

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Tinjauan Teori

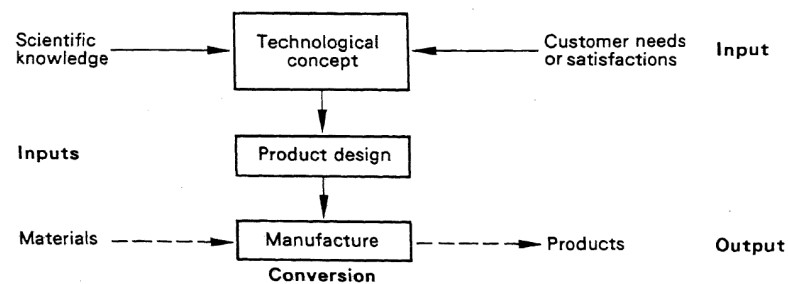
Teori-teori yang ditinjau adalah manajemen inovasi, *entrepreneurial, information literacy, innovativeness, proactiveness, risk taking, innovation performance* dan *perceived innovation performance*.

2.1.1 Manajemen Inovasi

Dalam jurnal "*Factors influencing willingness to consume GMF in Chinese population: the moderating role of Information Literacy*" (Nawaz, 2019), manajemen inovasi memiliki unsur-unsur yang saling terintegrasi, seperti perencanaan strategis, organisasi untuk inovasi, alat untuk mengembangkan dan mengevaluasi produk baru maupun bisnis baru, sistem intelijen yang kompetitif, penataan proses pembelajaran, penataan lingkungan yang inovatif dan merangsang kreativitas, pengembangan sistem informasi untuk inovasi, sistem yang memantau inovasi serta kinerja, dan mengimplementasikan teknologi. Dalam buku *Strategies for Innovation* (Smith, 1994), inovasi adalah pengenalan untuk sesuatu yang baru sehingga perlu adanya penyelarasan antara tujuan dan perilaku sehari-hari. Hal ini membuat inovasi pada organisasi berpusat pada manusia. Teknologi dan pembuatan produk baru diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pasar sehingga penting untuk manajemen mengenali kepentingan konsumen guna mengintegrasikan pembangunan, produksi, fungsi distribusi dan pelayanan. Konsep inovasi teknologi terbentuk dari pengetahuan ilmiah dan kepuasan kebutuhan pelanggan sehingga dapat menghasilkan produk yang dapat diproduksi perusahaan manufaktur (Twiss, 1974). Hal ini yang membuat inovasi teknologi menjadi penting bagi kelangsungan pertumbuhan

perusahaan manufaktur, namun perlu adanya dukungan sumber daya yang sesuai untuk mendapatkan tujuan perusahaan.

Fig. 1.2 Technological innovation as a conversion process—technology/market orientation



Gambar 2.1 Inovasi sebagai proses konversi teknologi / orientasi pasar

2.1.2 Definisi Entrepreneur

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), entrepreneur adalah *orang yang pandai atau berbakat dalam menciptakan suatu produk, menyusun cara baru dalam memproduksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasi dan memasarkannya*. Berzin et al. (2016) menggambarkan entrepreneurship sebagai 'Proses kewirausahaan dalam struktur organisasi yang ada dan mengenai tujuan dan perilaku yang berbeda dari cara tradisional'. Seorang entrepreneur dapat mengembangkan pola pikir yang diperlukan untuk sukses seperti berusaha menemukan pelanggan baru, membuat strategi marketing, memanfaatkan teknologi, dll. (Lesonsky, 2019).

2.1.3 Information Literacy

Information Literacy adalah kemampuan integrasi yang mencakup penemuan informasi dengan cepat, pemahaman bagaimana informasi perlu ditelusuri dan memanfaatkan informasi dalam menciptakan pengetahuan baru (ACRL, 2016). Pada jurnal *Information Literacy in the Digital Workplace* (Rivoli, 2018), Information Literacy juga didukung oleh 4 (empat) konsep

lainnya, yaitu *Digital Literacy*, *Network Literacy*, *Computer Literacy*, dan *Media Literacy*.

a. *Digital Literacy*

Manajemen, hal yang terkait informasi, data, dan media juga termasuk bidang kompetensi tidak selalu dibuat eksplisit pada literasi digital, tetapi secara implisit disertakan di bawah literasi informasi (Sparks., 2016). Perusahaan yang menerapkan digitalisasi pada produk yang sudah ada menjadi bentuk digital disebut melakukan evolusi yang dapat memberi manfaat yang lebih efisien dan memperbaiki kinerja perusahaan (Emily et al, 2015). Literasi digital dibangun sebagai pertahanan agar tidak mudah terpengaruh dengan hal yang belum teruji kebenarannya (McDougall, 2018).

b. *Network Literacy*

Network literacy adalah pengetahuan dasar tentang bagaimana jaringan dapat digunakan sebagai alat untuk menemukan sesuatu, pengambilan keputusan, dan melihat peluang serta mengetahui risikonya. (NetSci High: Network Science for the Next Generation, 2015).

c. *Computer Literacy*

Computer Literacy adalah kualitas yang dimiliki untuk menggunakan program komputer yang bersifat mendidik, penggunaan hardware komputer dan kemampuan menyelesaikan masalah dengan menggunakan perangkat komputer (Makhmudov, 2020).

d. *Media Literacy*

Dalam jurnal yang ditulis (Mallon, 2018) di *Society for Alternative Media and Research* mengenai "*Media Literacy and its Importance*",

di *media literacy* merupakan pemahaman dalam produksi media serta mampu menganalisa media secara kritis dengan memeriksa teknik, teknologi dan institusi yang terlibat.

2.1.4 Entrepreneurial Orientation

Entrepreneurial Orientation membantu perusahaan melihat adanya perkembangan pasar yang terus maju pesat, serta meningkatkan kepekaan perusahaan terhadap kebutuhan pasar/masyarakat. Kemudian *entrepreneurial orientation* membantu perusahaan untuk melakukan inovasi-inovasi produk, serta mampu dan berani mengambil keputusan (Dayan, 2016).

2.1.4.1 Innovativeness

Inovasi dijelaskan dalam kamus Merriam-Webster sebagai "keterampilan dan imajinasi untuk menciptakan hal-hal baru sehingga berpengaruh terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. *Innovativeness* juga berkaitan dengan implementasi solusi baru atau tujuan yang belum pernah digunakan sebelumnya yang dapat membawa kemajuan terutama dalam diskusi ekonomi (Nasierowski & Arcelus, 2012).

2.1.4.2 Proactiveness

Dalam *Journal of Business Strategy* (Ireland, 2006), *Proactiveness* menginginkan perusahaan mentoleransikan kegagalan dan karyawan didorong untuk bertahan dalam upaya mereka untuk memanfaatkan peluang yang dapat menjadi sumber inovasi dan keunggulan kompetitif sehingga menjadi penggerak profit utama dalam persaingan pasar.

2.1.4.3 Risk Taking

(Sebora & Theerapatvong, 2010) dalam "*International Entrepreneurship and Management Journal*" menemukan bahwa manajer mengambil lebih banyak risiko, lebih inovatif dan lebih proaktif ketika organisasi mendukung manajer intrapreneurial. Mereka juga menemukan bahwa manajer yang proaktif secara positif terkait dengan iklim kewirausahaan dalam organisasi.

2. Innovation Performance

Ada 3 tipe inovasi yaitu *Incremental Innovation*, *Radical Innovation* dan *Disruption Innovation* (Christensen, 1997). Dalam artikel "*What is Disruption?*" dalam artikel Harvard Business review (Clayton M. Christensen, Michael E. Raynor, 2015) meneliti bahwa sebagian besar perusahaan mapan yang dikelola dengan baik secara konsisten berada di depan industri mereka dalam mengembangkan dan mengkomersialkan teknologi baru, dari peningkatan bertahap hingga pendekatan baru yang radikal selama teknologi tersebut memenuhi kebutuhan kinerja generasi mendatang dari pelanggan mereka.

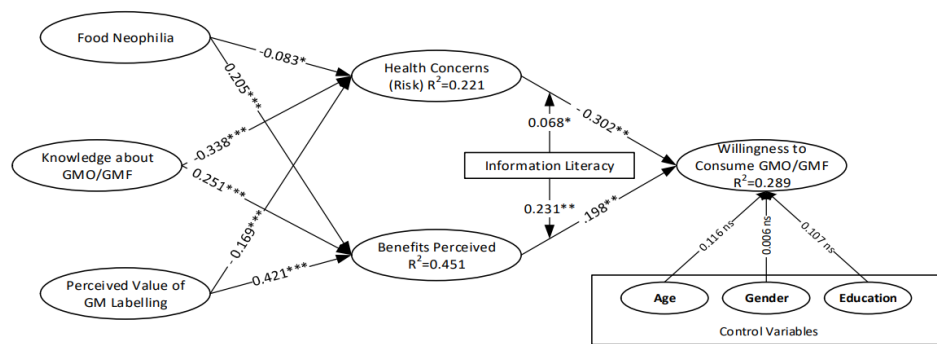
3. Perceived Innovation Performance

Dalam jurnal *Innovation performance measurement: Current practices, issues and management challenges* (Hillenbrand, 2011) organisasi penting mengukur inovasi dan menjadikan hal tersebut informasi yang nantinya dapat membawa kemajuan dan meningkatkan kinerja bagi organisasi maupun perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Studi yang dilakukan (Nawaz, 2019) dalam jurnal "*Factors influencing Willingness to Consume GMF in Chinese Population: the Moderating of Information Literacy*", menjelaskan bahwa *Information Literacy* menciptakan hubungan yang positif antara *Perceived Benefits* dan *Willingness to Consume*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *information literacy* mempunyai peran dalam menciptakan persepsi dari sekelompok orang bahwa Genetically Modified

Food' (GMF) itu aman dikonsumsi. Analisa yang didapatkan adalah penerimaan konsumen terhadap produk inovasi teknologi. Penelitian tersebut, menjadi inspirasi dan menghasilkan model penelitian bahwa *information literacy* sebagai moderasi terhadap *Innovation Performance* yang menghasilkan *Perceived Innovation Performance* di lingkungan kantor. Karena *information literacy* pernah menjadi variabel moderasi dalam penelitian terdahulu, maka dapat digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2.2 Model Penelitian Nawaz (2019) dalam jurnal "Factors influencing Willingness to Consume GMF in Chinese Population: the Moderating of Information Literacy"

Studi yang dilakukan (Kraus, 2019) dalam jurnal "*Individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship in the public sector*", menjelaskan bahwa awal proses intrapreneurial di tingkat karyawan menunjukkan bahwa *Risk Taking* dan *Proactiveness* merupakan faktor penting yang mengarah pada aktivitas eksplorasi sehingga dapat menciptakan peluang bagi perusahaan tersebut. Inovasi merupakan hasil dari *Risk Taking* dan *Proactiveness*. Sehingga pada studi tersebut menghasilkan model penelitian yang menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Orientation* memiliki karakteristik *Risk Taking*, *Proactiveness* dan *Innovativeness*. Hasil dari penelitian tersebut adalah semakin tinggi karakteristik *Individual Entrepreneurial Orientation* (*risk taking*, *innovativeness*, dan *proactiveness*), maka semakin tinggi *value exploration*, namun semakin rendah *value of exploitation*.

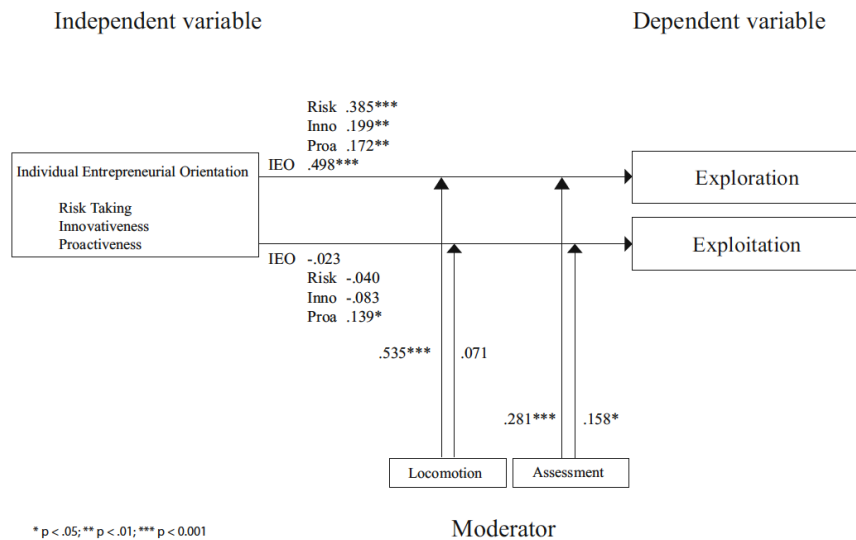


Fig. 2 Results shown in the research model

Gambar 2.3 Model Penelitian Kraus (2019) dalam jurnal "Individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship in the public sector"

International Entrepreneurship and Management Journal mendefinisikan 6 tema mengenai intrapreneurship, yaitu: (1) *innovativeness and creation of new products/process- es/services*, (2) *new business venturing*, (3) *self-renewal of the organization*, (4) *opportunity recognition and exploitation*, (5) *proactiveness and* (6) *risk-taking* (Neessen, 2019). Dalam karya tulis, muncul definisi baru dari penulis yang menekankan perbedaan antara aspek organisasi dan individu dari intrapreneurship. Dengan mengintegrasikan aspek individu dan organisasi, definisi ini mencerminkan sifat multilevel dari intrapreneurship. Intrapreneurship adalah proses di mana karyawan mengenali dan memanfaatkan peluang dengan menjadi inovatif, proaktif dan mau mengambil risiko, agar organisasi dapat menciptakan produk, proses dan layanan baru, memulai pembaruan diri atau menjelajah bisnis baru untuk meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi.

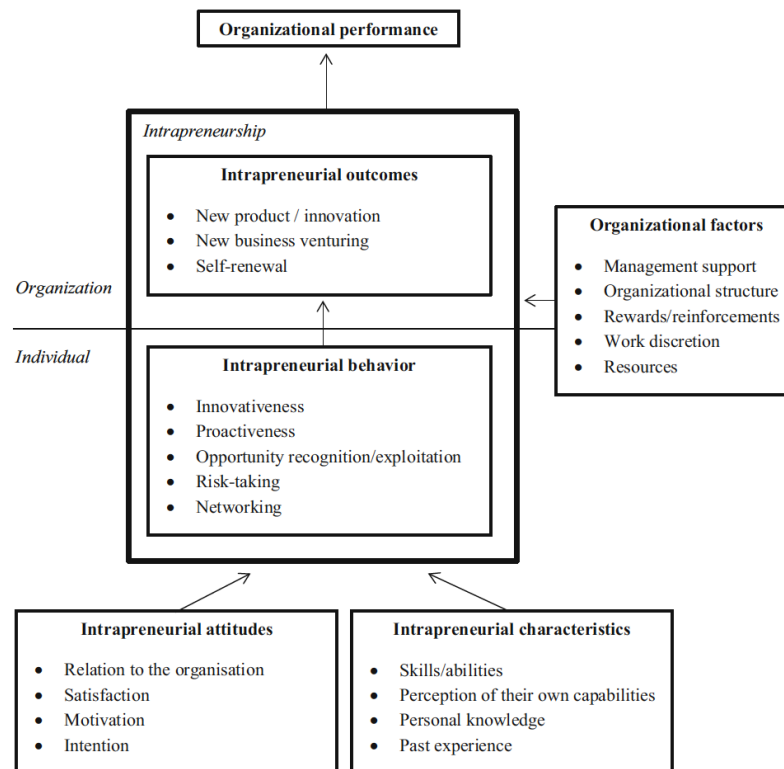


Fig. 3 Framework of intrapreneurship

Gambar 2.4 Model Penelitian Neessen (2019) dalam jurnal "International Entrepreneurship and Management Journal"

Menurut (Rozalska & Fischer, 2020), *Innovation Jungle: Innovation or Die* merupakan *Corporate Innovation Report* yang menjabarkan hal-hal eksternal yang berpengaruh terhadap program inovasi yang bertujuan untuk menemukan teknologi dan produk baru yaitu: *people, technology/product, brand, information dan business sustainability*. Salah satu dari hasil penelitian tersebut adalah karyawan perlu didorong untuk bertanggung jawab dalam melakukan inovasi namun tidak perlu mendapatkan sanksi apabila inovasi tersebut tidak berhasil.

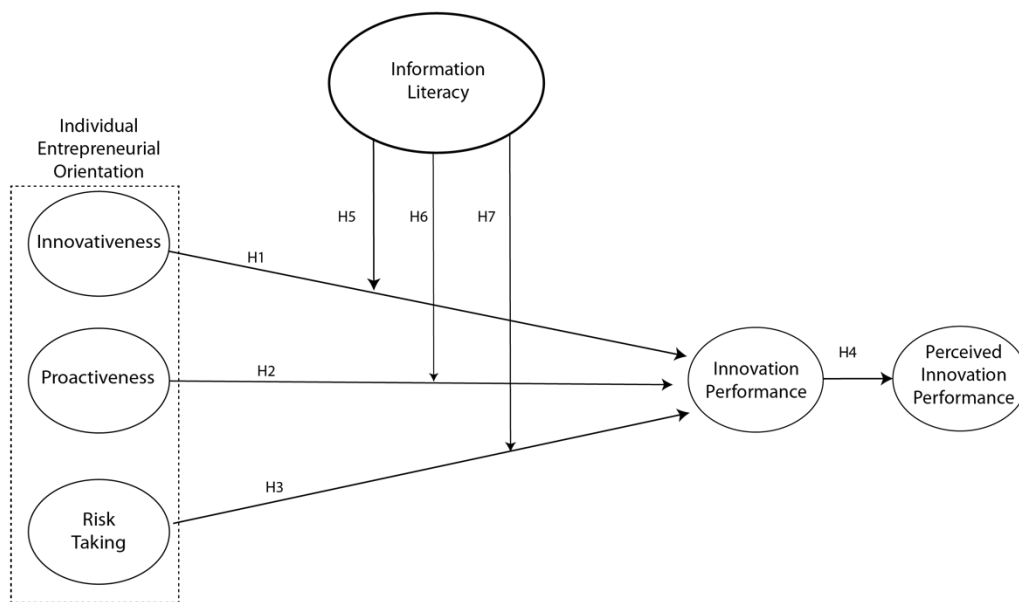
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Publikasi	Penelitian	Hasil Penelitian
1	Individual Entrepreneurial	Mengidentifikasi faktor <i>Risk Taking</i> dan	Hasil dari penelitian tersebut adalah semakin

	Orientation and Intrapreneurship in the Public Sector (Kraus, 2019)	<i>Proactiveness</i> yang mempengaruhi aktivitas eksplorasi sehingga dapat menciptakan peluang bagi perusahaan tersebut.	tinggi karakteristik <i>Individual Entrepreneurial Orientation (risk taking, innovativeness, dan proactiveness)</i> , maka semakin tinggi <i>value exploration</i> , namun semakin rendah <i>value of exploitation</i> .
2	International Entrepreneurship and Management Journal (Neessen, 2019)	Mengidentifikasi faktor organisasi dapat menjadi moderator dalam hubungan entrepreneurship karyawan dan hasil intrapreneurial (produk, proses dan layanan baru)	Karyawan memiliki pengaruh terhadap organisasi. Intrapreneurial seorang karyawan dipengaruhi jumlah kegiatan intrapreneurial yang dikembangkan oleh karyawan itu.
3	Factors influencing Willingness to Consume GMF in Chinese Population: the Moderating of Information Literacy (Nawaz, 2019) Innovation Jungle: Innovation or Die (Rozalska & Fischer, 2020)	Mengidentifikasi <i>Information Literacy</i> dapat menjadi moderasi hubungan <i>'Health Concerns'</i> dan <i>'Benefits Perceived'</i> dengan <i>'Willingness to Consume' GMF</i> . Menjabarkan yang berpengaruh terhadap program inovasi untuk menemukan teknologi dan produk baru yaitu: <i>people, technology/product, brand, information dan business sustainability</i> .	<i>Information literacy</i> mempunyai peran positif dalam menciptakan persepsi dari sekelompok orang bahwa Genetically Modified Food' (GMF) itu aman dikonsumsi. Analisa yang didapatkan adalah penerimaan konsumen terhadap produk inovasi teknologi. 90% responden setuju bahwa "Ketika startup dan perusahaan bekerja sama, mereka dapat mencapai hasil yang lebih baik

4	Individual Entrepreneurial Orientation and Intrapreneurship in the Public Sector (Kraus, 2019)	Mengidentifikasi faktor <i>Risk Taking</i> dan <i>Proactiveness</i> yang mempengaruhi aktivitas eksplorasi sehingga dapat menciptakan peluang bagi perusahaan tersebut.	daripada sendiri Hasil dari penelitian tersebut adalah semakin tinggi karakteristik <i>Individual Entrepreneurial Orientation (risk taking, innovativeness, dan proactiveness)</i> , maka semakin tinggi <i>value exploration</i> , namun semakin rendah <i>value of exploitation</i> .
---	--	---	--

2.3 Kerangka Berpikir atau Kerangka Konseptual



Gambar 2.5 Model Penelitian

Sumber : Jurnal dan diolah oleh Penulis (2021)

Model penelitian pada gambar 2.4 adalah hasil penggabungan dari model penelitian terdahulu. Pada penelitian (Kraus, 2019) terdapat variabel

Innovativeness, proactiveness, dan risk taking dalam entrepreneurial orientation. Pada penelitian (Neessen, 2019), hasil dari *intrapreneurial behaviour* adalah *intrapreneurial outcomes*, yang terdiri dari *new product, new business* dan *self-renewal*. Penulis memodifikasi istilah *intrapreneurial outcomes* menjadi *innovation performance* untuk menunjukkan bahwa hasil dari *innovation performance* adalah *perceived innovation performance*. *Information literacy* berperan sebagai variabel moderasi pada penelitian (Nawaz, 2019) yang menghasilkan penerimaan konsumen terhadap produk inovasi teknologi. Oleh karena itu, penulis menempatkan variabel *information literacy* sebagai variabel moderasi yang dapat membawa pengaruh dalam menghasilkan inovasi.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoritis kerangka berfikir yang diuraikan di atas, penulis mengajukan beberapa hipotesis, yaitu:

2.4.1 Pengaruh *Innovativeness* terhadap *Innovation Performance*

Pada penelitian (Kraus, 2019), *Innovativeness* merupakan salah satu dimensi yang ada pada *individual entrepreneurial orientation*. Pada penelitian (Neessen, 2019), hasil dari *Intrapreneurial Behavior* kepada organisasi adalah *new product/innovation, new business venturing* dan *self renewal*, sehingga pada penelitian tersebut menghasilkan *organizational performance*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *innovation performance* untuk menunjukkan adanya inovasi dari karyawan yang memiliki *entrepreneurial orientation*. Pola pikir *innovativeness* di dalam bisnis hendaknya menjadi promosi pengembangan keterampilan dan pengetahuan teknis agar efektif dalam menghadapi situasi pasar yang tidak terduga (Samson, 2018). Oleh karena itu, dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh *innovativeness* terhadap *innovation performance*.

2.4.2 Pengaruh *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*

Sikap *proactiveness* dihargai di lingkungan manapun ketika dapat mengambil proyek baru yang diusulkan atau menghasilkan ide sendiri, terlebih bekerja dalam jarak jauh (Chapman, 2016). Pada penelitian terdahulu, *proactiveness* dapat menciptakan peluang baru bagi perusahaan karena karyawan dapat memberikan inovasi. Oleh karena itu, dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Terdapat pengaruh *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*.

2.4.3 Pengaruh *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*

Pada penelitian (Kraus, 2019), *risk taking* juga merupakan salah satu dimensi yang ada pada *individual entrepreneurial orientation*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi *risk taking*, maka semakin tinggi *value of exploration*. Hal tersebut mengarahkan bahwa *value of exploration* dapat menciptakan peluang yang dapat menghasilkan *innovation performance*. Oleh karena itu, dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Terdapat pengaruh *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*.

2.4.4 Pengaruh *Innovation Performance* terhadap *Perceived Innovation Performance*

Menurut penelitian (Saunila, 2017), tindakan yang tepat dapat menghasilkan pemahaman inovasi secara signifikan. Sebagai contoh adalah dengan mengidentifikasi ide baru ataupun produk baru untuk perusahaan dapat menjadi motivasi bagi lingkungan perusahaan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *perceived innovation performance* sebagai ukuran hasil dari *innovation performance*. Oleh karena itu, dapat dirumuskan sebagai berikut :

H4 : Terdapat *Innovation Performance* mempengaruhi *Perceived Innovation Performance*

2.4.5 Information Literacy mempengaruhi *Innovativeness* terhadap *Innovation Performance*

Penelitian terdahulu (Nawaz, 2019) dalam jurnal "*Factors influencing Willingness to Consume GMF in Chinese Population: the Moderating of Information Literacy*", menunjukkan hasil yang positif dari *Information Literacy* sebagai moderasi antara *Perceived Benefits* dan *Willingness to Consume*. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya *information literacy*, dapat mempengaruhi orang-orang sekeliling untuk mencoba hal baru. Dalam penelitian itu, dapat membawa keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dari penelitian tersebut, penulis merumuskan sebagai berikut :

H5 : Terdapat *Information Literacy* yang dapat mempengaruhi *Innovativeness* terhadap *Innovation Performance*.

2.4.6 Information Literacy mempengaruhi *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*

Sebuah penelitian dari *Journal of Media Literacy Education* (Alnajjar, 2019) yang dilakukan kepada para pemuda di Timur Tengah, menyatakan bahwa pendidikan *media literacy* dapat menjadi kebutuhan dan memiliki banyak potensi bila dikembangkan, partisipatif dan meningkatkan keterlibatan mereka. Hal tersebut dapat berdampak positif untuk kemajuan diri dan kehidupan sosial. Pada perusahaan, sikap *proactiveness* yang dimiliki karyawan dengan berlandaskan pemahaman mengenai *media literacy* (yang merupakan bagian dari *information literacy*) diharapkan dapat menjadi peluang untuk menciptakan ide-ide baru. Dari penelitian tersebut, penulis merumuskan sebagai berikut :

H6 : Terdapat *Information Literacy* yang dapat mempengaruhi *Proactiveness* terhadap *Innovation Performance*.

2.4.7 Information Literacy mempengaruhi *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*

Keterlibatan media sosial menjadi semakin berpengaruh bagi *risk taking* (Berning & Hardon, 2016). Dari sini penulis menyadari bahwa pemahaman mengenai *media literacy* yang merupakan bagian dari *information literacy* dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan. Dalam penelitian (Luthfia, 2018), menggunakan media dapat mengasah kreativitas, namun juga perlu adanya pemahaman pada penggunaan teknologi yang berkembang pesat untuk mengantisipasi beragam resiko. Oleh karena itu, dapat dirumuskan sebagai berikut:

H7 : Terdapat Information Literacy yang dapat mempengaruhi *Risk Taking* terhadap *Innovation Performance*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA