

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen

2.1.1 Pengertian Manajemen

Pengertian manajemen pada umumnya dapat didefinisikan sebagai sekumpulan proses untuk meraih tujuan pada organisasi melalui kerja bersama dan bekerja sama dengan sumber daya yang dimiliki organisasi. Secara lebih spesifik pengertian manajemen adalah ilmu dan seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Istilah manajemen dalam kehidupan masyarakat dewasa ini bukanlah merupakan istilah atau masalah baru. Manajemen berasal dari kata “*to manage*” yang berarti mengelolah aktivitas-aktivitas sekelompok orang agar dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan atau organisasi.

Manajemen secara umum sering juga disebut sebagai suatu proses untuk menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung pengertian bahwa manajemen merupakan suatu ilmu dan seni yang mempelajari bagaimana cara mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang lain untuk melaksanakan berbagai pekerjaan yang diperlukan.

Stephen P. Robbins dan Mary Coutler, (2014:33) menyatakan bahwa “*Management involves coordinating and overseeing the works activities are completed efficiently and effectively*”. Artinya, manajemen melibatkan koordinasi dan mengawasi kegiatan pekerjaan secara efisien dan efektif.

Manajemen merupakan sesuatu yang sangat penting karena berkenaan yang berhubungan erat dengan perwujudan atau pencapaian tujuan, sehingga manajemen ada dalam setiap aspek kehidupan manusia dimana terbentuk suatu kerja sama(organisasi).

Pengertian Manajemen menurut John Kotter (2014:8) yaitu :*“Management is a set of processes that can help a complicated system of people and technology running smoothly. The most important aspects of management include planning, budgeting, organizing, staffing, controlling, and problem solving”*. Artinya, manajemen adalah serangkaian proses yang dapat membantu sistem teknologi yang rumit dari orang-orang dan berjalan dengan lancar. Aspek “melakukan hal yang benar”, yaitu melakukan sebuah pekerjaan yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya”.

Berdasarkan beberapa pengertian Manajemen diatas maka dapat dilihat bahwa manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang proses mengatur sumber daya manusia dan sumber daya lainnya guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

yang paling penting dari manajemen meliputi perencanaan, penganggaran, pengorganisasian, pegawai, pengendalian, dan pemecahan masalah.

Dapat di simpulkan bahwa manajemen adalah sebagai ilmu. Manajemen merupakan ilmu yang sangat luas dan saling berhubungan dengan ilmu lain seperti keuangan, pemasaran, Sumber Daya Manusia. Penerapannya dapat digunakan pada manajemen organisasi bisnis, sistem informasi manajemen ataupun pada manajemen keseharian.

2.1.2 Fungsi Manajemen

Fungsi Manajemen menurut Geroge Terry - POAC Terry mendefinisikan manajemen dalam bukunya Principles of Management yaitu “Suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya”.

Dari definisi Terry itulah kita bisa melihat fungsi manajemen menurutnya. Berikut ini adalah fungsi manajemen menurut Terry:

1. Perencanaan (planning)
yaitu sebagai dasar pemikiran dari tujuan dan penyusunan langkah-langkah yang akan dipakai untuk mencapai tujuan. Merencanakan berarti mempersiapkan segala kebutuhan, memperhitungkan matang-matang apa saja yang menjadi kendala, dan merumuskan bentuk pelaksanaan kegiatan yang bermaksud untuk mencapai tujuan.
2. Pengorganisasian (organization)
yaitu sebagai cara untuk mengumpulkan orang-orang dan menempatkan mereka menurut kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang sudah direncanakan.
3. Penggerakan (actuating)
yaitu untuk menggerakkan organisasi agar berjalan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing serta menggerakkan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi agar pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan bisa berjalan sesuai rencana dan bisa mencapai tujuan.
4. Pengawasan (controlling)
yaitu untuk mengawasi apakah gerakan dari organisasi ini sudah sesuai dengan rencana atau belum. Serta mengawasi penggunaan sumber daya dalam organisasi agar bisa terpakai secara efektif dan efisien tanpa ada yang melenceng dari rencana.

Hakikat dari fungsi manajemen dari Terry adalah apa yang direncanakan, itu yang akan dicapai. Maka itu fungsi perencanaan harus dilakukan sebaik mungkin agar dalam proses pelaksanaannya bisa berjalan dengan baik serta segala kekurangan bisa diatasi.

2.2 Manajemen Innovation

2.2.1 Pengertian Manajemen Innovation

Manajemen Inovasi merupakan Proses mengelola inovasi di suatu perusahaan agar dapat berdaya guna bagi penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan. Manajemen Inovasi diperlukan karena untuk mengakui bahwa ide-ide segar harus terus mengalir secepat mungkin dan setiap saat sebagai antisipasi perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam, dan dinamis tersebut. Di sini lah manajemen Inovasi itu harus berperan penting.

Menurut Everett M. Rogers Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.

Dalam perusahaan, Manajemen Inovasi diperlukan karena ide-ide segar akan terus lahir di sebuah perusahaan dan menjadi sangat banyak. Keberadaan ide-ide tersebut harus diatur dan disusun secara sistematis agar tidak terjadi kesemrawutan. Inovasi yang harus dijalankan secara sistematis, efisien, dan berkelanjutan ini memerlukan suatu sistem untuk mengatur ide-ide ini agar lebih terstruktur.

2.3 Inovasi

2.3.1 Pengertian Inovasi

Inovasi menurut Schumpeter memiliki arti, usaha mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi sehingga, dengan inovasi seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, dan kebijakan tidak hanya bagi lembaga pendidikan tapi juga Stakeholder dan masyarakat

Menurut Hill (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”. Inovasi baru menunjukkan bentuk-bentuk baru interaksi dan kolaborasi

untuk mengembangkan produk dan pro pengembangan cesses (Bresciani et al., 2013; Chebbi et al., 2015; Ferrariset al., 2017).

West & Far (Ancok,2012:34) Inovasi adalah pengenalan dan penerapan dengan sengaja gagasan, proses,produk, dan prosedur yang baru pada unit yang menerapkannya,yang dirancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi dan masyarakat luas.

Inovasi perusahaan mengacu pada keterbukaan terhadap ide-ide baru sebagai karakteristik dari sebuah budaya organisasi (Hurley & Hult, 1998).

Inovasi adalah proses pembaharuan/penggunaan/pengembangan dengan membuat hal baru yang tidak sama dengan sebelumnya. Inovasi dapat juga disimpulkan penemuan baru dalam teknologi atau kapabilitas dalam mengenalkan temuan baru yang tidak sama dari yang sudah ada sebelumnya.

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. orang atau wirausahawan yang slalu ber inovasi, maka ia sapat dikatakan sebagai seorang wirausahwan yang inovatif.

Menurut Kotler dalam dalam Moh Alifuddin & Mashur Razak (2015:121) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama eksis tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya

Jadi dapat di simpulkan bahwa seseorang yang inovatif akan selalu berupaya melakukan perbaikan, menyajikan sesuatu yang baru atau unik yang berbeda dengan yang sudah ada. Inovatif juga merupakan sikap penting bagi yang hendaknya dimiliki oleh seorang wirausahawan, wirausahawan yang slalu melakukan inovasi dalam ushanya. Maka keuntungan dan kesuksesan akan ia dapat. Inovatif merupakan implikasi dari karakteristik wirausahawan yang mampu membawa perubahan pada lingkungan sekitarnya. Inovatif secara tidak langsung menjadi sifat pembeda antara wirausahawan dengan orang biasa, maupun pengusaha.

2.2.3 Ciri – ciri Inovasi

1. Memiliki kekhasan / khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orsinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun keg-inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.4 Manfaat Inovasi

1. Konsumen

Inovasi memiliki arti semakin meningkatnya kualitas hidup, mendapatkan nilai produk yang juga lebih baik, pelayanan yang lebih efisien, dan standar hidup yang lebih tinggi. Dalam kenyataannya, seringkali hal ini bisa tidak terjadi.

Saat ini era informasi dan teknologi, tetapi masih saja banyak negara yang tetap miskin, misalnya Indonesia sebelum krisis global terjadi yang konon jumlah penduduk miskinnya semakin bertambah banyak, padahal Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa, juga orang-orang yang pandai.

2. Bisnis

Inovasi berarti kemajuan dalam pertumbuhan yang akan memicu peningkatan profit. Hal ini terbukti untuk perusahaan Gillette yang sampai saat ini mampu mendapatkan profit terus menerus berkat inovasinya yang berkelanjutan dan disertai dengan budaya inovasi dalam perusahaan.

3. Karyawan

Inovasi bisa memiliki arti sebagai pekerjaan yang baru dan menarik, keahlian yang semakin baik dan tentu saja gaji yang makin tinggi pula. Tidak adanya inovasi akan mengakibatkan mereka kehilangan pekerjaan. Tetapi dalam kenyataannya, hal ini belum tentu demikian. Dalam kasus inovasi teknologi, justru karyawan mendapatkan kerugian tinggi karena tenaganya digantikan oleh mesin. Kasus penemuan mesin dalam industri tekstil merupakan contoh yang tepat.

4. Perekonomian

Inovasi adalah kunci bagi produktivitas yang lebih tinggi yang bisa mengarah kepada peningkatan kesejahteraan bagi semua warga. Hal ini bisa benar ketika tidak ada lagi kemiskinan struktural.

5. Lingkungan

Inovasi dalam banyak hal telah memungkinkan manusia untuk hidup dalam lingkungan yang lebih sehat. Penciptaan biofuel bisa dijadikan contoh.

2.5 Innovation Capability

2.5.1 Pengertian *Innovation Capability*

sebuah organisasi yang ingin bertahan di lingkungan yang semakin menantang ini, harus selalu mengembangkan kemampuan berinovasi. Inovasi dilakukan dengan menciptakan ide-ide baru dan melakukan tindakan atas ide-ide baru tersebut (Jiménez-Jiménez and Sanz-Valle, 2011). Prajogo dan Ahmed (2006) menyebutkan ada dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan *innovation capability* yaitu faktor manusia dan teknologi yang digunakan organisasi.

Istilah 'kapabilitas inovasi' dipahami dalam bentuk yang bervariasi dan menyebar di dalam literatur. Narcizo, Canen, dan Tammela (2013) menyatakan bahwa ada banyak definisi untuk itu, yang telah menghasilkan perbedaan baik tentangnya konseptualisasi yang tepat dan konteks di mana ia harus digunakan.

Lawson dan Samson (2001) berpendapat bahwa kapabilitas inovasi adalah konseptual kerangka kerja yang bertujuan untuk menggambarkan tindakan yang dapat diambil untuk meningkatkan keberhasilan kegiatan dan upaya inovasi. Ini menyiratkan dasarnya alam tidak berwujud, membuat pembelajarannya menantang dan kompleks. Hasil dari, secara umum memisahkannya dari praktik organisasi utama tidak mungkin. Menurut (Saunila & Ukko, 2013) kapabilitas inovasi adalah potensi untuk membuat praktik ini, dengan orientasi terhadap inovasi.

Dalam studi ini, kemampuan inovasi diperiksa pada tingkat individu lebih daripada organisasi secara keseluruhan. Ini karena karyawan individu memainkan peran penting dalam proses inovasi yang berkelanjutan. Inovasi adalah fokus penting bagi banyak organisasi dan ini dimungkinkan oleh karyawan yang inovatif dan kelompok kerja. (Ologbo, Nor, & Kwakye, 2015).

Inovasi dapat dianggap sebagai kemampuan organisasi karena itu adalah tindakan menyatukan kemampuan sumber daya yang telah ada dengan kemampuan yang baru untuk menciptakan nilai (Saunila Minna, 2014). Oleh karena itu, pengembangan kemampuan inovasi sangat penting karena inovasi memainkan peran kunci dalam kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi (Francis dan Bessant, 2005 yang dikutip oleh Saunila, 2014).

Menurut Saunila Minna (2014) yang berdasar pada Calantone (2002) inovasi adalah penentu paling penting dari sebuah kinerja organisasi.

Inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk memperkaya dan meningkatkan kehidupan (Suryana, 2003)

Kapabilitas inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kinerja (Tatiek, 2009)

Pelaksanaan kegiatan inovatif untuk mengubah atau memperbaiki persediaan aset berwujud dan tidak berwujud. dapat dianggap sampai tingkat tertentu sebagai kemampuan atau kompetensi yang diperoleh melalui proses pembelajaran, dan merupakan elemen utama dari kapabilitas inovasi.

Calantone et al.'s (2002)

Berdasarkan pengertian diatas, maka kapabilitas inovasi (*innovation capability*) adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru sehingga terciptanya inovasi dalam mencapai tujuan perusahaan.

2.5.2 Faktor-Faktor Innovation Capability

Berdasarkan penelitian Saunila and Ukko (2013), *innovation capability* memiliki tujuh faktor yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. *Participatory leadership culture.*

Participatory leadership culture mengacu pada keseluruhan organisasi yang mendukung dan memotivasi inovasi, serta kepemimpinan yang memfasilitasi inovasi (Saunila and Ukko, 2013).

2. *Ideation and organizing structures.*

Ideation and organizing structure terkait dengan struktur dan sistem inovasi yang sukses. Hal termasuk generasi, pengembangan, dan penerapan inovasi, serta cara bagaimana agar pekerjaan organisasi dapat terorganisir (Saunila and Ukko, 2013).

3. *Work climate and wellbeing.*

Work climate and wellbeing mewakili kesejahteraan karyawan dan selanjutnya iklim kerja untuk pengembangan inovasi, termasuk kolaborasi dan nilai-nilai. Inovasi lebih mungkin dalam situasi di mana orang dengan tingkat integritas, kompetensi, keandalan, loyalitas, dan keterbukaan yang tinggi terhadap orang lain dan melihat orang lain sama (Saunila and Ukko, 2013).

4. *Know-how development.*

Know-how development termasuk keterampilan dan pengetahuan karyawan yang memainkan peran penting dalam kemampuan inovasi. Ini termasuk pemanfaatan pengetahuan serta peningkatan keterampilan karyawan (Saunila and Ukko, 2013).

5. *Regeneration.*

Regeneration mencerminkan kemampuan organisasi untuk belajar dari pengalaman sebelumnya dan menggunakan pengalaman itu untuk membuat inovasi dan mengembangkan operasi mereka (Saunila and Ukko, 2013).

6. *External knowledge.*

External knowledge menyoroti pentingnya perilaku yang tepat dari pemanfaatan jaringan eksternal dan pengetahuan untuk innovation capability organisasi secara keseluruhan (Saunila and Ukko, 2013)

7. *Individual activity.*

Individual innovation capability yaitu dimana karyawan dan aktivitas yang dibutuhkan untuk membentuk kemampuan inovasi keseluruhan organisasi, yang membentuk aspek aktivitas karyawan (Saunila and Ukko, 2013)

2.5.4 Dimensi innovation Capability

Menurut Kasim dan Noh (2012), terdapat tiga dimensi dari *innovation Capability* adalah sebagai berikut :

1. *Innovativeness*

Innovativeness merupakan suatu kesiapan perusahaan dalam menerima ide baru dan mentransformasikan kedalam produk atau jasa yang baru.

2. *Capacity to innovate*

Capacity to innovate merupakan kapasitas organisasi untuk berinovasi dengan melalui komitmen dan implementasi dari inovasi baru. Komitmen yang di maksud adalah ketersediaan dari organisasi untuk menjadi inovatif dan melakukan aktivitas inovasi.

3. *Willingness to Change*

Willingness to Change adalah kegiatan bisnis yang tidak menentu, organisasi harus dapat terus menerus merespon agar tetap kompatibel. Sehingga diperlukan perubahan dan inovasi, organisasi harus bersedia untuk berubah terlebih dahulu untuk mempelajari metode baru, pengetahuan baru, dan mengimplementasikan ide baru untuk kemajuan perusahaan.

2.6 *Business Performance*

2.6.1 *Pengertian Business Performance*

Pengertian atau definisi kinerja menurut Moehariono (2012:96) adalah sebagai berikut :“Kinerja berasal dari kata-kata job performance atau prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang telah dicapai oleh seseorang karyawan. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Meskipun umumnya berpendapat bahwa peningkatan kinerja bisnis adalah konsekuensi dari kemampuan pemasaran yang efektif, pengujian temporal dan evaluasi kontribusi kapabilitas pemasaran untuk kinerja perusahaan secara mengejutkan kurang. (Merrilees et al., 2011; Morgan et al., 2009)

Tingkat keberhasilan suatu kinerja meliputi aspek kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan, menurut Siswanto (dalam Muhammad Sandy, 2015:11) kinerja ialah prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya. Pengertian kinerja menurut Moehariono (2012:95) yaitu “Kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.” (Abdullah, 2014:3).

Performance atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses (Nurlaila, 2010:71). Menurut pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan (Luthans, 2005:165).

Dari definisi di atas, yang dimaksud dengan kinerja bisnis adalah hasil dari aktivitas perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur dari keberhasilan sebuah bisnis.

Kinerja merupakan suatu prestasi atau tingkat keberhasilan yang dicapai oleh individu atau suatu organisasi dalam melaksanakan pekerjaan pada suatu periode tertentu. Kinerja juga dapat diartikan sebagai suatu prestasi yang dicapai dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat dalam suatu periode. Peningkatan kinerja tidak dapat terwujud apabila tidak ada pengelolaan atau manajemen yang baik, yang dapat mendorong upaya-upaya institusi untuk meningkatkan kinerja. Setiap usaha-usaha manajemen kinerja ditujukan dapat digunakan untuk mendorong kinerja dalam mencapai tingkat tertinggi pada setiap organisasi.

2.6.2 Indikator *Business Performance*

Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif dan / atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu indikator kinerja harus merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur serta digunakan sebagai dasar untuk menilai atau melihat tingkat kinerja, baik dalam tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, maupun tahap setelah kegiatan selesai.

kinerja bisnis (*business performance*) adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. According to Huang et al. (2010), *business performance* is defined as “the measure of growth and profitability of the firm through its business endeavors”. (Saraswati & Riani, 2016)

Untuk kinerja organisasi swasta, dapat dilihat melalui tujuannya yang telah ditetapkan pada visinya, meskipun dapat bervariasi berdasarkan strategi, operasi, keuangan dan pengembangan organisasi. Sejumlah penelitian mengadopsi berbagai dimensi untuk mengukur kinerja bisnis. Menurut Blackburn (2013) performa bisnis dilihat dari kinerja dari karyawannya dan ada 3 indikator untuk menilai performa yaitu: (i) *Turnover*, (ii) *Employment growth*, (iii) *profit*.

Menurut Ho (2011), indikator kinerja bisnis yang sesuai di industri TI adalah:

1. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mengacu pada sejauh mana organisasi melakukan secara finansial. Sebagian besar itu ditunjukkan oleh pertumbuhan penjualan total.

2. Kinerja Pasar

Kinerja pasar mengacu pada sejauh mana organisasi melakukan di pasar. Ini ditunjukkan dengan pertumbuhan pasar baru.

3. Kinerja Teknologi

Kinerja teknologi mengacu pada sejauh mana organisasi melakukan teknologi. Hal ini ditunjukkan oleh kemajuan teknologi untuk mempelajari metode baru dalam organisasi.

2.6.3 Faktor *Business Performance*

Kinerja dipandang sebagai proses untuk mencapai tujuan organisasi dan tingkat output nyata yang dihasilkan terhadap output yang dimaksudkan. Oleh karena itu, kinerja adalah hasil dari setiap upaya yang dilakukan oleh setiap individu dalam organisasi untuk mencapai tujuannya. Kinerja adalah produk dari kegiatan administrasi, oleh karena itu, manajemen mempengaruhi kinerja organisasi. Manajemen adalah konsep yang luas, di mana semua membantu mengubah input menjadi output. Kinerja bisnis adalah penyebab faktor internal dan eksternal.

Menurut Wirawan (2009), kinerja bisnis dipengaruhi oleh:

1. Faktor Internal Karyawan

Ini adalah faktor-faktor di dalam individu di dalam organisasi. Faktor-faktor, seperti pengalaman, pengetahuan, ciri-ciri, kondisi fisik, kepercayaan dan semua yang mereka dapatkan sepanjang hidup mereka.

2. Faktor Internal Organisasi

Untuk mencapai pekerjaan yang dimaksudkan, karyawan membutuhkan dukungan organisasi, budaya dan iklim organisasi yang kondusif, tujuan organisasi yang jelas, di mana mereka bekerja. Faktor-faktor ini menentukan kinerja individu, yang mengarah ke kinerja organisasi.

3. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang menentukan kinerja bisnis adalah tren, perubahan lingkungan bisnis, kondisi politik, ekonomi dan hukum, di mana organisasi beroperasi.

2.7 Brand Equity

2.7.1 Pengertian Brand Equity

Definisi merek menurut Kotler (2002:460) ialah “nama, istilah, tanda, symbol, atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang/jasa dari seseorang/sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing”. Kartajaya (2005:184) menyatakan merek adalah value indikator, yaitu indikator yang menggambarkan seberapa kokoh dan solidnya value perusahaan dan produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Dalam sebuah produk harus memiliki merek sebagai alat pembeda dengan produk lainnya. Sebuah merek akan mengidentifikasikan suatu produk dengan jelas karena dalam merek itu ada hal yang disebut dengan Ekuitas Merek (*Brand Equity*), yang merupakan nilai suatu merek yang bersifat intangible. Mengelola Ekuitas Merek dapat meningkatkan atribut keunggulan bersaing.

Ekuitas merek dapat diartikan dengan kekuatan dari sebuah merek. Menurut Morgan (2000: 76), dari sisi perusahaan, melalui merek yang kuat perusahaan dapat mengelola aset-aset mereka dengan baik, meningkatkan arus kas, memperluas pangsa pasar, menetapkan harga premium, mengurangi biaya promosi, meningkatkan penjualan, menjaga stabilitas, dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Sedangkan menurut Shoker (1994: 151)

Menurut Supranto dan Limakrisna (2011:132), Ekuitas merek adalah nilai yang ditentukan oleh konsumen pada suatu merek di atas dan di luar karakteristik/atribut fungsional dari produk.

Menurut Supranto dan Limakrisna (2011:132) Pengertian ekuitas merek (brand equity) menurut Supranto dan Limakrisna adalah nilai yang ditentukan oleh konsumen pada suatu merek di atas dan diluar karakteristik/atribut fungsional dari produk.

Kumpulan aset dan kewajiban merek yang terkait dengan merek, nama dan lambang yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh produk atau layanan perusahaan dan / atau pelanggan perusahaan itu . Aaker (1991.,p 15)

2.7.2 Fungsi dan Manfaat *Brand Equity*

Ekuitas merek bisa berpengaruh terhadap kepercayaan diri konsumen dalam pengambilan keputusan membeli baik itu disebabkan adanya pengalaman di masa lalu dalam memakai merek tersebut ataupun kedekatan dengan merek dan karakteristiknya.

Menurut Simamora (2003:49) ekuitas merek mempunyai beberapa fungsi dan manfaat antara lain:

- Loyalitas memungkinkan adanya pembelian/transaksi berulang atau apabila konsumen tersebut adalah committed buyer, tidak hanya terhenti di pembelian ulang, tetapi konsumen juga bisa menganjurkan atau memberi rekomendasi kepada orang lain.

- Memungkinkan perusahaan menentukan harga yang lebih tinggi (premium) yang artinya keuntungan yang lebih tinggi untuk perusahaan.
- Memberi kredibilitas terhadap produk lain yang memakai merek tersebut.
- Memungkinkan return yang lebih tinggi
- Sebagai pembeda relatif dengan pesaing yang jelas bernilai dan berkesinambungan
- Sangat fokus internal yang jelas
- Membuat adanya toleransi konsumen pada kesalahan produk atau perusahaan, melalui loyalitas yang tinggi kepada merek tersebut
- Menjadi faktor yang menarik pegawai yang berkualitas, dan juga mempertahankan pegawai yang loyal
- Menarik konsumen untuk hanya memakai faktor merek dalam mengambil keputusan membeli

2.7.3 Dimensi *Brand Equity*

Ekuitas merek terbentuk dari empat dimensi, yakni kesadaran merek (*brand awareness*), persepsi kualitas (*perceived quality*), asosiasi merek (*brand association*), loyalitas merek (*brand loyalty*)

1. Kesadaran Merek (*BrandAwareness*)

Adalah kemampuan konsumen untuk mengenali atau ingat kembali terhadap suatu merek dan menghubungkannya dengan suatu kategori produk tertentu.

2. Persepsi Kualitas (*PercievedQuality*)

Persepsi kualitas kepada merek menunjukkan respon seluruh konsumen kepada kualitas dan keunggulan yang ditawarkan merek.

3. Asosiasi Merek (*BrandAssociation*)

Asosiasi merek berkaitan dengan segala sesuatu yang berhubungan dalam memori pelanggan kepada suatu merek.

4. Loyalitas Merek (*BrandLoyalty*)

Loyalitas merek adalah komitmen yang kuat dalam berlangganan atau melakukan pembelian kembali sebuah merek secara konsisten pada masa yang akan datang.

5. Membangun Ekuitas Merek

Ekuitas merek bisa dibangun dengan membuat struktur pengetahuan merek yang tepat untuk pelanggan yang tepat. Proses ini tergantung dari seluruh kontak yang terhubung dengan merek (baik yang dijalankan oleh pemasar atau bukan).

2.8 Karyawan

2.8.1 Pengertian Karyawan

Tenaga kerja, pekerja, karyawan, potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya atau potensi merupakan aset dan berfungsi sebagai modal non material dalam organisasi bisnis yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi (Nawawi, 2011)

Karyawan adalah setiap orang yang bekerja dengan menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada suatu perusahaan dan memperoleh balas jasa yang sesuai dengan perjanjian (Hasibuan, 2009)

Hasil yang dicapai (prestasi) seorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan pada suatu organisasi disebut kinerja. Kinerja menampilkan kombinasi antara kemampuan dan usaha untuk menghasilkan apa yang dikerjakan agar menghasilkan kinerja yang baik, seseorang harus memiliki kemampuan, kemauan, usaha serta dukungan dari lingkungan. Kemauan dan usaha menghasilkan motivasi, kemudian setelah ada motivasi seseorang akan menampilkan perilaku untuk bekerja.

Kinerja berasal dari kata performance. Sementara performance itu sendiri diartikan sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja merupakan implementasi dari perencanaan yang telah disusun tersebut. Implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan” (Wibowo, 2007: 4).

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan

telah disepakati bersama. Fustino Cardosa Gomes mengungkapkan bahwa kinerja karyawan sebagai “Ungkapan seperti output, efisien serta efektivitas sering dihubungkan dengan produktifitas” (Fustino Cardosa Gomes dalam Mangkunegara, 2009).

Kinerja dalam sebuah organisasi merupakan salah satu unsur yang tidak dapat di pisahkan dalam suatu lembaga organisasi, baik itu lembaga pemerintahan maupun lembaga swasta. Kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actul Performance* yang merupakan prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang di capai seseorang.

Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja sumber daya manusia adalah prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai sumber daya manusia persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas.

Untuk mencapai tujuan organisasi tersebut, setiap organisasi atau perusahaan harus selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja para karyawannya. Selain itu juga diperlukan komunikasi, penilaian dan pengawasan oleh pihak perusahaan agar dapat menghasilkan informasi yang akurat tentang perilaku dan kinerja para karyawan, dengan demikian keberlangsungan suatu perusahaan tergantung oleh kinerja karyawan.

Meningkatkan kreativitas karyawan melalui sketsa individu menghadapi tantangan yang dihadapi oleh pemimpin tim dalam mendorong kreativitas individu dan tim.(Kathryn M. Bartol, Zhi-Xue Zhang , Chenwei Li, 2016)

Kinerja menurut Hasibuan (2009:160) adalah merupakan suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas kecakapan, usaha dan kesempatan.

2.9 Jenis – jenis Karyawan

1. Karyawan Tetap

Karyawan tetap merupakan karyawan yang telah memiliki kontrak ataupun perjanjian kerja dengan perusahaan dalam jangka waktu yang tidak ditetapkan (permanent). Karyawan tetap biasanya cenderung memiliki hak yang jauh lebih besar dibandingkan dengan karyawan tidak tetap. Selain itu, karyawan tetap juga cenderung jauh lebih aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan) dibandingkan dengan karyawan tidak tetap.

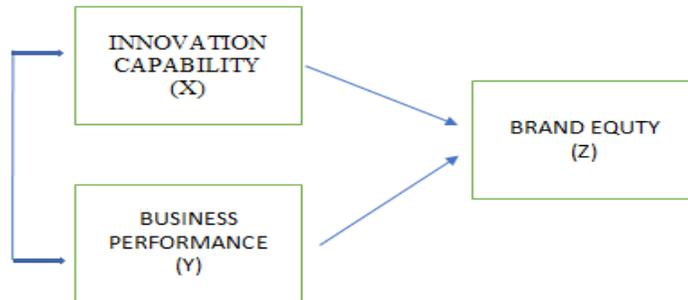
2. Karyawan Tidak Tetap

Karyawan tidak tetap merupakan karyawan yang hanya dipekerjakan ketika perusahaan membutuhkan tenaga kerja tambahan saja. Karyawan tidak tetap biasanya dapat diberhentikan sewaktu-waktu oleh perusahaan ketika perusahaan sudah tidak membutuhkan tenaga tambahan lagi. Jika dibandingkan dengan karyawan tetap, karyawan tidak tetap cenderung memiliki hak yang jauh lebih sedikit dan juga cenderung sedikit tidak aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan).

2.10 Kerangka Pemikiran

Untuk mendukung kapabilitas inovasi atau *innovation capability*, sebaiknya perusahaan mendukung agar kinerja bisnis atau business performance dapat diterapkan dan dirasakan semua karyawannya. Kinerja bisnis merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam perusahaan agar perusahaan dapat mempunyai sumber daya manusia yang baik dan kompak dalam mencapai visi dan misi. Setelah kedua hal tersebut saling mendukung maka akan menghasilkan hasil yang baik juga terutama untuk kinerja dalam perusahaan. Kesiapan perusahaan dalam menghadapi inovasi dan perubahan bukanlah masalah jika karyawan dalam perusahaan mempunyai keterampilan yang merata, membagikan ide, dan kesiapan mereka jika terjadi suatu perubahan. Dari pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi kapabilitas atau *innovation capability* dapat mendukung perusahaan dalam mengukur kemampuan kinerja, dan diharapkan dapat berpengaruh dalam

kinerja bisnis perusahaan supaya lebih baik. Hubungan antara 3 variabel tersebut dapat diilustrasikan sebagai berikut



Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Penelitian(2018)