiatif individu harus dihargai sepanjang menyangkut ide untuk memajukan dan mengembangkan organisasi.

b. Toleransi terhadap tindakan berisiko

   Toleransi kepada anggota organisasi untuk dapat bertindak agresif dan inovatif untuk kemajuan organisasi serta berani mengambil risiko terhadap apa yang dilakukannya.

c. Pengarahan

   Pengarahan mengenai kejelasan sasaran dan harapan yang diinginkan organisasi yang tercantum dalam visi, misi dan tujuan organisasi yang akan berpengaruh terhadap kondisi kinerja organisasi.

d. Integrasi

   Integrasi dimaksudkan sejauh mana suatu organisasi dapat mendorong unit-untinya untuk bekerja dengan cara yang terkondisi.

e. Dukungan manajemen

   Perhatian dan dukungan manajer terhadap bawahan sangat membantu kelancaran kinerja suatu organisasi.

f. Kontrol

   Peraturan-peraturan atau norma-norma sebagai alat kontrol suatu organisasi untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku anggota organisasi.

g. Identitas

Identitas dimaksudakn sejauhman para anggota organisasi dapat mengidentifikasi dirinya sebagai satu kesatuan dalam organisasi.

h. Sistem imbalan

Sistem imbalan seperti kenaikan gaji atau promosi dilakukan berdasarkan prestasi kerja bukan atas dasar senioritas sehingga mampu mendorong kreativitas atau perilaku inovatif sesuai dengan kemampuan dan keahlian dari anggota organisasi.

i. Toleransi terhadap konflik

Adanya perbedaan pendapat atau kritik dari anggota organisasi dapat dijadikan sebgagai media untuk melakukan perbaikan atau perubahan strategi dalam pencapaian tujuan organisasi.

j. Pola komunikasi

Adanya hierarki kewenangan dapat menghambat terjadinya pola komunikasi antara atasan dengan bawahan.

2.1.2.4 Tipe-Tipe Budaya Organisasi

Gibson (2006:37-38), mengemukakan empat tipe budaya perusahaan, diantaranya yaitu :

1. Budaya Birokrasi (*Bureauractic Culture*).

   Suatu perusahaan yang mementingkan peraturan, kebijakan, prosedur, perintah dan pengambilan keputusan yang terpusat memiliki budaya birokratis. Pihak militer, instansi pemerintah dan perusahaan memulai dan mengelola dengan

manajer yang otokrat merupakan contoh dari birokratis. Beberapa individual lebih memilih yang pasti, hierarki, dan perusahaan yang ketat, seperti perusahaan ini.

2. Budaya Keluarga (*Clan Culture*).

   Menjadi bagian dari keluarga yang bekerja, mengikuti tradisi dan adaptasi, kerjasama dan semangat, manajemen diri, dan pengaruh sosial merupakan karakteristik budaya keluarga. Karyawan bersedia untuk bekerja keras untuk suatu kompensasi yang adil, sesuai dan paket tunjangan tambahan. Dalam budaya keluarga, karyawan bersosialisasi dengan karyawan lainnya. Anggota saling menolong sesama dan sukses bersama.

3. Budaya Wirausaha (*Entrepreneurial Culture*).

   Inovasi, kreativitas, pengambilan resiko dan secara agresif mencari kesempatan menggambarkan budaya wirausaha. Karyawan mengerti akan dinamika perubahan, inisiatif individu dan otonomi dari praktik-praktik standar.

4. Budaya Pasar (*Market Culture*).

   Suatu penekanan pada pertumbuhan penjualan, peningkatan pangsa pasar, stabilitas keuangan dan keuntungan merupakan atribut-atribut budaya pasar. Karena karyawan mempunyai hubungan yang bersifat kontrak dengan perusahaan. Hanya terdapat sedikit rasa kerjasama dan hubungan dalam tipe budaya seperti ini.

2.1.2.5 Indikator Budaya Organisasi

Menurut Robbins dan Coulter (1999) dalam Tapi Rondang Ni Bulan (2010:209) mengemukakan beberapa indikator budaya organisasi diantaranya yaitu :

1. Inovasi dan mengambil resiko
2. Perhatian pada rincian
3. Orientasi pada hasil
4. Orientasi pada manusia
5. Orientasi pada tim
6. Agresif
7. Stabilitas

2.1.3 Konsep Kinerja Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Organisasi

Kinerja adalah merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun. Wibowo (2012:4). Kinerja dikatakan sebagai sebuah hasil (*output*) dari suatu proses tertentu yang dilakukan oleh seluruh komponen organisasi terhadap sumber-sumber tertentu yang digunakan (*input*). Selanjutnya, kinerja juga merupakan serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu organisasi. Dalam kerangka organisasi terdapat hubungan antara kinerja perorangan dengan kinerja organisasi. Kinerja organisasi juga ditunjukkan oleh bagaimana proses berlangsungnya kegiatan untukn mencapai tujuan perusahaan.

Kinerja Organisasi merupakan indikator tingkatan prestasi yang dapat dicapai dan mencerminkan keberhasilan manajer/pengusaha. Jadi kinerja organisasi merupakan hasil yang diinginkan organisasi dari perilaku orang-orang didalamnya. Bagi suatu organisasi, kinerja merupakan hasil dari kegiatan kerjasama diantara anggota atau komponen organisasi dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi.

> "Kinerja organisasi adalah totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi. Tercapainya tujuan organisasi berarti bahwa kinerja suatu organisasi itu dapat dilihat dari tingkatan sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya".
> (Surjadi,2009:7)

Hasil kerja yang dicapai oleh suatu instansi dalam menjalankan tugasnya dalam kurun waktu tertentu, baik yang terkait dengan *input*, *output*, *outcome, benefit* maupun *impact* dengan tanggung jawab dapat mempermudah arah penataan organisasi pemerintahan. Adanya hasil kerja yang dicapai oleh oragnisasidengan penuh tanggung jawab akan tercapai peningkatan kinerja yang efektif dan efisien.

2.1.3.2 Karakteristik Kinerja Organisasi

Kaplan dan Norton (1992:76) dalam Nursiah (2009:72) mengembangkan tolak ukur keberhasilan perusahaan yang lebih komprehensif, dinamakan *Balanced Scorecard*. Menurut konsep *balanced scorecard* kinerja perusahaan untuk mencapai keberhasilan kompetitif dapat dilihat dari empat bidang, yaitu berdasarkan :

a. Perspektif finansial

Dimana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan. Selain itu peningkatan efektifitas biaya dan utilitas asset dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

b. Perspektif Pelanggan

Dimana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan segmen pasar. Identifikasi secara tapat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan.

c. Perspektif Proses Bisnis Internal

Dimana perusahaan harus mengidentifikasi proses-proses yang paling kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pelanggan.

d. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Dimana tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finacial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi diman organisasi harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara tujuan dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan ambisius dalam ketiga perspektif itu tercapai.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Organisasi

Kinerja dalam lingkup organisasi adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh suatu organisasi dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerjanya. Kinerja organisasi tidak lepas dari faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi. Berikut dalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi menurut Ruky (2001:7) diantaranya yaitu:

1. Teknologi yang meliputi peralatan kerja dan metode kerja yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi. Semakin berkualitas teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja organisasi tersebut.
2. Kualitas input atau material yang digunakan oleh organisasi.
3. Kualitas lingkungan fisik yang meliputi keselamatan kerja, penataan ruangan dan kebersihan.
4. Budaya organisasi sebagai pola tingkah laku dan pola kerja yang ada dalam organisasi yang bersangkutan.
5. Kepemimpinan sebagai upaya untuk mengendalikan anggota organisasi agar bekerja sesuai dengan standar dan tujuan organisasi.
6. Pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi aspek kompensasi, imbalan, promosi dan lainnya.

2.1.3.4 Indikator Kinerja Organisasi

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian yang digunakan oleh Hadjimanolis dalam Prakosa (2005) dan Ratna Kusumawati (2010:56) dengan indikator :

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Produk Baru
3. Pertumbuhan Laba
4. Produktivitas Karyawan

2.1.4 Keterkaitan Antara Inovasi Produk, Budaya Organisasi dan Kinerja Organisasi

2.1.4.1. Hubungan Antara Inovasi Produk dan Kinerja Organisasi

Berdasarkan penelitian Amabile dalam Prakosa (2005) dan Ratna Kusumawati (2010:58) mengatakan bahwa inovasi sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif dalam perusahaan. Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui intoduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk-bentuk produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut yang pada gilirannya membentuk arena inovasi.

2.1.4.2 Hubungan Antara Budaya Organisasi dan Kinerja Organisasi

Moelyono Djokosantoso (2003:42) dalam Soedjono (2005:27), Semakin baik kualitas faktor-faktor yang terdapat dalam budaya organisasi maka akan semakin baik pula kinerja organisasi tersebut.

Karyawan yang sudah memahami keseluruhan nilai-nilai organisasi akan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai suatu kepribadian organisasi. Nilai dan keyakinan tersebut akan diwujudkan menjadi perilaku keseharian mereka dalam bekerja, sehingga akan menjadi kinerja individual. Didukung dengan sumber daya manusia yang ada, sistem dan teknologi, strategi perusahaan dan logistik, masing-masing kinerja individu yang baik akan menimbulkan kinerja organisasi yang baik pula.

2.1.4.3. Hubungan Antara Inovasi Produk, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi

Chalboub (2010:130) menjelaskan bahwa inovasi merupakan karakteristik budaya yang dibutuhkan untuk mengantisipasi globalisasi dan selanjutnya kemampuan inovasi sebagai budaya organisasi berdampak kepada kinerja organisasi. Budaya organisasi yang kuat akan memperkuat semangat kreativitas dan inovasi dalam pencapaian nilai dan mengarah pada perubahan iklim yang baik yang selanjutnya berdampak kepada kinerja organisasi.

2.1.5. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Tabel Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Ratna Kusumawati (2010)	Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keuggulan Bersaing	Inovasi Produk Baru berpengaruh positif terhadapa kinerja perusahaan	Sama-sama menggunakan variabel kinerja perusahaan sebagai variabel dependent	Peneliti terdahulu meneliti lebih luas mengenai karakteristik pimpinan dan keunggulan bersaing
2.	Tapi Rondang Ni Bulan (2010)	Budaya Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Di Lingkungan Industri Pembuatan Tahu	Menyimpulkan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja pelaku UKM	Sama-sama menggunakan variabel kinerja perusahaan sebagai variabel dependent	Peneliti terdahulu hanya menggunakan 2 variabel
3.	Maya Indriastuti dkk (2012)	Peningkatan Kinerja UKM dengan Pengelolaan *Intellectual Capital* dan Inovasi	Pengaruh inovasi dalam pengembangan produk menunjukan hasil positif	Sama-sama menggunakan variabel kinerja perusahaan sebagai variabel dependent	Peneliti tidak meneliti lebih luas mengenai variabel Intellectual Capital
4.	Wilson Bangun (2008)	Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan	Budaya yang kuat berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Sama-sama menggunakan variabel budaya organisasi	Peneliti terdahulu menggunakan daya saing perusahaan sebagai variabel dependent

5.	Soedjono (2005)	Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan	Budaya organisasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja organisasi	Sama-sama menggunakan budaya organisasi sebagai variabel dependent	Peneliti tidak meneliti lebih luas mengenai variabel kepuasan karyawan

2.2 Kerangka Pemikiran

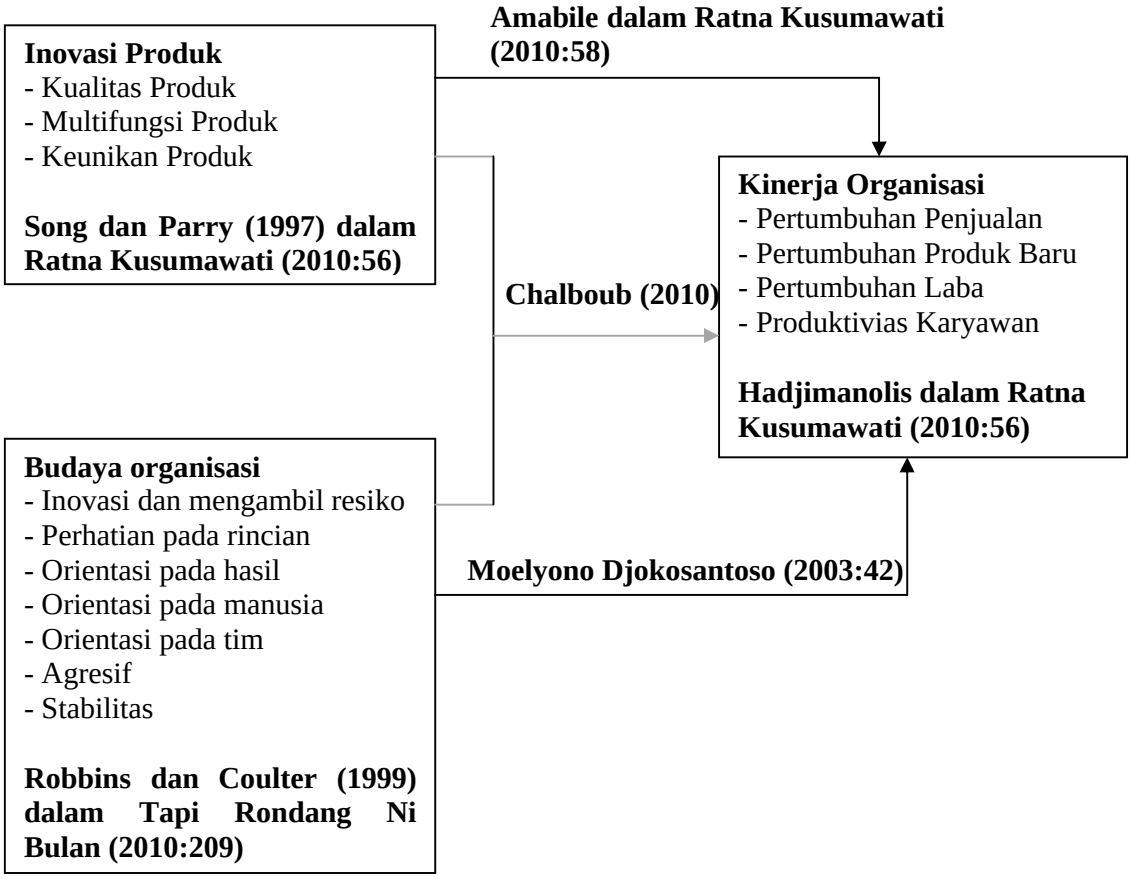
Berbagai penelitian menunjukkan beberapa faktor penting yang mendukung peningkatan kinerja organisasi diantaranya, inovasi dan budaya organisasi yang kuat. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Budaya organisasi sebagai tata cara berfikir dan melakukan sesuatu yang mentradisi, yang dianut bersama oleh semua anggota organisasi, dan para anggota baru harus mempelajari paling tidak sedikit menerimanya sebagian agar mereka diterima sebagai bagian dari organisasi.

Untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam persaingan global perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang berinovatif tinggi dan dengan biaya yang rendah, oleh karena itu penetapan strategi inovasi produk bersama-sama dengan inovasi proses sangatlah penting. Berdasarkan penelitian Tidd et Al. (2005), bersama-sama produk inovasi dan inovasi proses mengarahkan pertumbuhan dalam penguasaan pasar melalui peningkatan produktivitas dan keandalan operasional.

Disamping harus menciptakan produk dengan inovatif tinggi, budaya didalam organisasi sangat berpengaruh bagi kinerja organisasi. Pengelolaan budaya organisasi yang baik akan mempengaruhi kinerja karyawan dalam meningkatkan produktifitas perusahaan. Kepercayaan dan harapan tersebut menghasilkan nilai-nilai yang dengan kuat membentuk perilaku para individu dan kelompok anggota organisasi (Schwartz dan Davis, 1981 dalam Wirawan 2007:8).

Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Semakin tinggi kinerja perusahaan berarti bahwa budaya organisasi telah dikelola dengan baik.

Berdasarkan konsep dan definisi para ahli diatas, maka dalam penelitian ini penulis mempunyai kerangka berfikir sebagai berikut.



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian Inovasi Produk dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi

2.3 Hipotesis

Menurut **Sukirno (2004:15) :** “Hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai bagaimana variabel-variabel yang dibicarakan berkaitan satu sama lainnya”. Hipotesis dalam penelitian ini adalah Adanya pengaruh inovasi produk dan budaya organisasi terhadap kinerja organisasi baik secara parsial maupun secara simultan.