

TESIS

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

***THE INFLUENCE OF INNOVATION STRATEGY ON
IMPROVING COMPANY PERFORMANCE BY PT. KENCANA
ENERGI LESTARI, TBK***

ESTON SEPTANUGRAH SAMPERURU

A012212025



PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

HALAMAN JUDUL

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

***THE INFLUENCE OF INNOVATION STRATEGY ON IMPROVING
COMPANY PERFORMANCE BY PT. KENCANA ENERGI LESTARI,
TBK***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister
Pada Program Studi Magister Manajemen

Disusun dan diajukan oleh

**ESTON SEPTANUGRAH SAMPERURU
A012212025**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

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

Disusun dan diajukan oleh:

ESTON SEPTANUGRAH SAMPERURU
NIM A012212025

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **06 Maret 2024** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Prof. Dr. H. Jusni, SE., M.Si
NIP 196101051990021002

Pembimbing Pendamping

Andi Aswan, SE., MBA, M.Phil., DBA.
NIP 197705102006041003

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dr. H. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si.
NIP 196806291994031002



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. H. Abd.Rahman Kadir., S.E., M.Si., CIPM.
NIP 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Eston Septanugrah Samperuru
Nim : A012212025
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan Oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 06 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Eston Septanugrah Samperuru

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan, atas kehendaknya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan Penelitian dengan judul “PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN OLEH PT. KENCANA ENERGI LESTARI, TBK”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Manajemen di program studi Magister Manajemen konsentrasi Operasional, Universitas Hasanuddin.

Segala usaha dan upaya telah penulis lakukan untuk menyelesaikan tesis ini sebaik mungkin, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan campur tangan dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan-masukan yang berharga, serta informasi guna kelengkapan penyusunan tesis ini. Oleh karena itu, penulis bersyukur dan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berkontribusi dalam penyelesaian tesis ini.

1. Kepada Orang Tuaku yang tercinta, Ayahanda Drs. Simon Samperuru, M.Si dan Ibunda Dra. Diana Sampepayung, Apt, terima kasih dan penghargaan sedalam-dalamnya kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah melahirkan, mengasuh, dan mendidik penulis dengan rasa penuh cinta dan kasih sayang serta doa dan pengorbanannya.
2. Kepada adik-adikku, Yefane Samperuru S. Hut dan dr. Angieska Dian Samperuru.
3. Bapak Prof Dr. H. Abd Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
4. Bapak Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M. Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

5. Bapak Prof. Dr. H. Jusni, SE., M.Si dan Bapak Andi Aswan, SE.,MBA, M.Phill., DBA selaku Ketua dan sekretaris Pembimbing dalam menyusun tesis ini yang telah banyak meluangkan waktunya memberi bimbingan dan arahan dalam penyelesaian tesis ini.
6. Bapak Prof. Dr. Abdul Razak Munir, SE.,M.Si, M.Mktg., C.PM dan Bapak Prof. Dr. Syamsu Alam, SE., M.Si., CIPM serta Bapak Dr. Andi Nur Baumaseppe., SE., M.M selaku penanggung-penanggung dalam menyusun tesis ini yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini dengan memberikan saran dan masukan bagi penulis.
7. Dosen Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberikan ilmu selama periode perkuliahan kepada penulis.
8. Seluruh Staf administrasi Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Magister Manajemen yang memberikan kemudahan birokrasi serta administrasi selama penyusunan tesis ini.
9. Seluruh sahabat yang telah memberikan bantuan dan mendoakan dalam proses penelitian ini hingga dititik ini.
10. Seluruh rekan-rekan pasca sarjana magister manajemen serta semua pihak yang telah membantu penulis selama ini.
11. Para responden PT. Kencana Energi Lestari, Tbk yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari Tesis ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan masukan demi kesempurnaan dan perbaikannya untuk menyempurnakan.

Tangerang, 06 Maret 2024

Penulis

ABSTRAK

ESTON SEPTANUGRAH SAMPERURU. *Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan oleh PT Kencana Energi Lestari, Tbk.* (dibimbing oleh Jusni dan Andi Aswan).

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan oleh PT Kencana Energi Lestari, Tbk. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 25 responden pegawai PT Kencana Energi Lestari, Tbk. sebagai sampel yang ditarik dari populasi. Populasi ialah pegawai PT Kencana Energi Lestari, Tbk. Data dianalisis menggunakan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan oleh PT Kencana Energi Lestari, Tbk. dan (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.

Kata kunci: inovasi proses, inovasi produk dan kinerja perusahaan



ABSTRACT

ESTON SEPTANUGRAH SAMPERURU. *Impact of Innovation Strategy on Improving Company's Performance of PT. Kencana Energi Lestari, Tbk* (supervised by H. Jusni and Andi Aswan)

This research aims to investigate the impact of the process innovation and product innovation on the company's performance of PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. The research used the quantitative method. Data were collected using the questionnaire that was distributed to 25 respondents of PT. Kencana Energy Lestari, Tbk as the samples taken from the population. The population of this research was an officer of PT. Kencana Energy Lestari, Tbk. The data were analysed using the Double Linear Analysis. The research results indicate that: (1) the process innovation has the positive and significant impact on company's performance of PT. Kencana Energy Lestari, Tbk. (2) the product innovation has the positive and significant effect on the company's performance of PT. Kencana Energy Lestari, Tbk. It can be concluded that the process innovation and product innovation have the positive and significant impact on the company's performance of PT. Kencana Energy Lestari, Tbk.

Key words: process innovation, product innovation and company's performance



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Inovasi.....	12
2.2. Tujuan Inovasi	16
2.3. Jenis dan Sumber Inovasi	17
2.4. Kinerja Perusahaan	23
2.5. Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	27
3.1. Kerangka Pikir	27
3.2. Hipotesis Penelitian	29
BAB IV METODE PENELITIAN	30
4.1 Rancangan Penelitian.....	30
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
4.3 Populasi dan Sampel.....	30
4.4 Jenis dan Sumber Data	31
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31

4.6	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	32
4.7	Metode Analisa Data	34
BAB V	HASIL PENELITIAN.....	31
5.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
5.2	Karakteristik Responden.....	32
5.3	Uji Deskripsi Variabel Penelitian	33
5.4	Uji Instrumen	36
5.5	Uji Hipotesis	39
5.6	Pembahasan	42
BAB VI	PENUTUP	49
6.1.	Kesimpulan.....	49
6.2.	Saran.....	50
	DAFTAR PUSTAKA.....	51
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1 Defenisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 5.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jabatan.....	32
Tabel 5.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Inovasi Proses	33
Tabel 5.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Inovasi Produk	34
Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel kinerja Perusahaan	36
Table 5.5 Uji validitas variabel Inovasi Proses	37
Table 5.6 Uji validitas variabel Inovasi Produk	38
Table 5.7 Uji validitas variabel Kinerja Perusahaan	38
Table 5.8 Uji Realibilitas Variabel	39
Table 5.9 Uji Analisis Linear Berganda	40
Table 5.10 Uji T (Parsial)	41
Table 5.11 Uji Determinisasi (R^2)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Tabel Kapasitas Pembangkit Listrik EBT	7
Gambar 1.2: Pertumbuhan pendapatan PT. Kencana Energi Lestari.....	8
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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, mengeksploitasi, 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. Aktivitas inovasi dan pengembangan produk pada perusahaan yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan produktivitas dan persaingan global.

Strategi inovasi dimaksudkan 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).

Dalam melakukan inovasi, dorongan utama dalam upaya menciptakan antusiasme organisasi dalam pengintegrasian strategi perusahaan berasal dari kepercayaan rekan bisnis perusahaan, sehingga mampu menciptakan kemampuan baru jika mereka tidak mampu menciptakannya secara terpisah (Hall and Andriani, 1998).

Inovasi mengacu pada penciptaan, pengembangan, dan implementasi ide-ide baru, proses, produk, atau layanan yang menghasilkan perbaikan, kemajuan, atau perubahan yang signifikan di berbagai bidang. Inovasi adalah penggerak utama pertumbuhan ekonomi, kemajuan masyarakat, dan keunggulan kompetitif bagi bisnis dan organisasi. Ini sering melibatkan mengubah ide-ide kreatif menjadi solusi praktis yang menangani tantangan, memenuhi kebutuhan, atau memberikan peluang baru.

Inovasi melibatkan proses kreatif menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru untuk membawa perubahan positif. Ini adalah kekuatan mendorong kemajuan di berbagai bidang, dari teknologi dan bisnis hingga perawatan kesehatan dan pendidikan.

Dalam mencapai tujuan strategis, perusahaan harus mengembangkan dasar teknologi yang memadai. Perusahaan harus mengembangkan pengetahuan tentang teknologi dan "*organisational levers*" untuk efektivitas membangun dan menyebarkan pengetahuan (Adler, 1990 dalam Harisson dan Samson, 2002). Kapabilitas teknologi mengarah kepada aset teknologi yang dimiliki perusahaan dan secara strategis signifikan selama proses dan praktek penggunaan aset dapat dikembangkan dan dimanfaatkan dengan baik (Harisson dan Samson, 2002).

Menurut Witjaksono (2020), hubungan strategi inovasi dan kinerja perusahaan sebagian besar dilatarbelakangi adanya faktor eksternal yaitu pengaruh globalisasi dan perubahan teknologi yang cepat. Adanya pertumbuhan variasi produk yang pesat serta meningkatnya persaingan juga mendorong perusahaan untuk menentukan dan menciptakan atau mempertahankan keunggulan kompetitif yaitu dengan cara berinovasi.

Berdasarkan *resource based theory*, perusahaan dituntut untuk menyiapkan sumberdaya unik dan langka yang tidak dimiliki oleh pesaing. Sumberdaya yang unik tersebut diharapkan dapat menghasilkan sebuah produk atau proses yang tidak dapat ditiru oleh pesaing. Perusahaan yang mampu untuk menciptakan produk atau proses yang sulit untuk ditiru serta berbeda dengan pesaingnya akan lebih mudah untuk menguasai pangsa pasar. Perusahaan yang mampu untuk menciptakan dan mendayagunakan sumberdaya yang unik akan memiliki kesempatan untuk lebih menguasai pangsa pasar dari upaya inovasi yang dilakukan oleh perusahaan (Barney, 2001).

Strategi inovasi merupakan salah satu kebijakan yang digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis. Strategi inovasi lebih mengarahkan perusahaan untuk lebih mengutamakan peningkatan inovasi produk dan proses daripada mengalahkan dengan menghancurkan pesaingnya. Menurut Hitt, Bierman, Shimizu, dan Kochhar (2001) menyatakan untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata, suatu perusahaan menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat di dalamnya, menentukan sumberdaya yang berkompeten, dan memilih suatu strategi yang tepat untuk mengimplementasikan sehingga menghasilkan suatu keluaran (*output*) yang baik.

Indonesia, dengan ekonomi serta pertumbuhan penduduk yang masih terus berkembang dan bertumbuh, memiliki tingkat konsumsi energi yang semakin bertambah. Indonesia juga mempunyai potensi energi baru terbarukan yang berlimpah, seperti tenaga air, minihidro, surya, biomass, dan angin. Peningkatan kebutuhan energi ini mendorong pemerintah Indonesia melakukan upaya inovasi untuk mewujudkan beragam potensi energi baru terbarukan dan berkomitmen untuk menambah porsi energi baru terbarukan.

Pengembangan energi terbarukan menjadi salah satu prioritas dalam pemanfaatan energi di Indonesia. Hal ini menunjukkan semakin pentingnya peran energi terbarukan dalam mendukung pembangunan nasional. Kebutuhan energi yang semakin meningkat, khususnya di sektor ketenagalistrikan, harus diikuti dengan peningkatan ketersediaan bauran sumber daya energi yang ada di Indonesia.

Energi listrik merupakan hal yang penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik dari sektor rumah tangga, industri, maupun penerangan jalan. Inovasi Energi Baru Terbarukan (EBT), terutama Energi Terbarukan (ET) sejauh ini dapat dimaksimalkan untuk pemenuhan kebutuhan listrik nasional, menggantikan pembangkit berbahan energi fosil.

Peran energi fosil dalam konsumsi energi nasional masih sangat dominan terutama minyak bumi. Pada tahun 2013 konsumsi energi final dalam negeri dalam negeri yang paling dominan adalah penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang meliputi avtur, avgas, bensin, minyak tanah, minyak solar, minyak diesel, dan minyak bakar, diikuti penggunaan batubara, gas, dan lainnya. Juga karena penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) sebagai sumber pembangkit listrik kadangkala terkendala fluktuasi harga minyak yang berpengaruh pada beban

struktur biaya yang semakin meningkat. Dalam jangka panjang, peran dan kontribusi energi terbarukan akan semakin ditingkatkan dalam bauran energi nasional.

PT Kencana Energi Lestari, Tbk. merupakan perusahaan penyedia energi baru terbarukan terkemuka di Indonesia. PT. Kencana Energi Lestari menghadirkan energy terbarukan (EBT) yang diawali dengan tenaga air. Secara konsisten dan berkesinambungan, PT. Kencana Energi Lestari mengembangkan energi terbarukan dengan berbagai sumber, seperti PV surya, angin, biomassa dan biogas.

PT. Kencana Energi Lestari berkarya untuk mencapai kinerja terbaik agar dapat menghasilkan EBT yang ramah lingkungan bagi masyarakat Indonesia. Bersama, PT. Kencana Energi Lestari membangun tatanan sosial yang menyelaraskan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

PT. Kencana Energi Lestari hadir untuk dapat merespons kebutuhan masyarakat yang selaras dengan perkembangan ekonomi global yang rendah karbon dan ramah lingkungan. Hal ini juga merupakan dukungan PT. Kencana Energi Lestari menuju *net zero emission* (NZE) di Indonesia. Komitmen PT. Kencana Energi Lestari untuk menyeimbangkan keberhasilan bisnis dengan pengelolaan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik.

Nilai-nilai yang dianut PT. Kencana Energi Lestari tercermin pada inovasi proses cara perusahaan menjalankan bisnis. PT. Kencana Energi Lestari sangat menghargai pemangku kepentingan, lingkungan hidup, akuntabilitas dalam mencapai tujuan bersama. PT. Kencana Energi Lestari berkomitmen untuk menjaga konsistensi, integritas profesional, serta etika kerja berstandar tinggi

dalam seluruh karya perusahaan. PT. Kencana Energi Lestari menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, saling menghormati, dan prinsip-prinsip keselamatan.

PT. Kencana Energi Lestari terus aktif mengembangkan bisnis ke seluruh Indonesia dengan berbagai inovasi produk sumber energi. Kencana Energy telah mengoperasikan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) di Sumatera Utara yaitu PLTA Pakkat melalui PT Energi Sakti Sentosa, PLTA di Bengkulu yaitu PLTA Air Putih melalui PT Bangun Tirta Lestari, Pembangkit Listrik Tenaga Mini Hidro (PLTM) di Toraja Utara yaitu PLTM Ma'dong melalui PT Nagata Dinamika Hidro Madong dan Pembangkit Listrik Tenaga Biomassa (PLTBm) di Kepulauan Bangka Belitung yaitu PLTBm Tempilang melalui PT Biomassa Energi Jaya. Kami juga tengah melakukan proses pengembangan PLTMH Ordi Hulu di Sumatera Utara melalui PT Sumatera Energi Lestari dan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) di Kepulauan Bangka Belitung yaitu PLTS Tempilang melalui PT Kencana Energi Matahari. Kencana Energy akan mengembangkan usahanya ke berbagai lokasi lain di Sumatera dan Sulawesi.

PT. Kencana Energy Lestari Tbk. dengan kekuatan utama pengalaman di bidang energi baru terbarukan serta didukung profil keuangan yang kuat, serta berkat kesepakatan dengan PLN yang menjadi sumber pendapatan yang stabil, sehingga kinerja perusahaan meningkat. PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. juga dalam posisi yang sangat menjanjikan untuk investasi energi terbarukan dan kemitraan teknologi, sebagai penyedia daya listrik bagi kebutuhan industri dan rumah tangga Indonesia.

PT. Kencana Energi Lestari, Tbk (KEEN) telah menandatangani *Power Purchase Agreement* (PPA) dengan Perusahaan Listrik Negara (PLN), sebuah

kesepakatan yang menjadi incaran dan dasar usaha bagi banyak perusahaan energi atau Independent Power Producer (IPP).

Di tengah optimisme pemulihan ekonomi di tahun 2023, kondisi perekonomian global dan pandemic COVID-19 diperkirakan masih berpotensi menimbulkan ketidakpastian. Namun demikian, PT. Kencana Energi Lestari yakin bahwa perlahan, kondisi ini akan mengalami perbaikan.

Di sisi kebutuhan energi, pengembangan dan inovasi alternatif sumber EBT terus didengungkan, mengingat Indonesia memiliki banyak sekali potensi EBT yang belum dimanfaatkan dengan maksimal. Seperti dilansir oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) pada pertengahan tahun 2020 bahwa target EBT dari air adalah 18.627 GWh, panas bumi 14.774 GWh, dan EBT lainnya 1.005 GWh. Maka, prospek usaha untuk mengembangkan EBT masih sangat terbuka lebar dan oleh karenanya PT. Kencana Energi Lestari akan terus berupaya untuk mencari peluang agar dapat menyalurkan EBT di masa depan.

Gambar 1.1: Tabel Kapasitas Pembangkit Listrik EBT

TABEL KAPASITAS PEMBANGKIT LISTRIK EBT (MEGAWATT/MW)
NRE POWER PLANT CAPACITY (MEGAWATT/MW)

Uraian Description	2022	2021	2020	2019	2018
Hibrid Hybrid	0,2	3,6	3,6	4,0	4,0
Angin/Bayu Wind	154,3	154,3	154,3	154,3	143,5
Surya Solar	271,6	195,4	169,3	97,4	60,2
Bioenergi Bioenergy	3.086,6	1.920,4	1.093,50	1.884,60	1.882,80
Panas Bumi Geothermal	2.355,4	2.130,70	2.130,70	2.130,60	1.948,30
Air Hydro	6.688,9	6.601,9	6.140,6	5.885,50	5.742,10

Sumber | Source: **Kemen ESDM, 2023** | Ministry of Energy and Mineral Resources 2023

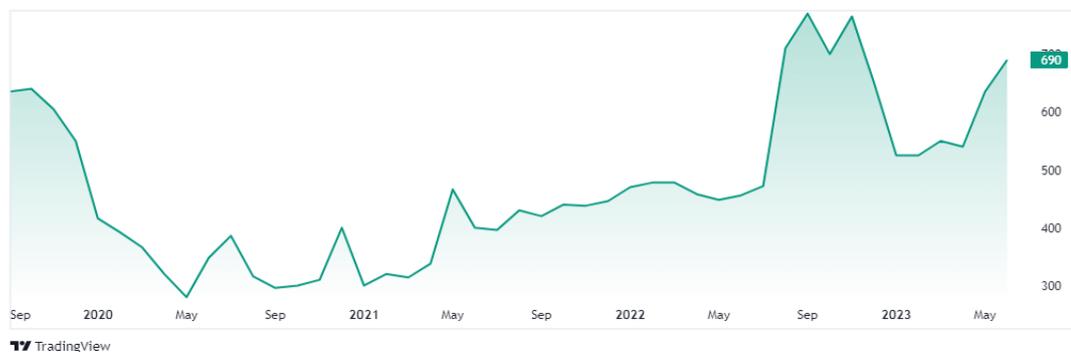
Sumber gambar: Annual and Sustainability Report 2022 Kencana Energy

Sesuai dengan kebijakan pemerintah untuk terus meningkatkan pasokan listrik dari sumber EBT dalam kebijakan energi nasional, kapasitas pembangkit listrik energy terbarukan (EBT) diproyeksi akan terus tumbuh.

Untuk tahun 2023, Kementerian ESDM memproyeksikan kapasitas terpasang pembangkit listrik EBT menjadi sebesar 12.925 MW atau bertumbuh sebesar 3% dibandingkan dengan realisasi pada tahun 2022 sebesar 12.557 MW.

PT Kencana Energi Lestari, Tbk (KEEN) melihat prospek bisnis penyedia listrik energi baru terbarukan (EBT) di Indonesia semakin terbuka karena didukung sejumlah kebijakan. Di tahun 2023, KEEN optimistis dapat meraih kinerja yang lebih baik ditopang beroperasinya beberapa proyek EBT. Di sepanjang tahun 2023, melihat prospek bisnis EBT semakin meyakinkan. Kinerja keuangan berdasarkan pertumbuhan pendapatan PT. Kencana Energi di kuartal I 2023 (gambar 1.2).

Gambar 1.2: Pertumbuhan pendapatan PT. Kencana Energi Lestari



Sumber gambar: <https://stocksetup.kontan.co.id/news/kinerja-kencana-energi-lestari-keen-melesat-pada-awal-tahun-2023-ini-faktornya>.

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”**.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dijabarkan oleh peneliti, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kinerja perusahaan?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kinerja perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian mempunyai tujuan untuk menemukan bukti-bukti empiris mengenai pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengkaji pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.
2. Untuk mengkaji tentang pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan PT. Kencana Energi Lestari, Tbk.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi tambahan ataupun sebagai data pembanding dengan bidang yang akan diteliti, memberikan sumbangan pikiran, menambah wawasan pengetahuan serta memberikan bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

2. Bagi PT. Kencana Energi Lestari

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi gambaran bagi perusahaan tentang pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat mengukur kemampuan dan pengetahuan dalam pengetahuan tentang pengaruh strategi inovasi terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan indentifikasi masalah dalam penelitian ini maka terdapat beberapa batasan mengenai hal yang mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan yaitu inovasi proses dan inovasi produk.

1.6. Sistematika Penulisan Penelitian

Sebagai gambaran umum tentang isi proposal tesis ini, maka peneliti menyusunnya dalam empat bab, dalam setiap bab akan terdiri dari beberapa sub bab, kemudian antara bab yang satu dengan bab yang lainnya akan saling berhubungan dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan yang dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari tinjauan pustaka dari beberapa variabel yang menjadi landasan penelitian.

BAB III : KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

Bab ini berisi kerangka pikir dan hipotesis penelitian

BAB IV: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi hasil penelitian dari PT. Kencana Energi Lestari, Tbk dan hasil pengolahan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan yang akan datang agar lebih membantu kedepannya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. 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 Damanpour (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 membaham 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. Pada perspektif lain, strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu serta mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan.

Berdasarkan berbagai pengertian dari inovasi, Hermana (2006) membagi ukuran inovasi dalam dua kelompok yaitu ukuran yang berhubungan dengan output dan input. Ukuran inovasi dilihat dari output meliputi:

1. Produk atau proses baru yang akan dikembangkan.
2. Persentase penjualan dari produk atau proses baru tersebut.
3. Kekayaan intelektual yang dihasilkan (paten, merek, atau disain)

Kinerja perusahaan.

Sedangkan ukuran inovasi yang berkaitan dengan input adalah investasi dibidang penelitian dan pengembangan, kekayaan intelektual, biaya akuisisi teknologi baru, biaya produksi pertama produk baru, aset tak berwujud misalnya *goodwill*, biaya pemasaran dan pelatihan untuk produk baru, dan perubahan organisasi dan metode manajerial

Hittmár et al. (2014) mendefenisikan strategi inovasi sebagai suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis. Kazinguvu (2016) berpendapat bahwa inovasi strategi adalah ciptaan dari strategi pertumbuhan, teknologi baru, pelayanan baru, cara baru dalam

melakukan sesuatu atau suatu bisnis model yang merubah permainan dan menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen, dan pelanggan.

Menurut Rogers (2003) proses inovasi terdiri dari 5 (lima) tahap, yaitu

1. Tahap Pengetahuan (*Knowledge*)

Proses keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan yaitu tahap pada saat seorang menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut.

2. Tahap Bujukan (*Persuasion*)

Pada tahap persuasi dari proses keputusan inovasi, seseorang membentuk sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap inovasi.

3. Tahap Keputusan (*Decision*)

Tahap keputusan dari proses inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi.

4. Tahap Implementasi (*Implementation*)

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila Seseorang menerapkan inovasi. Dalam tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan.

5. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*)

Dalam tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan ia dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula.

Menurut Sa'ud (2014), inovasi yang berhasil harus memiliki beberapa komponen atau elemen pokok, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.
2. Saluran komunikasi, yaitu alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada orang lain/penerima. Saluran komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan kuantitas penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak umum dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi untuk penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
3. Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya inovasi yang ada. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
4. Sistem sosial (warga masyarakat), merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Anggota sistem sosial dapat individu, kelompok informal, organisasi dan subsistem yang lain. Itu artinya bahwa proses penyebaran inovasi tidak selalu

berjalan lancar karena adanya perbedaan latar belakang dan sistem sosial yang berlaku.

Inovasi dan pengembangan dilakukan untuk meningkatkan efisiensi produksi, serta meminimalkan dampak negatif seperti kerugian secara ekonomis. PT. Kencana Energi Lestari aktif mencari dan mengembangkan pembangkit listrik dari sumber energi terbarukan (EBT). Pemanfaatan pengetahuan dan teknologi terapan dipergunakan untuk mendukung inovasi dan pengembangan bisnis.

PT. Kencana Energi Lestari dengan bekal kompetensi dan pengetahuan serta keterampilan diharapkan berkembang seiring dengan kemajuan pengetahuan dan teknologi sehingga sejalan dengan komitmen PT. Kencana Energi Lestari dalam pengembangan dan inovasi akan sumber energi terbarukan (EBT) yang ramah lingkungan untuk dapat menjadi nilai tambah bagi pemangku kepentingan.

2.2. 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.

2.3. 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 Damanpour (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.

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 pabrikasi yang terbaik ketika tercipta integrasi.

2.3.1. Inovasi Proses

Tujuan dari inovasi proses adalah untuk meningkatkan efisiensi atau efektivitas organisasi. Perubahan dalam proses diperlukan organisasi dan individu untuk beradaptasi. Karena ini proses inovasi dapat dilihat negatif. Namun, jika diterapkan dengan tepat, inovasi proses memberikan organisasi peluang untuk meningkatkan nilai organisasi dan untuk melanjutkan kelangsungan hidup organisasi. Jadi, inovasi proses membantu untuk meningkatkan rasio output-input perusahaan. Tindakan yang paling umum yang membahas inovasi proses adalah pengembangan produk baru, restrukturisasi, rekayasa ulang, dan penghancuran nilai (White dan Bruton, 2007).

Inovasi proses dimaksudkan untuk menurunkan unit biaya produksi dan pengiriman, untuk meningkatkan kualitas, atau untuk memproduksi atau pengiriman produk yang baru atau ditingkatkan secara signifikan.

Indikator inovasi proses pada penelitian ini menurut Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (2005) adalah sebagai berikut:

1. Tingkat efisiensi proses produksi
2. Tingkat kualitas produk melalui proses produksi
3. Tingkat kuantitas produk melalui proses produksi
4. Ketepatan proses pengiriman
5. Tingkat biaya

2.3.2. Inovasi Produk

Dalam studi Setiawan (2012) menurut Wahyono, inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan produk pesaing. Kebutuhan mendasar yang akan mengarah pada pengembangan keunggulan kompetitif adalah inovasi berkelanjutan dalam sebuah perusahaan. Inovasi juga dipercaya dalam menyesuaikan mekanisme perusahaan dalam beradaptasi dengan suasananya yang dinamis.

Persaingan yang semakin ketat dan pembeli semakin kritis dalam menentukan dan memilih produk, memaksa pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam memproduksi suatu produk, dengan kata lain usaha tersebut harus mampu menghadirkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dari produk pesaing.

Inovasi merupakan proses baru yang dapat diciptakan pelaku usaha untuk menghasilkan produk, menciptakan produk baru, atau mengupgrade proses manufaktur dan distribusi sehingga mampu bersaing memperebutkan segmen pasar baru, Mulyani (2015). Suendro (2010) mencatat bahwa untuk memenuhi permintaan pasar diperlukan inovasi produk agar inovasi produk dapat dijadikan keunggulan kompetitif suatu usaha.

Terdapat tiga indikator inovasi produk menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Andri Setiawan Tjiang dan Dhyah Harjanti (2013) yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk.

1. Kualitas Produk

Kemampuan suatu komoditas untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

2. Varian Produk

Sebagai sarana kompetitif untuk membedakan barang satu sama lain atau antara barang yang dimiliki oleh produk pesaing.

3. Gaya dan Desain Barang

Cara lain untuk menambah nilai dari pelanggan. Gaya hanya mendefinisikan tampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki definisi yang lebih dari sekadar gaya.

Ada lima hal yang perlu diperhatikan oleh calon adopter dalam proses implementasi inovasi yang disebut dengan *innovation attributes*, menurut Nancy J. Rabolt & Michael R. Solomone dalam jurnal Dina Uliana (2012), yaitu:

1. Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)

Hal tersebut menentukan sejauh mana sebuah inovasi diinterpretasikan lebih baik daripada ide yang digantikan. Tingkat keunggulan relatif ini dihitung berdasarkan metrik ekonomi, tetapi kebanggaan sosial, kesepakatan, dan kepuasan juga merupakan faktor kunci dalam perhitungan keunggulan relatif. Semakin besar persepsi keunggulan relatif dari sebuah inovasi yang dirasakan dari suatu penemuan, semakin besar tingkat penerimaan inovasi tersebut.

2. Kompatibilitas (*Compability*)

Merujuk kepada sejauh mana inovasi dianggap kompatibel dengan nilai-nilai yang ada saat ini, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengguna potensial.

3. Kekompleksan (*Complexity*)

Ini berlaku untuk sejauh mana inovasi dianggap sulit untuk dimengerti dan digunakan. Mungkin ada beberapa perkembangan inovasi yang telah diadopsi oleh perwakilan dari sistem sosial, tetapi ada juga inovasi yang lebih bernuansa rumit dan lebih lambat untuk diterima daripada yang mengharuskan pengadopsi untuk mempelajari keterampilan dan pemahaman baru.

4. Ketercobaan (*Triability*)

Ini berlaku untuk sejauh mana inovasi berkemungkinan dapat dicoba dalam jumlah kecil. Biasanya lebih mudah untuk diterima apabila ide-ide baru tersebut dapat diuji terlebih dahulu.

5. Observabilitas (*Observability*)

Ini mengacu pada sejauh mana orang lain dapat mengamati efek dari suatu inovasi. Semakin jelas bagi siapa pun untuk melihat hasil dari suatu inovasi, maka semakin mudah bagi mereka untuk menerimanya.

2.4. 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.

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)*.

Pencapaian target merupakan tanggung jawab seluruh insan Perseroan, termasuk Direksi, maupun Dewan Komisaris melalui peran pengawasan. PT. Kencana Energi Lestari menerapkan pendekatan aspek LST dalam pengelolaan dan pencapaian target berkelanjutan dengan mengoptimalkan sumber daya. Saat ini kapasitas produksi PLTA Pakkat dan PLTA Air Putih dapat mencapai target yang ditetapkan. Sesuadengan target yang telah ditetapkan, proyek Pembangkit Listrik Tenaga Mini Hidro (PLTM) Ma'dong Toraja Utara, Sulawesi Selatan, telah beroperasi secara Komersial. PT. Kencana Energi Lestari menerapkan strategi kolaborasi dan peningkatan kapasitas untuk memastikan target ini tercapai.

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	2008, Mohamad Soleh, Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus: UKM Manufaktur di Kota Semarang)	Orientasi Kepemimpinan Strategi Inovasi Tingkat Investasi Kinerja Perusahaan	Pada penelitian pengumpulan data dengan menggunakan metode sensus pada koresponden 200 UKM di Kota Semarang. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan normalitas data. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Model (SEM).	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan orientasi kepemimpinan berpengaruh positif terhadap strategi inovasi, tingkat investasi, dan kinerja perusahaan. Strategi inovasi berpengaruh positif terhadap tingkat investasi. Tingkat investasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
2	2010. Ginanjar Suendro, Analisis Pengaruh Strategi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)	Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Inovasi Produk, Koordinator Lintas, Fungsi Kinerja Pemasaran, Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	Pada penelitian ini sampel ditentukan dengan metode purposive sampling dengan populasi 690 perusahaan, metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Model (SEM).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap inovasi produk, Orientasi pesaing berpengaruh positif terhadap inovasi produk, koordinator lintas fungsi berpengaruh positif terhadap inovasi produk, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, kinerja pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan.
3	2020, Hendro Witjaksono, Hubungan Antara	Teknologi. Strategi Inovasi,	Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses

	Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Di Perusahaan Manufaktur (Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis Pada Penelitian Inovasi Dan Kinerja Perusahaan)	Kinerja Perusahaan	tinjauan literatur sistematis pada beberapa jurnal penelitian strategi inovasi dan kinerja perusahaan. Metode analisis data yang digunakan untuk meneliti hubungan antara strategi inovasi dan kinerja perusahaan adalah analisis regresi dan Structural Equation Modelling (SEM).	dan inovasi produk mempunyai pengaruh langsung pada kinerja perusahaan. Inovasi proses dan inovasi produk merupakan inovasi yang dianggap paling tepat dan mempunyai hubungan paling kuat terhadap kinerja keuangan di perusahaan manufaktur.
4	2020, Angga Prasetya, Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM di Kota Medan	Kinerja Pemasaran, Orientasi Pasar, Inovasi Produk UMKM	Pada penelitian ini sampel dengan 100 responden, dan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi, wawancara online, angket online. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares (PLS).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap inovasi produk, orientasi pasar berpengaruh positif dengan kinerja pemasaran, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, dan inovasi produk memiliki peran untuk memediasi antara pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.
5	2021, Andi Mustika Azimah, Pengaruh Inovasi Manajemen Dan Inovasi Budaya Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar)	Inovasi, Manajemen Budaya, Kepuasan Kerja	Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan path analysis dengan memakai aplikasi program SPSS dan program R.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan inovasi budaya tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja pegawai.
6	2022, Dhinda Ayu Maharani, Peningkatan	Budaya Organisasi, Intrapreneurship,	Pada penelitian pengumpulan data dengan menggunakan teknik	Hasil dari penelitian ini menunjukkan budaya organisasi berpengaruh positif

	<p>Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam di Kota Semarang)</p>	<p>Inovasi, Kinerja Organisasi</p>	<p>kuisisioner dengan sampel 78 koperasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan dengan menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM).</p>	<p>dan signifikan terhadap inovasi. Intrapreneurship berpengaruh signifikan dan positif terhadap inovasi. Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Intrapreneurship berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Dan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi.</p>
--	---	------------------------------------	---	---

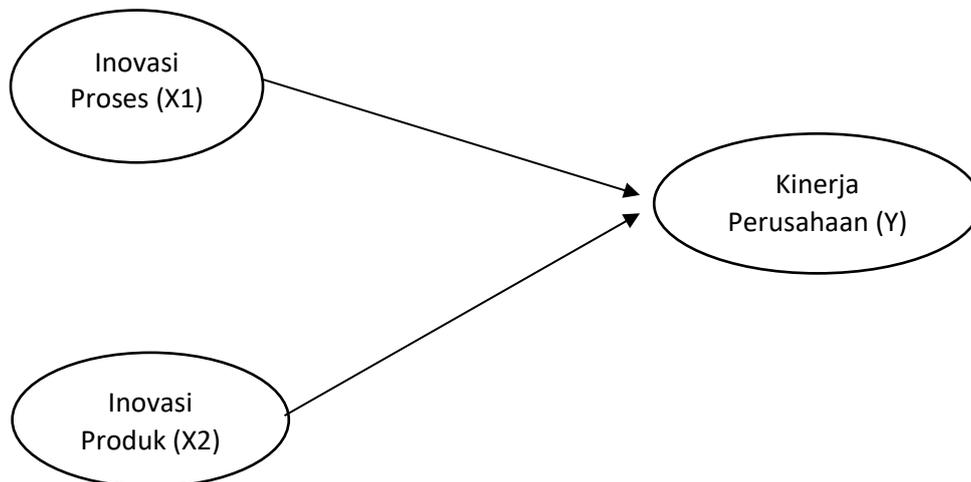
BAB III

KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Pikir

Kerangka pikir atau kerangka konseptual merupakan desain atau gambaran penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini akan dijadikan sebagai acuan dari setiap prosedur penelitian yang dilakukan. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut.

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual



3.1.1. Keterkaitan Inovasi Proses terhadap Kinerja Perusahaan

Fahmila (2018) melakukan penelitian yang berjudul pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan bertujuan untuk menguji hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hajar (2015) yang berjudul *The Effect of Business Strategy on Innovation and Firm Performance in the Small Industrial Sector* memiliki variabel bisnis strategi, inovasi, dan kinerja

perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses dan inovasi produk sebagai indikator inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan karena melalui inovasi, perusahaan dapat meningkatkan laba bersih dan penjualan.

Selain itu, menurut Kowo (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *The Impact of Process Innovation on Organisational Performance* menyebutkan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja organisasi dan terdapat hubungan yang signifikan antara modifikasi layanan dan volume penjualan.

3.1.2. Keterkaitan Inovasi Produk terhadap Kinerja Perusahaan

Inovasi produk yang diterapkan dilihat dari produk baru yang diciptakan dan pengembangan terhadap produk yang telah ada. Produk baru atau yang ditingkatkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya dapat meningkatkan penjualan sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan.

Menurut Hurley dan Hult (1998, dalam Noble dkk 2002) menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian dari karakter kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja.

Wahyono (2002) mengajukan dua konsepsi inovasi yaitu *keinovatisian* dan *kapasitas untuk berinovasi*. *Keinovasian* adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan. Sedangkan *kapasitas untuk berinovasi* adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

3.2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara berdasarkan teori yang relevan dan logika berpikir belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data dan analisis data. Jadi, hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya.

1. Inovasi proses berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari.
2. Inovasi produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Kencana Energi Lestari.