

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian penulis.

Penelitian ini dilakukan oleh Eliora Lorensa, Nur Hidayah (2022) yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap UMKM Fashion”. Penelitian ini menggunakan Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden pemilik usaha UMKM fashion di Jakarta Barat. Data diolah menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM, orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM.

Penelitian ini dilakukan Oleh Efendi Febriasyah, Muhajirin (2020 yang berjudul “ Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha UMKM

Tenun Motif Renda Kota Bima “. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu asosiatif, lokasi penelitian Kecamatan Raba Kelurahan Ntobo Rt.01-Rt.12. Populasi dalam penelitian ini adalah semua UKM motif Renda yang mempunyai Kreativitas dan Inovasi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 UKM. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data penelitian yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, angket/koesioner, dan studi pustaka. Variabel Kreativitas dan Inovasi secara bersama mempunyai pengaruh baik secara simultan maupun secara parsial maupun simultan terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Implikasi dari penelitian ini adalah agar keberadaan produk motif renda bisa terus dikenal dan dikembangkan demi melestarikan produk tenun motif renda Kota Bima.

Penelitian ini dilakukan oleh Yollanda Dwi Sagita, Amanda Setiorini (2022) yang berjudul “ Pengaruh Kreativitas, Inovasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan MNC Animasi”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan kerja PT. Animasi MNC. Penelitian ini dilakukan terhadap 68 responden kepada karyawan PT. MNC Animation di Jakarta. Pengambilan data hasil menggunakan kuesioner dengan skala semantik diferensial. Teknik analisis menggunakan linier berganda dan sederhana regresi. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa kreativitas dan inovasi dimiliki secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

kerja karyawan. Berbeda dengan kreativitas yang tidak dimiliki efek sebagian. Namun, inovasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja secara parsial.

Penelitian ini dilakukan oleh Dra. Eros Rosmiati, MM, Maya Sova SE, MAK, Reni Andari, SE. (2022) yang berjudul “ Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan PT. Infomedia Nusantara Jakarta” hasil penelitian didapatkan bahwa kompetensi yang dimiliki oleh karyawan pada PT. Infomedia Nusantara berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini populasi pada PT. Infomedia Nusantara berjumlah 200 karyawan. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana untuk mendapatkan gambaran pola hubungan dan pengaruh antara variabel kompetensi terhadap kinerja karyawan.

Penelitian ini dilakukan oleh Stepharia Juli Lengkey, Victor P.K. Lengkong, Lucky O.H Dotulong (2022) yang berjudul “ Pengaruh Kompetensi, Inovasi dan Kreativitas Kinerja Karyawan (studi kasus kantor PDAM 2 saudara kota Bitung) Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kompetensi, inovasi, dan kreativitas terhadap kinerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada kantor PDAM Dua Sudara Kota Bitung. Teknik pengambilan sampel adalah sampling jenuh, yaitu mengambil seluruh sampel sebanyak 141 responden. Metode penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dengan uji ini dapat dilihat bagaimana variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kompetensi berpengaruh positif signifikan

terhadap kinerja karyawan, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, dan kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan. Dan variabel kompetensi, inovasi, dan kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Kantor PDAM Dua Sudara Kota Bitung.

Tabel 2. 1 Matrix Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Variabel	Hasil
Efendi Febriasyah, Muhajirin (2020)	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha UMKM Tenun Motif Renda Kota Bima	Kreativitas (X1), Inovasi(X2), Kinerja Usaha (Y)	Populasi dalam penelitian ini adalah semua UKM motif Renda yang mempunyai Kreativitas dan Inovasi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 UKM. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data penelitian yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, angket/koesioner, dan studi pustaka. Variabel Kreativitas dan Inovasi secara bersama mempunyai pengaruh baik secara simultan maupun secara parsial maupun simultan terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Implikasi dari penelitian ini adalah agar keberadaan produk motif renda bisa terus dikenal dan dikembangkan demi melestarikan produk tenun motif renda Kota Bima
Eliora Lorenza, Nur Hidayah (2022)	Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap UMKM	Inovasi Produk(X1), Orientasi Pasar(X2), Media Sosial (X3)	bahwa kompetensi yang dimiliki oleh karyawan pada PT. Infomedia Nusantara berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini populasi pada PT. Infomedia Nusantara berjumlah 200

	Fashion		karyawan. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana untuk mendapatkan gambaran pola hubungan dan pengaruh antara variabel kompetensi terhadap kinerja karyawan.
Yollanda Dwi Sagita, Amanda Setiorini (2022)	Pengaruh Kreativitas, Inovasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan MNC Animasi	Kreativitas (X1), Inovasi(X2), Kepuasan Kerja karyawan(Y)	Untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan kerja PT. Animasi MNC. Penelitian ini dilakukan terhadap 68 responden kepada karyawan PT. MNC Animation di Jakarta. Pengambilan data hasil menggunakan kuesioner dengan skala semantik diferensial. Teknik analisis menggunakan linier berganda dan sederhana regresi.
Dra. Eros Rosmiati, M M, Maya Sova SE, MAK, Reni Andari, SE. (2022)	Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan PT. Infomedia Nusantara Jakarta	Kompetensi (X1), kinerja karyawan (Y)	hasil penelitian didapatkan bahwa kompetensi yang dimiliki oleh karyawan pada PT. Infomedia Nusantara berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini populasi pada PT. Infomedia Nusantara berjumlah 200 karyawan. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana untuk mendapatkan gambaran pola hubungan dan pengaruh antara variabel kompetensi terhadap kinerja karyawan.
Juli Lengkey, Victor P.K.	Pengaruh Kompetensi, Inovasi	Kompetensi (X1), inova	Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Telah menjadi hal

Lengkong, Lucky O.H Dotulong (2022)	dan Kreativitas Kinerja Karyawan (studi kasus kantor PDAM 2 saudara kota Bitung)	si(X2),kreativitas(X3), kinerja karyawan (Y)	yang pasti bahwa perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kompetensi, inovasi, dan kreativitas terhadap kinerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada kantor PDAM Dua Sudara Kota Bitung. Teknik pengambilan sampel adalah sampling jenuh, yaitu mengambil seluruh sampel sebanyak 141 responden. Metode penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda.
Carissa Alodia Pratama, Abdulah Rakman (2022)	Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Bisnis perusahaan Pengadaan Jasa Cleaning Service (Studi Kasus PT. Cahaya Pratama Megah)	Strategi Inovasi (X1), Kinerja Bisnis(Y)	Penelitian dilakukan dengan metode literature review dari beberapa jurnal internasional maupun nasional. Sebagian besar menyatakan bahwa orientasi pasar, inovasi produk, dan kemampuan pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis.

Sumber data : diolah penulis (2023)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kreativitas

A. Pengertian

Secara umum, kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyajikan perspektif baru, untuk menghasilkan ide-ide baru dan bermakna.

Kreativitas juga dapat berarti karyawan menggunakan beragam keterampilan, kemampuan, pengetahuan, pandangan, dan pengalaman mereka yang beragam untuk menghasilkan ide-ide baru untuk pengambilan keputusan, penyelesaian masalah, dan penyelesaian tugas dengan cara yang efisien (Cheung & Wong, 2011). Sedangkan menurut Smith, (2006 dalam Riansyah & Sya'roni, 2014) kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda baik berupa hasil yang dapat dinilai maupun berupa ide (tindakan yang menghasilkan karya cipta baru dan berbeda).

Kreativitas karyawan dapat diartikan pusat kelangsungan hidup jangka panjang suatu organisasi karena karyawan dapat menghasilkan ide-ide baru dan berpotensi berguna untuk menciptakan yang baru, dan atau meningkatkan yang sudah ada, produk, layanan, proses, dan rutinitas (Shalley et al., 2000). Menurut Carmeli et al. (2010), kreativitas karyawan didefinisikan sebagai produksi ide, produk, atau prosedur yang baru atau ori sinal, dan memiliki potensi manfaat bagi sebuah organisasi.

Dalam beberapa penelitian, kreativitas dianggap sebagai karakteristik pribadi dengan fitur yang mencakup bidang minat yang luas dan tingkat energi yang tinggi (King & Gurland, 2007). Kreativitas penting bagi organisasi karena kontribusi kreatif tidak hanya dapat membantu organisasi menjadi lebih efisien dan lebih responsif terhadap peluang, tetapi juga membantu organisasi beradaptasi terhadap perubahan, tumbuh, dan bersaing dalam lingkungan bisnis.

B. Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas Karyawan

Menurut Rogers (1962, dalam Munandar, 2009), faktor-faktor yang dapat

mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya :

- a. Dorongan dari dalam diri sendiri. Setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreaitivitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya.
- b. Dorongan dari lingkungan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kreativitas berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (inteligensi) dan pemerdayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan ketrampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko. Kreativitas akan sangat membantu organisasi dalam merespon setiap perubahan yang mungkin saja terjadi di dunia bisnis yang penuh persaingan. Selain itu, menciptakan, atau memunculkan ide-ide baru untuk memperbaiki kondisi, merupakan komponen penting dari diri individu dan dengan demikian hal ini menjadi potensi bagi banyak pekerja (Ellsworth, 2002 dalam Riansyah & Sya'roni, 2014). Terbentuknya kreativitas karyawan untuk dapat menciptakan ide-ide, konsep, serta metode baru dapat terjadi melalui motivasi dari dalam diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar.

C. Fungsi Kreativitas

Menyadari peran fungsi kreativitas dalam proses inovatif merupakan hal yang penting. Kreativitas adalah pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem. Ada dua aspek penting pada kreativitas: proses dan manusia, proses yang berorientasi tujuan yang didesain untuk mencapai solusi suatu problem. Manusia merupakan sumber daya yang menentukan solusi. Proses tetap sama, namun pendekatan yang digunakan dapat bervariasi misalnya, pada suatu problem mereka mengadaptasikan suatu solusi, tetapi pada kesempatan yang berbeda mereka menerapkan solusi inovatif.

D. Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2013 :76) indikator kreativitas sebagai berikut :

1. Kemampuan berfikir

Cirinya inovatif, belum ada sebelumnya, agar menarik, aneh dan mengejutkan.

2. Motivasi

Cirinya lebih enak, lebih praktis, lebih mudah, memperlancar, mendorong pengembangan, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan mendatangkan hasil yang baik atau lebih banyak.

3. Disiplin

Cirinya hasil yang dapat di mengerti dan dapat dibuat di lain waktu.

2.2.2 Inovasi Produk

A. Pengertian

Menurut Kotler (2016:454) dalam bukunya menyatakan bahwa :
“Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain”.

B. Konsep Inovasi

Menurut Kotler dan Keller (2014:32) mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut: a. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan. b. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Menurut Kotler dan Keller (2014:32), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

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 Orisinalitas 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 inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

C. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kloter Amstrong ada tiga indikator inovasi produk yaitu :

a. Kualitas Produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi – fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

b. Varian Produk

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

2.2.3 Kompetensi

A. Pengertian

Kompetensi paling bermanfaat membantu organisasi menciptakan budaya kinerja tinggi, kompetensi sangat diperlukan pada tiap – tiap proses SDM, seleksi karyawan, manajemen kinerja, perencanaan dan sebagainya. Kompetensi adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu yang dimiliki oleh seorang individu yang memiliki nilai jual dan itu teraplikasi dari hasil kreativitas serta inovasi yang dihasilkan. Menurut Wibowo (2016:271), kompetensi merupakan kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan dan tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan.

Adapun pengertian kompetensi kerja menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan Bab 1 pasal 10 yang berbunyi,” Kompetensi kerja adalah kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standard yang ditetapkan “. Dalam dunia kerja semakin tinggi kompetensi seseorang maka semakin tinggi nilai jual orang tersebut, termasuk jika ini dihubungkan dengan nilai finansial, atau dengan kata lainnya perolehan finansial yang bisa diperoleh akan semakin tinggi.

B. Kategori Kompetensi

Menurut Irham (2016:46), kompetensi dibagi menjadi dua kategori yaitu *threshold competencies* dan *differentiating competencies*,

1. *Threshold Competencies*

Threshold Competencies merupakan kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh setiap orang yang termiliki, khususnya oleh seorang karyawan.

2. *Differentiating Competencies*

Differentiating Competencies merupakan sebuah kompetensi yang dimiliki oleh seseorang yang membedakan ia dengan orang lain. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari segi hasil yang diberikan dimana mereka yang berkompentensi tinggi mampu mengerjakan tugas-tugas sulit dan selesai dengan baik, namun yang berkompentensi rendah tidak mampu menyelesaikan tugas-tugas tersebut dengan baik

C. Jenis dan karakteristik dasar kompetensi

Menurut Irham (2016 :46). Disisi lain kita juga perlu memahami jenis – jenis kompetensi. Jenis –jenis kompetensi ada 3 yaitu :

1. Kompetensi Organisasi
2. Kompetensi pekerjaan
3. Kompetensi individual

D. Indikator Kompetensi

Menurut Wibowo (2012:324) mengemukakan terdapat tiga indikator kompetensi sebagai berikut :

1. Pengetahuan (Knowledge) : Pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan meliputi :
 - a. Mengetahui dan memahami pengetahuan dibidang masing – masing.
 - b. Mengetahui pengetahuan yang berhubungan dengan peraturan, prosedur, tehnik yang baru dalam institusi pemerintahan.
2. Keterampilan (Skill) : Keterampilan individu meliputi :
 - a. Kemampuan dalam berkomunikasi dengan baik secara tulisan.
 - b. Kemampuan berkomunikasi dengan jelas secara lisan .
3. Sikap (Attitude) : Sikap individu meliputi :
 - a. Memiliki kemampuan berkomunikasi dalam berkreaitivitas dalam bekerja
 - b. Adanya semangat kerja yang tinggi.

2.2.4 Kinerja Bisnis

A. Pengertian

Kinerja merupakan hal yang sangat penting dan harus di perhatikan oleh seluruh manajemen, baik pada tingkatan organisasi kecil maupun besar. Kinerja bisnis memiliki pengertian yang sangat untuk dipahami. Kinerja berasal dari kata prestasi kerja (*performance*). Deskripsi dari kinerja menyangkut tiga komponen penting yaitu tujuan, ukuran, dan penilaian. Penentuan tujuan dari setiap unit organisasi merupakan strategi untuk meningkatkan kinerja.

Menurut (Prasetyo dan Harjanti, 2013), Kinerja bisnis merupakan akumulasi dari hasil aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan itu sendiri. Voss dan Voss (2000) mendefinisikannya sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan dan pertumbuhan penjualan. Kinerja bisnis merupakan indikator dari kesuksesan suatu bisnis. Fairoz et al. (2010) menyatakan kinerja bisnis sebagai hasil dari tujuan-tujuan organisasi yang dicapai melalui efektifitas strategi dan teknik.

Rogers (dalam Mahmudi 2005) menjelaskan kinerja ialah suatu konstruk yang memiliki multidimensional, dalam pengukurannya bervariasi mengikuti kompleksitas faktor-faktor yang membentuk kinerja. Oleh karena itu, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kinerja, yaitu :

- a. Faktor personal atau individu, seperti : pengetahuan, ketrampilan/skill, kapabilitas, motivasi, kepercayaan diri dan komitmen setiap individu.

- b. Faktor kepemimpinan, seperti : kualitas dalam memberikan semangat, dorongan, dukungan dan arahan yang diberikan manajer dan team leader.
- c. Faktor sistem, seperti : sistem kerja, fasilitas/infrastruktur yang diberikan organisasi, proses organisasi dan budaya kinerja dalam organisasi.
- d. Faktor kontekstual atau situasional, seperti : perubahan dan adanya tekanan yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal.

B. Aspek Kinerja Bisnis.

Menurut Kaplan dan Norton (2000), dalam mengukur kinerja suatu perusahaan melibatkan 4 aspek, yaitu:

- a) Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*) Perspektif Keuangan dapat dilihat dan diukur melalui laporan keuangan perusahaan yang meliputi laporan neraca dan laporan laba rugi. Tujuan dari laporan keuangan itu sendiri adalah untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Ukuran keuangan biasanya diwujudkan dalam profitabilitas, pertumbuhan dan *stakeholder value*. Alat ukur yang dapat digunakan adalah rasio keuangan yang meliputi rasio likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas.
- b) Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*) Dalam perspektif ini kinerja diukur dari bagaimana perusahaan dapat memuaskan pelanggan.

Sebelum tolak ukur kinerja pelanggan ditetapkan, Kaplan dan Norton (2000) menyarankan agar perusahaan menetapkan terlebih dahulu segmen pasar yang akan menjadi target atau sasaran serta mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan para calon pelanggan yang berada dalam segmen tersebut, sehingga tolak ukurnya dapat lebih terfokus. Langkah selanjutnya adalah menentukan kepuasan pelanggan, dalam kaitan ini diperlukan kegiatan penelitian terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus dapat memberikan pelanggan produk yang bermutu lebih baik, harga lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan para pesaingnya. Pelanggan memang harus dipuaskan agar tidak meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lainnya yang dapat memberikan kepuasan. Makin banyak pelanggan yang beralih menjadi pelanggan pesaing, dapat diramalkan bahwa hasil penjualan menurun dan pada gilirannya laba juga turun.

- c) Perspektif Efisiensi Proses Internal (*Internal Process Efficiency*) Setiap organisasi memiliki seperangkat proses penciptaan nilai yang unik untuk konsumen. Berbagai ukuran kinerja dalam perspektif pelanggan harus diterjemahkan ke dalam ukuran-ukuran tentang apa yang harus dilakukan oleh organisasi untuk memenuhi harapan pelanggan. Manajer terus memfokuskan perhatiannya kepada proses bisnis internal yang menjadi penentu kepuasan pelanggan.

Ditambahkn oleh Santos dan Brito (2012) Kinerja Bisnis dapat ditinjau menjadi 2 hal yaitu Kinerja keuangan (Keuntungan, Pertumbuhan, dan Nilai Pasar) serta Kinerja Strategis (Kepuasan Konsumen, Kepuasan Karyawan, Kinerja Lingkungan dan Kinerja Sosial).

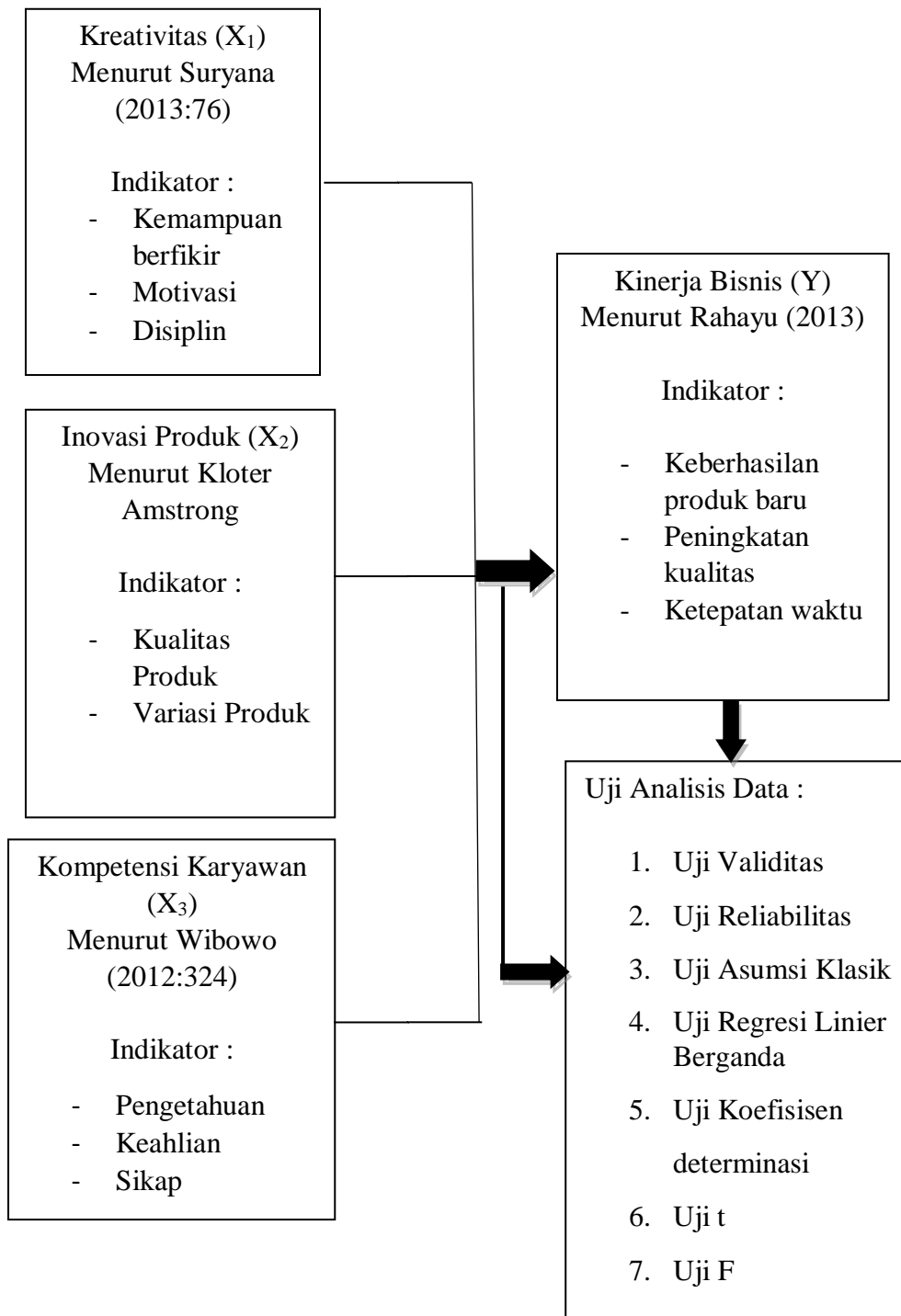
C. Indikator Kinerja Bisnis

Untuk mengukur kinerja bisnis Rahayu (2013) dalam Shandra (2018:7) menggunakan tiga indikator yaitu :

1. Keberhasilan produk baru
2. Peningkatan kualitas
3. Ketepatan waktu

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dibuat untuk memberikan sebuah gambaran mengenai pengaruh Kreativitas, Inovasi Produk dan Kompoetensi karyawan terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus SeaFood Trubus Babat). Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut diatas serta untuk mempermudah pembahasan dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

Keterangan :

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji F.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2016:64). Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut diatas, maka :

1. Diduga apakah Kreativitas, inovasi produk dan kompetensi karyawan berpengaruh parsial terhadap Kinerja Bisnis SeaFood Trubus Babat.
2. Diduga apakah Kreativitas, inovasi produk dan kompetensi karyawan berpengaruh simultan terhadap Kinerja Bisnis SeaFood Trubus Babat.
3. Diduga apakah kompetensi karyawan yang paling berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis SeaFood Trubus Babat.