

PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN OLEH PT.KENCANA ENERGI LESTARI, TBK

Eston Septanugrah Samperuru¹, Jusni², Andi Aswan³

Universitas Hasanuddin

eston@gmail.com



e-ISSN 2686-0058

p-ISSN 2715-7695

Informasi Artikel

Tanggal masuk

04 Januari 2023

Tanggal revisi

25 Januari 2023

Tanggal diterima

31 Januari 2023

Kata Kunci:

Inovasi Proses¹

Inovasi Produk²

Kinerja Perusahaan³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner yang dibagikan kepada 25 responden pegawai PT. Kencana Energi Lestari, Tbk sebagai sampel yang ditarik dari populasi. Populasi dari penelitian ini adalah pegawai PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Adapun teknik analisis datanya yakni menggunakan Analisis Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. (2) inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Maka dapat dikatakan bahwa inovasi proses dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

Abstract: This study aims to determine the effect of process innovation and product innovation on company performance by PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. This study used quantitative methods, while data collection was carried out by means of questionnaires distributed to 25 respondents of PT. Kencana Energi Lestari, Tbk as a sample drawn from the population. The population of this study is employees of PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. The data analysis technique uses Multiple Linear Analysis. The results of this study show that: (1) process innovation has a positive and significant effect on company performance by PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. (2) product innovation has a positive and significant effect on the company's performance by PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. So it can be said that process innovation and product innovation have a positive and significant effect on the company's performance by PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.



PENDAHULUAN

Kondisi persaingan bisnis yang makin kompetitif dan lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian menuntut perusahaan untuk mencari terobosan baru dan mengimplementasikan strategi yang sesuai dan selaras dengan perubahan lingkungan bisnis. Perusahaan harus mampu menciptakan, mengeksplorasi, dan mencapai keunggulan kompetitif dengan cara menciptakan nilai-nilai daya saing perusahaan yang lebih baik dibandingkan para pesaing. Untuk mencapainya, perusahaan harus mampu menerapkan strategi dan nilai-nilai yang berbeda dan tidak dapat ditiru oleh pesaingnya.

Globalisasi pasar, meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan pelaku-pelaku ekonomi menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Bisnis pada abad 21 akan semakin banyak menghadapi tantangan karena konsumen lebih memandang kepada produk yang lebih high-quality, low-cost, dan bisnis yang lebih responsive terhadap perubahan yang sangat cepat (Soleh, 2008).

Salah satu strategi yang harus digunakan perusahaan adalah melalui inovasi. Inovasi merupakan salah satu kunci untuk dapat memenangkan persaingan (HALIK, PARAWANSA, et al., 2023). Aktivitas inovasi dan pengembangan produk pada perusahaan yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan produktivitas dan persaingan global.

Faktor yang mendorong pertumbuhan pendapatan PT. Kencana Energi Lestari di kuartal I tahun 2023 dibandingkan dengan kuartal II tahun 2022 adalah meningkatnya hasil produksi listrik yang dihasilkan oleh proyek baru yaitu PLTM Ma'dong di Kabupaten Toraja Utara, Sulawesi Selatan yang mulai beroperasi secara komersil sejak 25 Maret 2022. Kedua, perkembangan pembangunan PLTM Ordi Hulu Pakpak Bharat, Sumatera Utara yang per 31 Desember 2022 sudah mencapai 41,33%, kemudian per 31 Maret 2023 telah mencapai 58,2% dari target konstruksi. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “PENGARUH STRATEGI INOVASI PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN OLEH PT. KENCANA ENERGI LESTARI, TBK”.

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi

Inovasi berasal dari bahasa Inggris, “innovation” yang berarti pembaruan dan perubahan. Inovasi merupakan suatu perubahan yang baru menuju kearah perbaikan, yang lain atau berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, yang dilakukan dengan sengaja dan berencana atau tidak secara kebetulan.

Inovasi adalah aktivitas konseptualisasi, serta ide menyelesaikan masalah dengan membawa nilai ekonomis bagi perusahaan dan nilai sosial bagi masyarakat. Jadi inovasi dimulai dari suatu yang sudah ada sebelumnya, kemudian diberi nilai tambah. Inovasi bermula dari hal yang tampak sepele dengan membuka mata dan telinga mendengarkan aspirasi atau keluhan konsumen, karyawan, lingkungan dan masyarakat.

Menurut Damannpour (1991) inovasi merupakan suatu pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau sistem administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk diadopsi sebuah organisasi.

Menurut Thompson dalam Hurley dan Hult (1998) memberikan definisi bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Inovasi sebagai suatu 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.

Strategi inovasi adalah berkaitan dengan respon strategi perusahaan dalam mengadopsi inovasi. Strategi inovasi adalah sebagai suatu cara untuk melakukan perubahan atau pembaharuan-pembaharuan baru dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Inovasi mencakup penciptaan, pemilihan, dan pengembangan produk, proses dan teknologi (Zahra dan Das, 1993). Strategi merupakan pola atau rencana yang memadukan tujuan pokok, kebijakan dan tindakan-tindakan organisasi (HALIK, NURLIA, et al., 2023). Pada perspektif lain, strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu serta mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan.

Tujuan Inovasi

Tujuan utama inovasi adalah meningkatkan sumber-sumber tenaga, uang, dan sarana termasuk struktur dan prosedur organisasi, terutama seorang karyawan harus memenuhi beberapa elemen berikut ini agar dapat mengembangkan daya kreativitas dalam berinovasi,

diantaranya rajin membaca, memerhatikan orang dan barang, mencatat hal-hal baru, banyak berpikir, dan mencari ide atau gagasan baru.

Sangat pentingnya inovasi bagi suatu perusahaan merupakan proses berkesinambungan satu sama lain. Inovasi dianggap sebagai faktor pendorong tumbuh dan berkembangnya suatu perusahaan, sehingga bagi perusahaan yang selalu berinovasi diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Jenis dan Sumber Inovasi

Menurut Anderson (1989) dalam Zahra dan Das (1993) menunjukkan bahwa memproduksi aneka pilihan managerial pada umumnya memusat pada produk dan teknologi. Proses inovasi terbagi menjadi 4 (empat) sumber adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk, merupakan hasil dari penciptaan dan pengenalan produk secara radikal atau modifikasi produk yang telah ada.
2. Inovasi Proses, menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang telah ada.
3. Sumber Inovasi Internal, perusahaan mempercayakan untuk melakukan inovasi baik pada proses atau produk pada usaha bagian riset dan pengembangan.
4. Sumber Inovasi Eksternal, perusahaan akan melakukan inovasi dengan cara membeli, persetujuan lisensi, akuisisi perusahaan lain atau kerjasama (joint ventures) dengan supplier, pelanggan atau perusahaan lain.

Menurut Damapour (1991) mengklasifikasikan inovasi menjadi beberapa tipe atau jenis, antara lain:

1. Administrative innovation
Administrative innovation adalah berhubungan dengan struktur organisasi dan proses administrasi yang secara tidak langsung berhubungan dengan aktivitas dasar pekerjaan dari sebuah organisasi dan berhubungan secara langsung dengan manajemen perusahaan.
2. Technical innovation
Technical innovation adalah berhubungan dengan teknologi produk, jasa, dan proses produksi.
3. Product/service innovation
Product innovation adalah produk atau jasa baru yang diperkenalkan pada pengguna luar atau karena kebutuhan pasar.
4. Process innovation
Process innovation adalah elemen baru yang diperkenalkan pada sebuah produksi perusahaan atau operasi jasa, input bahan baku, spesifikasi tugas, pekerjaan dan informasi, dan peralatan yang digunakan, untuk produksi sebuah produk atau membuat jasa layanan.
5. Radical innovation
Radical innovation adalah reorientation dan nonroutine inovasi yang merupakan prosedur dasar aktivitas perusahaan dan menunjukkan permulaan yang jelas dari sebuah pelaksanaan inovasi.
6. Incremental innovation

Incremental innovation adalah inovasi yang bersifat rutin, bervariasi, dan instrumental. Menurut Hendro (2011), ada jenis-jenis inovasi yang sering digunakan oleh pelaku-pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya, yaitu:

1. Inovasi Produk, meliputi isi (rasa, kualitas, dan lain-lain), dan kemasan (pembungkus, tulisan, warna, sistem buka tutupnya, bentuknya).
2. Inovasi Marketing, meliputi cara menjual, cara mendistribusikan, cara memasarkannya, cara menciptakan permintaan.
3. Inovasi Proses, meliputi proses penciptaan produk, proses produksi, proses teknologi pengemasannya, proses riset dan pengembangannya, proses menciptakan mesin baru.

4. Inovasi Teknikal, meliputi teknik desain, teknik pengawasannya, teknik pengerjaannya, dan lain-lain.
5. Inovasi Administrasi, meliputi penyimpanan data, pembuatan dan pengumpulan data.
6. Urban & Hauser (1980) dalam Hadjimonalis & Dickson (2000) membedakan tipologi strategi inovasi dengan proaktif strategi, dimana perusahaan mencoba untuk meramalkan dan mengantisipasi perubahan lingkungan. Tipe ini biasanya merupakan perusahaan yang pertama melakukan inovasi (first mover).

Keunggulan yang dimiliki adalah membangun market share dan reputasi untuk inovasi, namun mempunyai kelemahan karena harus mengeluarkan biaya pengembangan yang tinggi serta resiko investasi teknologi atau desain yang salah. Reactive strategy adalah perusahaan yang hanya bereaksi terhadap permintaan konsumen dan aktivitas pesaing, serta cenderung untuk mengadopsi proses inovasi perusahaan lain.

Suatu strategi inovasi formal memperbolehkan secara bersama-sama mempertimbangkan produk dan inovasi proses. Ini adalah penting sebab inovasi proses kadang-kadang diikat ke inovasi produk sebagai produksi baru tidak bisa dihasilkan tanpa terobosan yang sedang dikerjakan (Thurow, 1992 Zahra dan Das, 1993). Sebagai konsekuensi, Finkin (1983) menyatakan bahwa pengembangan produk dan fungsi pengembangan proses pabrikan yang terbaik ketika tercipta integrasi.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umum dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan (Jeaning dan Beaver, 1997). Aktivitas inovasi dan pengembangan produk pada perusahaan yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan produktivitas dan persaingan global (Halik et al., 2021).

Terdapat beberapa kriteria dalam menilai suatu kinerja perusahaan yang disampaikan dalam berbagai literature. Kriteria tersebut meliputi kinerja financial maupun non-financial. Kriteria-kriteria yang berbeda dalam mengukur kinerja perusahaan tersebut sebenarnya bergantung pada pengukuran kinerja itu sendiri.

Tolak ukur dilihat dengan adanya kekhususan pada setiap badan usaha, antara lain bidang usaha, latar belakang, status hukum, tingkat permodalan, tingkat pertumbuhan dan tingkat teknologi. Perbedaan tersebut akan berpengaruh kepada perilaku badan usaha, dan dengan sendirinya juga berpengaruh terhadap kinerja dan tolak ukur yang digunakan (Soeharto, 1996 dalam Hatmoko 2000).

Pengukuran kinerja banyak berasal dari teori organisasi dan manajemen strategi. Dalam teori organisasi, ada tiga pendekatan fundamental untuk mengukur keefektifan organisasional. Pendekatan berbasis tujuan menunjukkan bahwa suatu organisasi dievaluasi melalui tujuan yang ditetapkan bagi dirinya sendiri (Ezioni, 1964). Ketiga perspektif teori ini, yang pertama adalah kinerja financial, adalah inti dari bidang keefektifan organisasional (Venkatraman dan Ramanujam, 1986). Di luar inti ini adalah pengukuran kinerja operasional, yang ukurannya dilakukan berdasarkan kualitas produk, dan pangsa pasar, yang menjelaskan konseptualitas yang lebih luas tentang kinerja organisasional dengan memusatkan pada faktor-faktor yang menyebabkan pada kinerja financial (Hofer, 1987; Kaplan, 1983).

Pelham & Wilson (1996) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru, yang diukur melalui pengembangan produk baru, dan pengembangan pasar, growth share yang diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar, profitabilitas, diukur melalui operating profits, profit to sales ratio, cash flow operation, return on investment, return on assets, dan realtif kualitas produk.

Penelitian terdahulu menindikasikan bahwa kinerja secara subyektif dapat menjadi konsisten dengan pengukuran obyektif dan dapat mempertinggi reliabilitas dan validitas penelitian (Des dan Robinson, 1984). Tanggung jawab kepemimpinan untuk membuat manfaat dari inovasi ditingkatkan sangat jelas untuk stakeholders perusahaan untuk mencapai target untuk menciptakan nilai perusahaan seperti economic value added (EVA) dan market value added (MVA).

METODE

Rancangan Penelitian

Metode penulisan penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi pada inovasi yang sukses, memeriksa pendekatan implikasi yang berbeda, dan menilai dampak langsung dan tidak langsung pada kinerja perusahaan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah di kantor pusat PT Kencana Energi Lestari, Tbk. yang merupakan perusahaan penyedia energi baru terbarukan terkemuka di Indonesia dan waktu penelitian akan dilaksanakan dalam waktu 1-2 bulan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Unaradja, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah 25 (dua puluh lima orang) yang termasuk direksi dan karyawan di kantor pusat PT Kencana Energi Lestari, Tbk di Jakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Unaradja, 2019). Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil dan di pergunakan untuk menentukan sifat dan ciri yang dikehendaki dari populasi (Muslich & Iswati, 2017). Sampel dari penelitian ini adalah top management (direksi), middle management (manajer), lower management (staff dan teknisi). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2019) sampling jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif

1. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka seperti jumlah total pendapatan, jumlah hasil produksi, dan data lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.
2. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dalam tidak bentuk angka melainkan berbentuk informasi yang didapatkan secara lisan dari pimpinan maupun data PT. Kencana Energi Lestari.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Dimana data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti wawancara langsung dan kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut kemudian disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan menggunakan data melalui pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang diteliti secara langsung di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada beberapa orang yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan lembar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang diambil dalam bentuk file maupun gambar yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Gambaran data responden yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi perusahaan berdasarkan jabatan *top management* (direksi), *middle management* (manajer), *lower management* (staff dan teknisi) di kantor pusat PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

Tabel 5.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jabatan

No	Jabatan	Jumlah Responden	Persentase
1	Direktur Utama	1	4%
2	Direktur	2	8%
3	Accounting Manager	1	4%
4	Finance Manager	1	4%
5	Assistant Manager	1	4%
6	Business Development	1	4%
7	Civil Engineer	1	4%
8	Finance	1	4%
9	Finance Staff	2	8%
10	Financial Analyst	1	4%
11	Legal	2	8%
12	Manajemen	1	4%
13	OB	1	4%
14	Procurement	1	4%
15	Staff	2	8%
16	Staff Teknik	1	4%
17	Staff Accounting	1	4%
18	Staff Engineer	1	4%
19	Staff IT	1	4%
20	Umum	2	8%
Total		25	100%

Sumber : Olah data kuesioner, 2023

Berdasarkan table 5.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini ada 25 responden dengan menggambarkan kondisi perusahaan berdasarkan jabatan *top management* (direksi), *middle management* (manajer), *lower management* (staff dan teknisi) di kantor pusat PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

Uji Deskripsi Variabel Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25 responden yang diisi oleh pegawai kantor pusat PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Analisis ini meliputi butir-butir pernyataan yang merupakan indikator dari variabel-variabel penelitian. Adapun variabel penelitian dalam kuesioner meliputi inovasi proses (X1), inovasi produk (X2), dan Kinerja perusahaan (Y). Berdasarkan hasil output dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden pegawai kantor pusat PT. Kencana Energi Lestari sebanyak 25 responden (100%). Maka diperoleh data sebagai berikut:

1. Inovasi Proses (X1)

Inovasi proses adalah untuk meningkatkan efisiensi atau efektivitas organisasi. Variabel Inovasi proses ini merupakan variabel yang dapat dijadikan ukuran pegawai untuk menilai kinerja perusahaan PT. Kencana Energi Lestari. Adapun dalam penelitian ini pada variabel Inovasi proses (X1) diberi 5 (lima) pernyataan yang mencerminkan indikator Tingkat efisiensi, Tingkat kualitas, Tingkat kuantitas, Ketepatan waktu, Tingkat biaya. Dalam variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel 5.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Inovasi Proses

No	Indikator	Pernyataan	Penilaian					Mean
			ST	S	CS	TS	STS	
1	Tingkat efisiensi	Waktu proses produksi tenaga listrik lebih efisien	13	10	1	1	0	4,4
2	Tingkat kualitas	Kualitas produksi tenaga listrik lebih baik	10	13	1	1	0	4,2
3	Tingkat kuantitas	Kuantitas produksi tenaga listrik lebih meningkat	11	10	3	1	0	4,2
4	Ketepatan waktu	Ketepatan waktu untuk pengiriman tenaga listrik sesuai dengan perencanaan	10	11	3	1	0	4,2
5	Tingkat biaya	Tingkat biaya operasional lebih teratur	12	12	1	0	0	4,4

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Variabel inovasi proses secara keseluruhan memiliki rata-rata jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti bahwa pada umumnya responden menjawab pilihan 4 (setuju) dalam kuesioner. Artinya bahwa inovasi proses yang dibangun oleh PT. Kencana Energi Lestari sudah baik. Pada item ke 1 dan 5 (indikator tingkat efisiensi dan tingkat biaya) merupakan item dengan rata-rata tertinggi yakni 4,4 artinya bahwa beberapa pegawai PT. Kencana Energi Lestari menilai tingkat efisiensi dan tingkat biaya yang telah diberikan sangatlah baik.

2. Inovasi Produk (X2)

Inovasi produk adalah upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini. Variabel Inovasi produk ini merupakan variabel yang dapat dijadikan ukuran pegawai untuk

menilai kinerja perusahaan PT. Kencana Energi Lestari. Adapun dalam penelitian ini pada variabel Inovasi produk (X2) diberi 5 (lima) pernyataan yang mencerminkan indikator keunggulan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compability*), kekompleksan (*complexity*), ketercobaan (*triability*), dan observabilitas (*observability*). Dalam variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel 5.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Inovasi Produk

No	Indikator	Pernyataan	Penilaian					Mean
			ST	S	CS	TS	STS	
1	Relatif (<i>Relative Advantage</i>)	Hasil produksi tenaga listrik mempunyai keunggulan relatif dengan kompetitor	12	9	2	2	0	4,2
2	Kompatibilitas (<i>Compability</i>)	Hasil produksi tenaga listrik sudah sesuai dengan kebutuhan customer	10	11	3	1	0	4,2
3	Kekompleksan (<i>Complexity</i>)	Diversifikasi produk untuk proses produksi tenaga listrik yang lebih kompleks	5	13	4	3	0	3,8
4	Ketercobaan (<i>Triability</i>)	Hasil produksi tenaga listrik dari berbagai sumber daya telah dilakukan uji kelayakan	13	10	1	1	0	4,4
5	Observabilitas (<i>Observability</i>)	Observasi lokasi pembangkit untuk ketersediaan sumber daya	14	10	1	0	0	4,5

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Variabel inovasi produk secara keseluruhan memiliki rata-rata jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti bahwa pada umumnya konsumen menjawab pilihan 4 (setuju) dalam kuesioner. Artinya bahwa inovasi produk yang dibangun oleh PT. Kencana Energi Lestari sudah baik. Pada item ke 5 (Observasi lokasi pembangkit untuk ketersediaan sumber daya) merupakan item dengan rata-rata tertinggi yakni 4,5 artinya bahwa beberapa pegawai PT. Kencana Energi Lestari menilai observasi lokasi pembangkit untuk ketersediaan sumber daya yang telah diberikan sangatlah baik.

3. Kinerja Perusahaan (Y)

Kinerja perusahaan adalah hasil kerja dari manajemen. Variabel kinerja perusahaan ini merupakan variabel yang dapat dijadikan ukuran pegawai untuk menilai kinerja perusahaan PT. Kencana Energi Lestari. Adapun dalam penelitian ini pada variabel kinerja perusahaan (Y) diberi 3 (tiga) pernyataan yang mencerminkan indikator pertumbuhan pendapatan, volume produksi, jumlah tenaga kerja. Dalam variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut:

Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kinerja Perusahaan

No	Indikator	Pernyataan	Penilaian					Mean
			ST	S	CS	TS	STS	
1	Pertumbuhan Pendapatan	Strategi inovasi yang berhasil membuat pertumbuhan pendapatan perusahaan	13	8	4	0	0	4,4
2	Volume Produksi	Strategi inovasi yang berhasil membuat volume produksi meningkat	9	11	4	1	0	4,1
3	Jumlah Tenaga Kerja	Strategi inovasi yang berhasil membuat jumlah tenaga kerja perlu ditingkatkan	2	6	7	9	1	3,0

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Variabel kinerja perusahaan secara keseluruhan memiliki rata-rata jika dibulatkan menjadi 4 yang berarti bahwa pada umumnya konsumen menjawab pilihan 4 (setuju) dalam kuesioner. Artinya bahwa kinerja perusahaan yang dibangun oleh PT. Kencana Energi Lestari sudah baik. Pada item 1 (strategi inovasi yang berhasil membuat pertumbuhan pendapatan perusahaan) merupakan item dengan rata-rata tertinggi yakni 4,4 artinya bahwa beberapa pegawai PT. Kencana Energi Lestari menilai kinerja perusahaan pertumbuhan pendapatan PT. Kencana Energi Lestari sangatlah baik.

Uji Instrumen

Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket tertutup yang telah dilengkapi dengan alternative jawaban sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang telah tersedia. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali dalam Usti & Fitriani, 2018). Validitas pertanyaan dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik korelasi.

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{[(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2}$$

R_{xy} = Korelasii

X = Skor Perolehan X

Y = Skor Perolehan Y

N = Jumlah responden atau jumlah sampel

Setiap item dalam pernyataan yang diberikan harus diperiksa validitasnya. Untuk mendapatkan r tabel, gunakan rumus r tabel: (n2) dari tabel momen produk. Jika hasil tabel aritmatika r hitungnya > r tabelnya maka instrumen tersebut dianggap valid. Berikut hasil uji yang telah dilakukan melalui SPSS 26 :

Uji Validitas Variabel Inovasi Proses (X1)

Uji validitas untuk variabel Inovasi Proses terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor tiap butir pernyataan dengan total skor variabel X1 dapat dilihat sebagai berikut:

Table 5.5 Uji validitas variabel Inovasi Proses

No Item	R _{hitung}	Sig	R _{tabel}	Kriteria
1	0.902	0.000	0.396	Valid
2	0.947	0.000	0.396	
3	0.833	0.000	0.396	
4	0.906	0.000	0.396	
5	0.502	0.011	0.396	

Sumber: Olah data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 5.5 diketahui bahwa untuk butir pernyataan variable Inovasi Proses (X1) sebanyak 5 pernyataan menunjukkan *koefisien pearson correlation* pada setiap item >0,396 yang berarti semua pernyataan valid.

Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)

Uji validitas untuk variabel Inovasi Produk terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor tiap butir pernyataan dengan total skor variabel X2 dapat dilihat sebagai berikut:

Table 5.6 Uji validitas variabel Inovasi Produk

No Item	R _{hitung}	Sig	R _{tabel}	Kriteria
1	0.837	0.000	0,396	Valid
2	0.871	0.000	0,396	
3	0.787	0.000	0,396	
4	0.891	0.000	0,396	
5	0.499	0.011	0,396	

Sumber: Olah data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 5.6 diketahui bahwa untuk butir pernyataan variable Inovasi Produk (X2) sebanyak 5 pernyataan menunjukkan *koefisien pearson correlation* pada setiap item >0,396 yang berarti semua pernyataan valid.

Uji Validitas Variabel Kinerja Perusahaan (Y)

Uji validitas untuk variabel Kinerja Perusahaan terdiri dari 3 item pernyataan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor tiap butir pernyataan dengan total skor variabel Y dapat dilihat sebagai berikut:

Table 5.7 Uji validitas variabel Kinerja Perusahaan

No Item	R _{hitung}	Sig	R _{tabel}	Kriteria
1	0.592	0.002	0,396	Valid
2	0.717	0.000	0,396	
3	0.508	0.010	0,396	

Sumber: Olah data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 5.7 diketahui bahwa untuk butir pernyataan variable Kinerja Perusahaan (Y) sebanyak 3 pernyataan menunjukkan *koefisien pearson correlation* pada setiap item >0,396 yang berarti semua pernyataan valid.

Uji Realibilitas

Uji keakuratan alat ukur bertujuan menghasilkan data yang dapat dipercaya secara empiris sambil menurunkan tingkat kesalahan instrumen pengukuran (Nunally in Usti and Firiani, 2018). Uji ini menunjukkan bahwa instrumen ini cocok untuk pengumpulan data. Dalam skenario ini, tes keandalan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 terkomputerisasi

dan prosedur alpha cronbach; jika hasil keandalan $>0,60$, keandalan pernyataan dapat diterima; jika hasil keandalan $<0,60$, keandalan pernyataan tidak diterima. Berikut hasil uji yang telah dilakukan melalui SPSS 26 :

Table 5.8 Uji Realibilitas Variabel

No	Variable	Cronbach's Alpha	R _{tabel}	Kriteria
1	Inovasi Proses	0.885	0,396	Realibel
2	Inovasi Produk	0.817	0,396	
3	Kinerja Perusahaan	0.682	0,396	

Sumber: Olah data SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 5.8 diketahui seluruh butir pernyataan tiga variable, baik variable terikat maupun variable bebas dikatakan realibel dengan nilai Cronbach's Alpha >0.396 . Hal ini berarti bahwa data angket semua variable menunjukkan konsistensi, dimana jika instrument tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten pula.

Uji Hipotesis

Uji Analisis Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda dapat mengetahui pengaruh variabel Inovasi Proses (X1), dan Inovasi Produk (X2), terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Berikut hasil uji analisis linear berganda:

Table 5.9 Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.808		3.313	.000
	X1	.246	.133	.286	.004
	X2	.365	.134	.321	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Pada tabel 5.9, terdapat nilai *a (konstan)* 4.808, koefisien variable inovasi proses (X1) sebesar 0,246, dan variabel inovasi produk (X2) sebesar 0.365. Jadi, apabila dimasukkan dalam persamaan regresi diperoleh persamaan dibawah ini:

$$Y = 4.808 + 0,246 X1 + 0,365 X2 + e$$

Berikut persamaan dari penjelasan di atas:

1. Jika variabel inovasi proses dan inovasi produk diperhitungkan *a* atau tidak berubah, jadi terjadi perubahan kinerja perusahaan sebesar 4.808, sesuai dengan persamaan regresi di atas.
2. Nilai koefisien beta inovasi proses adalah 0,246, angka positif menunjukkan korelasi positif antara variabel dalam ulasan konsumen. Nilai koefisien regresi sebesar 0,246 menyatakan bahwa pengaruh perubahan kinerja perusahaan dapat ditingkatkan sebesar 0,246 untuk setiap nilai tambahan satu satuan.

3. Koefisien beta variabel inovasi produk dengan nilai positif 0,365 dan menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel inovasi produk dengan kinerja perusahaan adalah positif. Nilai koefisien regresi sebesar 0,365 menunjukkan bahwa dampak perubahan kinerja perusahaan dapat ditingkatkan sebesar 0,365 untuk setiap nilai tambahan satu satuan.

Uji T (Uji Parsial)

Koefisien regresi dinilai menggunakan statistik t-value dan nilai signifikansi untuk menentukan faktor mana yang berpengaruh signifikan atau tidak. Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian hipotesis parsial menggunakan SPSS 26:

Table 5.10 Uji T (Parsial)

No	Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Nilai Sig
1	Inovasi Proses	2.098	2.073	.004
2	Inovasi Produk	2.229	2.073	.002

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Uji ini untuk menetapkan variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen berdasarkan penelitian uji signifikansi parsial dalam tabel nilai t dan nilai signifikansi. Berikut Penjelasan kinerja perusahaan antara lain:

a. Uji T Inovasi Proses (X1) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Nilai t diuji untuk mengetahui perbandingan nilai Thitung dengan Ttabel, taraf sig. $\alpha/2=5\%/2=0,025$ serta derajat kebebasan (df) $=n-k-1=106-2-1=22$. Jadi hasilnya, Ttabel 2.073. Inovasi Proses (X1) dengan koefisien regresi 2.098, menggambarkan Thitung 2.0898 > Ttabel 2.073 dan berpengaruh secara positif dan signifikan dan sig 0,004.

b. Uji T Inovasi Produk (X2) Terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Nilai t diuji untuk mengetahui perbandingan nilai Thitung dengan Ttabel, taraf sig. $\alpha/2=5\%/2=0,025$ serta derajat kebebasan (df) $=n-k-1=106-2-1=22$. Jadi hasilnya, Ttabel 2.073. Inovasi Produk (X2) dengan koefisien regresi 2.229, menggambarkan Thitung 2.229 > Ttabel 2.073 dan berpengaruh secara positif dan signifikan dan sig 0,002.

Uji Determinisasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dilakukan dapat menilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilainya besar maka dikatakan bahwa variabel independen (inovasi proses dan inovasi produk) adalah kuat terhadap variabel dependen (kinerja perusahaan). Berikut pengujian dengan program SPSS 26:

Table 5.12 Uji Determinisasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.620	.259	1.363

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Pada table 5.12, nilai koefisien korelasi (R) 0,566 atau 56.6% artinya tingkat hubungan antara Inovasi Proses (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) artinya besar. Koefisien determinan R² (R Square) 0,620 artinya Kinerja Perusahaan (Y) dipengaruhi Inovasi Proses (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja Perusahaan (Y) sebesar 0,620 atau 62%, sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

1. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel serta nilai yang diperoleh juga bernilai positif. Berarti hipotesis pertama yakni inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

Pada pengujian ini menunjukkan bahwa inovasi proses mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan, adanya pengaruh ini maka jika perusahaan atau PT. Kencana Energi Lestari, Tbk melakukan perbaikan-perbaikan dalam proses produksinya dipastikan akan mengurangi sejumlah unit biaya yang harus dikeluarkan. Adanya pengurangan biaya tersebut tentunya akan meningkatkan sejumlah keuntungan yang diterima oleh pengusaha, sehingga secara otomatis kinerja perusahaan juga akan meningkat. Hal ini mencerminkan bahwa adopsi proses inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga akan meminimalkan biaya perusahaan dalam memproduksi, seperti biaya komplain, biaya retur. Biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja perusahaan.

Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan inovasi proses yang semakin baik akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Menurut (YuSheng & Ibrahim, 2020) menyampaikan bahwa inovasi proses merupakan pengenalan metode produksi atau penyampaian layanan yang baru dan disempurnakan oleh perusahaan yang mencakup perubahan signifikan dalam teknik, peralatan, serta perkakas dan mesin. Inovasi proses bertujuan menemukan efisiensi bagi badan usaha dalam pengembangan mutu produk yang didapat dengan biaya produksi yang diturunkan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi dengan memilih dan memilah aktifitas perusahaan yang dilakukan. Perusahaan diharapkan dapat mengurangi aktifitas yang kurang penting dalam menjalankan usahanya dengan tujuan dapat mengurangi pembiayaan yang tidak perlu. Inovasi proses yang semakin baik diterapkan akan berdampak pada kinerja operasional yang semakin baik pada perusahaan. Penting untuk membangun sistem kontrol yang efektif untuk mengevaluasi penyimpangan dan kegagalan dari berbagai tahap inovasi proses sehingga dapat memastikan keberhasilan implementasi (Al-Sa'di et al., 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh, (Rajapathirana & Hui, 2018) yang memperlihatkan bahwa keterpengaruhan konstruktif kinerja perusahaan oleh inovasi proses meliputi finansial, peningkatan, konsumen, dan proses internal.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Bahrena et al., 2018) menyatakan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin tinggi inovasi proses yang digunakan, maka kinerja perusahaan dalam sebuah perusahaan akan semakin tinggi. Seperti yang dinyatakan oleh (Klein & Sorra, 1996) yang menyatakan bahwa penerapan inovasi yang efektif dapat berdampak pada meningkatnya kinerja di suatu organisasi Inovasi proses merupakan sesuatu yang penting untuk diterapkan oleh perusahaan. Dengan cara menyusun dengan baik dapat menghasilkan suatu produk yang mempunyai nilai unggul sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Perusahaan yang menerapkan inovasi secara efektif dan efisien dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Inovasi proses juga mengarahkan kepada metode baru dan juga mengembangkan kemampuan orang-orang yang ada didalam perusahaan, maka dari itu dengan berkembangnya orang-orang yang ada didalam perusahaan dapat mempengaruhi secara positif terhadap kinerja perusahaan. Inovasi diakui dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi karena memberikan arah metode operasi baru sehingga dapat meningkatkan kinerja

perusahaan. Dengan demikian, perusahaan yang mengimplementasi inovasi secara efektif akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Inovasi proses akan mengarah pada metode operasi baru dan mengembangkan kemampuan orang-orang dalam perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin tinggi inovasi proses yang digunakan, maka kinerja dalam sebuah perusahaan juga akan semakin tinggi.

2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel serta nilai yang diperoleh juga bernilai positif. Berarti hipotesis pertama yakni inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk yang semakin baik dari PT. Kencana Energi Lestari, Tbk akan dapat memupuk kinerja perusahaan secara positif. Menurut (Ferrari & Rocca, 2010) inovasi produk merupakan pengenalan produk atau layanan baru yang ditingkatkan secara signifikan sehubungan dengan fitur, kinerja dan kualitas. Inovasi yang dilakukan perusahaan dengan memperkenalkan produk yang baru dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persaingan pasar. Tujuan utama kepemilikan inovasi produk dalam kelembagaan yaitu mendorong kuantitas produk untuk mencapai daya guna yang lebih tinggi (Polder et al., 2010). Perusahaan yang berkonsentrasi pada pemasaran produk diharapkan mempertimbangkan inovasi produk dalam mempertahankan eksistensinya pada persaingan pasar. Hal ini dikarenakan adanya permintaan konsumen yang sering berubah-ubah mengikuti tren. Apabila perusahaan tidak berkembang dan melakukan inovasi produk guna mengikuti permintaan pasar kinerja perusahaan tidak berjalan dengan baik dan beresiko tidak dapat bersaing.

Terkait dengan adanya inovasi produk, maka perusahaan harus mampu untuk melihat peluang pasar dengan baik dan memberikan sebuah inovasi produk baru kepada konsumen, sehingga perusahaan akan mampu bertahan dan menjadi lebih baik maupun menjadi lebih maju dari para pesaingnya. Inovasi produk diakui dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam proses produksi. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja perusahaan (Hartini, 2012). Seperti yang telah diteliti oleh Kusumawati (2010) yang diamana menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa dengan adanya inovasi produk didalam perusahaan yang maka kinerja dalam sebuah perusahaan akan meningkat.

Inovasi produk merupakan hal yang harus dilakukan didalam perusahaan karena dengan permintaan pasar yang selalu berubah maka perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi dan menciptakan barang baru. Dengan melakukan inovasi produk maka produk dari perusahaan selalu diminati oleh konsumen dan akan bertahan dipasar, inovasi yang berkelanjutan di suatu perusahaan merupakan hal yang pokok untuk mengarahkan terciptanya keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin tinggi inovasi produk yang digunakan, maka kinerja dalam sebuah perusahaan juga akan semakin tinggi.

SIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Inovasi Proses dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Berdasarkan hasil dan analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk, melakukan perbaikan-perbaikan dalam proses produksinya dipastikan akan mengurangi sejumlah unit biaya yang harus dikeluarkan. Adanya pengurangan biaya tersebut tentunya akan meningkatkan sejumlah keuntungan yang diterima oleh pengusaha, sehingga secara otomatis kinerja perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja perusahaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. Inovasi yang dilakukan perusahaan dengan memperkenalkan produk yang baru dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persaingan pasar. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya inovasi produk didalam perusahaan yang maka kinerja dalam sebuah perusahaan akan meningkat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui inovasi proses maka PT. Kencana Energi Lestari, Tbk harus meningkatkan inovasi proses yang telah dilakukan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas sarana pendukung proses produksi dan pelayanan serta mempertahankan tingkat kualitas dan kuantitas perusahaan agar dapat bersaing dan unggul pada industri yang sama.
2. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui inovasi produk maka PT. Kencana Energi Lestari, Tbk harus mempertahankan inovasi produk yang berhubungan dengan kualitas produk nya dan meningkatkan metode produksinya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan biaya yang efisien agar tetap dapat bersaing dan unggul pada industri yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Shenbar, A. 1990. Adapting your technological base: The Organizational challenge. *Sloan Management Review*, 25, 25–37.
- Afuah, A. (2003), *Innovation Management: Strategies Implementation, and Profits* (2 Ed.). New Yor Oxford University Press Inc
- A.Z, Adnan, E. Ahman, D. Disman, T. Yuniarsih, N. Fattah, R. Yusuf, D. Kartikaningsih. 2021. Analisis Strategi Inovasi Pada Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur X Di Indramayu).
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan. *Business Process Management Journal*, 23(2).
- Bahrena, B., Ramadhanib, I., & Suroso, E. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing Dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1).
- Ciptono, W. S. 2006. A Sequential Model Of Innovation Strategy-Company NonFinancial Performance Links, *Gajah Mada International journal of Bussiness*, 8, 2, p. 137-178.
- Daellenchbach, S. Ursh., MCarthy, Anne M., Schoenecker, Timorthy S. 1999. Commitment to Innovation : The Impact of Top Management Team Characteristic, *R&D Management*, 29, 3, p. 693-716

- Davilla, T., M.J. Epstein, and Shelton. 2006. Making Innovation Work. Upper Saddle River, New Jersey. Pearson Education Inc.
- Damanpour, Fariborz. 1991. Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators, *The Academy of Management Journal* Vol. 34, No. 3, pp. 555-590
- Finkin, E. F. 1983. Developing and Managing New Product. *Journal of Business Strategy* 3 (4): 39-46.
- Ferrari, M., & Rocca, L. La. (2010). Innovation and performance: Some evidence from Italian firms. *Performance Measurement and Management Control: Innovative Concepts and Practices*, 20.
- Ghozali, Imam (2008). "Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16", Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang Hadjimonalis, Anthanasios (2000), An Investigation of Innovation Antecedent in Small Firms in the Context of A Small Developing Country, *Journal of R&D Management*, 30, 3, pp. 235-245.
- HALIK, J. B., NURLIA, N., & LATIEP, I. F. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KOSUMEN DI MAKASSAR COFFEE HOUSE (MCH). *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, 01(1), 48–60. <https://ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/163>
- HALIK, J. B., PARAWANSA, D. A. S., SUDIRMAN, I., & JUSNI, J. (2023). Implications of IT Awareness and Digital Marketing to Product Distribution on the Performance of Makassar SMEs TT - Implications of IT Awareness and Digital Marketing to Product Distribution on the Performance of Makassar SMEs. *유통과학연구(JDS)*, 21(7), 105–116. <https://doi.org/10.15722/jds.21.07.202307.105>
- Halik, J., Halik, M., Nurlia, N., Hardiyono, H., & Alimuddin, I. (2021). The Effect of Digital Marketing and Brand Awareness on the Performance of SMEs in Makassar City. *ICONEBS 2020: Proceedings of the First International Conference on Economics, Business and Social Humanities*, 84. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304613>
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1).
- Hadjimonalis, Anthanasios, Keith Dickson. 2000. Innovation Strategies of SMEs in Cyprus, A Small Developing Country, *International Small Business Journal*. 18,4, pp. 62-79
- Harisson, N., dan Samson, D. 2002. Technology Management: Text and International Cases, Published by McGraw Hill, an imprint of The McGraw-Hill Companies, Inc. 1221 Avenue of The Americas, New York, NY, 10020
- Hendro. 2011. Dasar-Dasar Kewirausahaan
- Hurley, F. R, dan Hult, G. T. M. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination *Journal of Marketing* Vol. 62, No. 3 pp. 42-54.
- Jennings, Peter, dan Beaver, Graham. 1997. The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective, *International small business journal*. - London : Sage, ISSN 0266-2426, ZDB-ID 6134889. - Vol. 15.1997, 2, p. 63-75.
- Klein, K. J., & Sorra, J. S. (1996). The Challenge of Innovation Implementation, *Academy of Management Review*. *Academy of Management Review*, 21(4).
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. 2017. Pembangkit Listrik Tenaga Mikrohidro (PLTMH) Sebuah Pilihan: Belajar dari Koperasi Mekar Sari, Subang. Organization for Economic Cooperation and Development, OECD. 2005. Glossary of Statistical Terms, <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=6778>

- Pratiwi, Deifa Arshanti, dan Fanani, Zaenal. 2019. Peran Mediasi dari Inovasi: Pembelajaran Organisasi dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Review Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9 No. 2, p. 177-191
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. 1994. *Competing For the Future*. Boston: Harvard Business Scholl Press.
- Pusat Data Dan Teknologi Informasi Energi dan Sumber Daya Mineral Kementerian ESDM. 2016. *Prakiraan Penyediaan dan Pemanfaatan Energi Skenario Optimalisasi EBT Daerah*.
- Putra, Norgitya Dwi Wahyu, dan Utami, Dewi. 2016. *Manajemen Inovasi Dalam Pengelolaan Pembangkit Listrik Tenaga Hybrid di Pantai Baru Pandansimo Kabupaten Bantul*.
- Polder, M., Leeuwen, G. van, Mohnen, P., & Raymond, W. (2010). *Product, Process and Organizational Innovation: Drivers, Complementarity and Productivity Effects*. CIRANO-Scientific Publications.
- Ramli, Andi., dan Syamsuddin. 2022. Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Kerajinan Eboni Kota Palu, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol. 8, No. 1, p. 22-27
- Rianto, Sugeng. 2018. Pengaruh Keunggulan Produk, Mutu Strategi dan Keunggulan Biaya, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Tegal), *Majalah Ilmiah Solusi, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang (USM)*, Vol. 16 No. 4, p. 107-124.
- Rita. 2010. Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur, *Binus Business Review* Vol.1 No.2, p. 478-487.
- Rogers, Everret M. 2003. *Diffusion of Innovation*. 5th edition. New York: Free Press
- Rokhyadi, Asep. 2013. Penguatan Sistem Informasi Inovasi Antara Strategi Inovasi Ekstern dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis Universitas Mercu Buan*, Vol. 1 No. 1, p. 47-61.
- Rokhyan, M. Rikhy, Mahfudz, Y. Bahtiar. E, Nurhayati, E.C. 2022. Pengaruh Strategi Inovasi Dengan Dimesi Orientasi Kepemimpinan, Inovasi Proses, Inovasi Produk, Implementasi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Sektor Makanan dan Minuman Di Kabupaten Wonosobo, *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Quran Jawa Tengah di Wonosobo*, Vol. 2 No . 2 p. 18-27.
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1).
- Solomon R., Michael, dan Rabolt J., Nancy. 2004. *Consumer Behavior: In Fashion*.
- Tjiang, Andri Setiawan, dan Harjanti, Dhyah. 2013. Hubungan Faktor Individual Entrepreneur Dengan Inovasi Produk Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur.
- Uliana, Dina. 2012. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Starbucks VIA).
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2020). Innovation Capabilities, Innovation Types, and Firm Performance: Evidence From the Banking Sector of Ghana. *Sage Journals*, 10(2).
- Zahra, S.A., dan S. R. Das. 1993. Innovation Strategy and Financial Performance in manufacturing companies: An empirical Study. *Production and Operations Management* 2 (I) (Winter): 15-37.