

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Penelitian

Penerapan, perkembangan, dan peningkatan teknologi baru sedang terjadi dengan menakjubkan dalam setiap laju perkembangan abad. Begitu pula dengan laju perkembangan perusahaan. Sekarang ini banyak perusahaan yang tidak mampu bertahan dengan laju perkembangan teknologi yang begitu cepatnya. Perusahaan dituntut untuk menemukan, merencanakan, dan mengimplementasikan sebuah elemen yang dinamakan inovasi. Inovasi menentukan cara bisnis dilakukan di setiap tingkat, sehingga menghasilkan keharusan kewirausahaan untuk abad 21 ini. Namun, inovasi dengan cepat menjadi kata kunci yang terlalu dilambungkan di antara perusahaan, universitas, dan bahkan pemerintah. Inovasi sangat disebut-sebut sebagai strategi yang paling layak untuk hasil yang sukses di perusahaan saat ini, faktanya tetap bahwa keberhasilan penerapan inovasi perusahaan cukup sulit dipahami bagi sebagian besar perusahaan (Burns, 2020).

Dalam survei Accenture baru-baru ini terhadap lebih dari 500 eksekutif, sekitar 67% menyatakan bahwa mereka sangat bergantung pada inovasi untuk keberhasilan strategi jangka panjang mereka, namun lebih dari 50% melaporkan bahwa mereka memiliki proses inovasi yang buruk (Viguerie et al., 2021). Meskipun dukungan finansial dan komitmen manajemen puncak meningkat, banyak perusahaan kecewa dengan hasil yang mereka alami dari upaya inovasi mereka. Dalam survei Accenture, 93% responden menyatakan bahwa mereka percaya bahwa kesuksesan jangka panjang perusahaan mereka bergantung pada kemampuannya untuk berinovasi; namun, kurang dari 18% percaya bahwa strategi inovasi mereka sendiri memberikan keunggulan kompetitif yang sebenarnya (Koetzier & Alon, 2013). Sederhananya, inovasi tidak berjalan seperti yang diharapkan sebagian besar perusahaan.

Kuratko, Hornsby, & Covin, 2014 menunjukkan, untuk secara bersamaan mengembangkan dan memelihara keunggulan kompetitif hari ini dan masa depan yaitu, keunggulan yang didasarkan pada inovasiperusahaan harus semakin bergantung pada kewirausahaan korporat. Jadi, sementara ada banyak alasan yang dapat ditawarkan untuk frustrasi dengan program inovasi perusahaan, penelitian terbaru tentang kewirausahaan/inovasi perusahaan. Penulis menunjukkan bahwa ada empat masalah

implementasi utama yang tidak disadari atau ditanggapi oleh sebagian besar perusahaan secara efektif. Pengakuan dan tanggapan yang efektif terhadap keempat masalah ini dapat mewakili perbedaan antara perusahaan yang mampu menerapkan strategi inovasi perusahaan yang sukses dan yang tidak. Empat masalah tersebut adalah: (1) memahami jenis inovasi apa yang sedang dicari, (2) mengkoordinasikan peran manajerial, (3) secara efektif menggunakan kontrol operasi, dan (4) melatih dan mempersiapkan individu dengan benar. Jika dipahami dan ditangani bersama dengan tepat, keempat masalah ini membantu menciptakan ekosistem inovatif yang efektif dalam organisasi (Kuratko et al., 2014).

Untuk mengembangkan inovasi perusahaan, organisasi harus menetapkan sebuah proses dimana karyawan mapan mencapai kesempatan kewirausahaan dalam berinovasi, tanpa menghiraukan sumber daya yang dimiliki saat ini. Namun, untuk menjadi sukses, aktivitas kewirausahaan harus diintegrasikan secara hati-hati ke dalam strategi keseluruhan organisasi (Kuratko et al., 2014).

Konsep inovasi perusahaan atau corporate entrepreneurship telah berkembang selama 4 dekade terakhir dengan definisi yang sangat bervariasi. Inovasi adalah penerapan perubahan, baik dalam skala besar dan kecil, langsung dan bertahap, pada produk, proses produksi, layanan yang menghasilkan sesuatu yang baru bagi organisasi atau perusahaan dan dapat memberikan nilai tambahan bagi pelanggan, serta dapat menambah aset pengetahuan dan kemampuan organisasi atau perusahaan. Namun, ada banyak definisi alternatif inovasi dan ada banyak cara di mana individu menerapkan pemikiran kreatif untuk memanfaatkan peluang. Dengan demikian, setiap diskusi tentang inovasi perusahaan pertama-tama harus membahas masalah bagaimana kita mengkategorikan inovasi. Cara lain untuk mengkategorikan inovasi adalah melalui lintasan dasar yang mungkin diperlukan, seperti radikal, inkremental, atau disruptif. Inovasi radikal adalah peluncuran terobosan perdana seperti komputer pribadi dan pengiriman surat dalam semalam. Ini dianggap sebagai perubahan yang cukup signifikan untuk mengubah organisasi itu sendiri dengan mengubah pasar yang ada. Struktur, pemasaran, pembiayaan, dan sistem formal perusahaan dapat membantu dalam menerapkan inovasi tambahan. Meskipun inovasi radikal sering menjadi berita utama, sebagian besar organisasi menyebarkan risiko yang terkait dengan inovasi dengan juga mencari inovasi tambahan untuk produk, proses, dan layanan mereka (Burns, 2020). Inovasi inkremental kurang ambisius dalam ruang lingkupnya dan menawarkan lebih sedikit potensi keuntungan finansial bagi perusahaan, tetapi risiko yang terkait dengannya

berkurang. Inovasi tambahan terdiri dari inisiatif yang lebih kecil, membuatnya lebih mudah untuk dikelola daripada rekan radikal mereka.

Inovasi disruptif sering terjadi karena ilmu dan teknologi baru diperkenalkan atau diterapkan pada pasar baru yang menawarkan potensi untuk melampaui batas teknologi yang ada. (Internet adalah teknologi pengganggu modern terbesar yang muncul) (Burns, 2020).

Bisnis baru yang dimiliki perusahaan biasanya berada dalam struktur perusahaan tetapi, terkadang berlokasi di luar perusahaan dan beroperasi sebagai entitas semi-otonom. (Kuratko et al., 2014). Eksternal perusahaan mengacu pada aktivitas kewirausahaan di mana bisnis baru diciptakan oleh pihak di luar perusahaan dan kemudian diinvestasikan melalui asumsi posisi ekuitas atau diakuisisi oleh perusahaan. Bisnis eksternal ini biasanya merupakan usaha yang sangat muda atau perusahaan tahap pertumbuhan awal. Koperasi atau usaha bersama perusahaan terjadi ketika dua atau lebih organisasi induk menciptakan bisnis baru melalui investasi sumber daya gabungan mereka.

Kewirausahaan strategis merupakan kategori utama kedua dari pendekatan untuk kewirausahaan perusahaan. Dalam kewirausahaan strategis, inovasi dapat mewakili perubahan mendasar dari strategi masa lalu perusahaan, produk, pasar, struktur organisasi, proses, kemampuan, atau model atau dasar di mana perusahaan secara fundamental dibedakan dari pesaing industrinya. Dengan menekankan pola pikir kewirausahaan strategis, manajemen berusaha untuk mencapai dan mempertahankan posisi yang menguntungkan secara kompetitif bagi perusahaan. Oleh karena itu, ada dua kemungkinan titik referensi yang dapat dipertimbangkan ketika sebuah perusahaan menunjukkan kewirausahaan strategis: (1) Seberapa banyak perusahaan mengubah dirinya sendiri dibandingkan sebelumnya (misalnya, mengubah produk, pasar, proses internal) dan (2) Seberapa banyak perusahaan mengubah dirinya sendiri relatif terhadap konvensi atau standar industri (sekali lagi, dalam hal penawaran produk, definisi pasar, proses internal, dan sebagainya) (Kuratko et al., 2019).

Agar kewirausahaan/inovasi perusahaan beroperasi sebagai strategi, itu harus berjalan jauh di dalam organisasi, dan setiap tingkat manajemen harus dikoordinasikan untuk menjalankan peran tertentu. Manajer tingkat senior semakin menyadari kebutuhan untuk menanggapi keharusan inovatif yang diciptakan oleh lanskap kompetitif mereka. Namun, sementara manajemen senior dapat memulai strategi, mereka tidak dapat mendiktenya. Mereka yang berada di peringkat menengah dan tingkat pertama dari sebuah organisasi memiliki pengaruh yang luar biasa dan peran yang signifikan dalam proses inovatif dan

strategis (Hornsby et al., 2009). Tanpa komitmen yang kuat dan berkelanjutan dari semua tingkatan organisasi, perilaku inovatif tidak akan pernah menjadi ciri khas organisasi.

Mengejar peluang inovatif juga memerlukan identifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mengubah konsep inovatif menjadi kenyataan bagi organisasi. Sementara fungsi identifikasi sumber daya berkaitan dengan manajer tingkat menengah yang mengetahui sumber daya apa yang dibutuhkan, peran akuisisi sumber daya berkaitan dengan pengetahuan tentang di mana dan bagaimana mengakses sumber daya tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mengejar strategi inovatif perusahaan harus mengenali rangkaian tindakan inovatif yang terintegrasi di tingkat manajemen senior, menengah, dan pertama. Hanya melalui kerja sama manajer senior, menengah, dan tingkat pertama yang menunjukkan peran khusus dalam penerapan perilaku inovatif dapat mencapai kesuksesan kompetitif di masa depan melalui inovasi (Hornsby et al., 2009). Beberapa perusahaan telah gagal mencapai koordinasi manajerial dengan upaya inovasi mereka hanya untuk menghadapi konsekuensi yang mengerikan.

Hambatan berikutnya adalah dalam penerapan strategi inovasi perusahaan adalah kegagalan pengendalian operasi untuk bekerja bersama dengan pendorong kinerja inovasi perusahaan. Akan sangat penting bagi perusahaan untuk dapat menghilangkan kendala pada perilaku inovatif karyawan atau membatasi inisiatif inovasi tertentu yang tidak selaras dengan kepentingan perusahaan. Dengan kata lain, tidak semua perilaku inovatif perusahaan baik untuk organisasi, meskipun literatur di bidang inovasi perusahaan dan kewirausahaan cenderung secara implisit menganggap semua tindakan inovatif perusahaan secara otomatis menguntungkan.

Dalam budaya organisasi yang menekankan pencapaian individualistis sebagai indikator untuk retensi dan kemajuan pekerjaan, banyak manajer menengah berperilaku lebih berwirausaha dengan diam-diam mengerjakan proyek pribadi yang menarik minat mereka, dan/atau dapat membawa perhatian pada kemampuan dan potensi mereka sebaik mungkin, para eksekutif masa depan. Namun, tanpa organisasi yang menyediakan lingkungan kewirausahaan dan bimbingan etis yang tepat, beberapa manajer menengah mungkin menunjukkan perilaku nakal dalam mencapai tujuan ini. Dengan kata lain, mereka melewati batas penilaian yang baik dan melakukan tindakan tidak etis dengan harapan keuntungan pribadi (Utomo & Kurniasari, 2021).

Di permukaan, dua fenomena inovasi perusahaan dan kontrol operasi mungkin tampak bertentangan secara inheren. Artinya, inovasi perusahaan ditujukan untuk membawa perusahaan ke arah yang baru sementara pengendalian operasi ditujukan untuk menyalurkan dan seringkali membatasi tindakan. Terlalu sering, proses dan mekanisme pengendalian operasi dianggap bertentangan dengan kepentingan inovasi perusahaan. Faktanya, cara pengendalian operasi dimanifestasikan dalam organisasi dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan perilaku dan inisiatif inovatif. Aktivitas inovasi perusahaan yang sukses mungkin sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk secara bijaksana menggunakan mekanisme kontrol operasi yang memilih, memandu, dan mungkin menghentikan tindakan dan inisiatif inovatif.

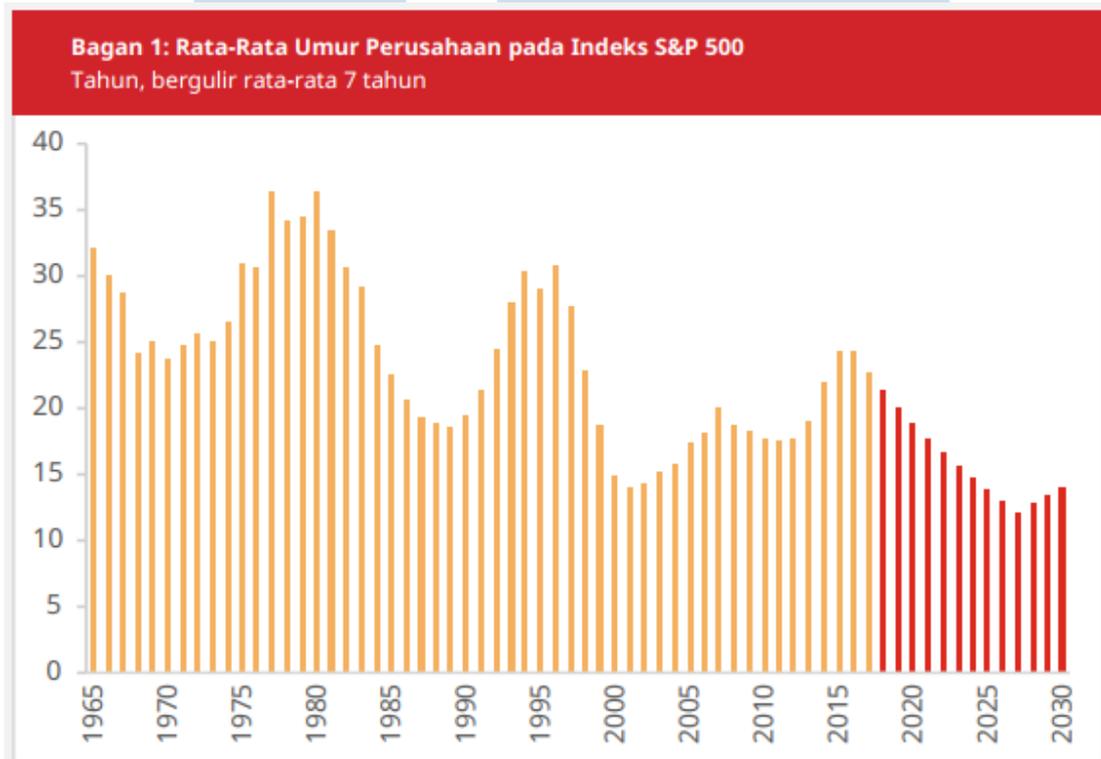
Ketika perusahaan berusaha untuk terus mengembangkan dan memelihara keunggulan kompetitif yang didasarkan pada inovasi, mereka semakin beralih ke kewirausahaan/ inovasi perusahaan sebagai strategi. Perusahaan yang menunjukkan inovasi perusahaan biasanya dipandang sebagai entitas dinamis yang siap untuk mengambil keuntungan dari peluang bisnis baru ketika mereka muncul, dengan kesediaan untuk menyimpang dari rutinitas, strategi, model bisnis, dan lingkungan operasi sebelumnya untuk merangkul kombinasi sumber daya baru yang menjanjikan untuk yang asli (Viguerie et al., 2021).

Secara umum, inovasi perusahaan berkembang di perusahaan mapan ketika individu bebas untuk mengejar tindakan dan inisiatif yang baru bagi perusahaan. Lebih jauh lagi, penetapan strategi inovatif perusahaan yang sukses membutuhkan implementasi yang berhasil dari empat elemen utama yang disajikan di sini. Mereka adalah mendorong manajemen senior untuk memasukkan tingkat risiko dan toleransi kegagalan yang sesuai, membuat program untuk mempromosikan budaya kewirausahaan perusahaan dan memperjelas aturan main bagi karyawan, menerapkan proses dan infrastruktur untuk memungkinkan kolaborasi, memiliki kebijakan insentif yang jelas yang menawarkan imbalan yang sesuai untuk menghasilkan ide, dan menciptakan ekosistem internal untuk mempercepat penilaian dan komersialisasi (Koetzier & Alon, 2013).

Karyawan yang terlibat dalam perilaku kewirausahaan adalah dasar dari inovasi organisasi. Untuk mengembangkan inovasi korporat yang sukses, organisasi harus menetapkan proses dimana karyawan mapan mencapai kesempatan kewirausahaan dalam berinovasi, tanpa menghiraukan sumber daya yang dimiliki saat ini. Namun, agar berhasil,

aktivitas kewirausahaan harus diintegrasikan secara hati-hati ke dalam strategi keseluruhan organisasi. Oleh karena itu setiap tingkat manajemen menjadi kritis.

Sekarang ini kondisi akibat dari disrupsi teknologi dialami oleh hampir seluruh perusahaan di dunia. Hanya sedikit perusahaan yang kebal terhadap kekuatan penghancuran akibat kreativitas. Perkiraan umur panjang perusahaan dari perusahaan S&P 500 mengantisipasi masa jabatan rata-rata dalam daftar yang tumbuh semakin pendek selama dekade berikutnya.



**Gambar 1. Rata-rata Umur Perusahaan pada Indeks S&P500**

Sumber: (Anthony et al., 2018)

Pada gambar 2 dapat dijelaskan bahwa masa berdirinya suatu perusahaan telah menyempit dari 33 tahun menjadi 24 tahun pada tahun 2016 dan terus semakin pendek pada tahun-tahun berikutnya. Perkiraan adalah akan menyusut menjadi hanya 12 tahun pada tahun 2027. Hal ini menjadi peringatan pada para pemimpin dan pemilik bisnis bahwa sekitar setengah setengah dari perusahaan S&P 500 akan diganti selama sepuluh tahun ke depan. Para *retailers* dan industri manufaktur mendapatkan pukulan keras dengan perubahan yang bersifat *disruptive* ini dan ada banyak tanda-tanda untuk melakukan restrukturisasi dalam

usaha bentuk layanan keuangan, kesehatan, energi, agen perjalanan, manufaktur dan real estat. Mencatat aktivitas ekuitas swasta, pasar M&A yang kuat, dan pertumbuhan perusahaan rintisan dengan valuasi miliaran dolar merupakan indikator utama turbulensi di masa depan (Anthony et al., 2018). Turbulensi menunjukkan perlunya perusahaan melakukan dan menerapkan *dual transformation*, fokus pada perubahan kebutuhan pelanggan, dan intervensi strategis lainnya.

**Tabel 1. Daftar Perusahaan Keluar dan Masuk S&P 500**

Perusahaan Keluar dan Masuk Daftar S&P 500	
Keluar Daftar S&P 500	Masuk Daftar S&P 500
Yahoo! (18 years)	Facebook
DuPont (50 years)	Incyte Corp
Urban Outfitters (7 years)	Foot Locker
Staples (19 years)	Regency Centers
Dun & Bradstreet (9 years)	Gartner Inc.
Starwood Hotels (16 years)	Hilton Worldwide
DirecTV (9 years)	Dish Network
Auto Nation (14 years)	Alliant Energy
Murphy Oil (12 years)	Under Armor
Transocean (4 years)	PayPal
Ryder Systems (35 years)	Activision Blizzard
Frontier Communications (16 years)	SBA Communcations
Dell Computer (17 years)	Hologic
EMC Corp (20 years)	Regeneron
Alcoa (50 years)	Cadence Design Systems
Safeway (17 years)	Royal Carribean Cruises
Whole Foods (12 years)	MGM Resorts
Bed Bath & Beyond (18 years)	Brighthouse Financia

Sumber: (Viguerie et al., 2021)

Menurut Innosight (2021), rerata umur perusahaan pada tahun 2027 adalah hanya 12 tahun. Kondisi ini akan kita hadapi pada 5 tahun mendatang. Setiap tahun, sejumlah perusahaan keluar dari daftar S&P 500 dan digantikan oleh perusahaan lain. Pada 2017, 26 perusahaan dikeluarkan dari S&P 500 dan 26 masuk daftar. Tingkat turnover ini diperkirakan sebesar 5,2% selama 2 tahun ini, mewakili 3 tahun periode resesi yang ada. Ada berbagai alasan mengapa perusahaan keluar dari daftar. Mereka dapat diambil alih oleh perusahaan yang tumbuh lebih cepat dan jatuh di bawah ambang batas kapitalisasi pasar (saat ini batasnya sekitar \$6 miliar). Atau mereka dapat mengadakan kesepakatan merger, akuisisi,

atau pembelian. Pada tingkat turnover saat ini dan yang diperkirakan, studi Innosight menunjukkan bahwa hampir 50% dari S&P 500 saat ini akan diganti selama sepuluh tahun ke depan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa rentang hidup perusahaan cenderung berfluktuasi dalam siklus yang sering mencerminkan keadaan ekonomi dan mencerminkan gangguan dari teknologi, mulai dari terobosan biotek hingga media sosial ke *cloud computing*. Seiring waktu, garis linear yang bisa ditarik dari gambar 2 adalah terus miring ke bawah.

Kehancuran relatif terus menerus berlanjut pada tingkat yang tinggi. Setelah penurunan aktivitas karena pandemi Covid, rebound besar dalam ekuitas swasta, M&A, dan IPO adalah indikator utama dari kenaikan nilai S&P500 mendatang. Analisa terhadap umur panjang perusahaan dari perusahaan S&P 500 menunjukkan perubahan yang stabil. Peringkat dari perusahaan-perusahaan turun dari indeks karena pendatang baru bergabung dalam daftar dan rentang hidup perusahaan melanjutkan lintasan mereka dari bawah. Dampak penuh dari pandemi global ini belum diketahui dan akan terjadi selama beberapa tahun ke depan. Tetapi tanda-tanda menunjukkan perubahan berkelanjutan dalam perilaku konsumen dan pasar yang sebelumnya sedang berlangsung dan dipercepat oleh pandemi (Viguerie et al., 2021).

Sebagai tren jangka panjang, revolusi digital telah membentuk kembali S&P 500. Pada tahun 1969, perusahaan industri mewakili sepertiga dari indeks. Setengah abad kemudian, 68 perusahaan adalah industri. Selama rentang yang sama, perusahaan info-tech naik dari 16 menjadi 68, terikat untuk posisi teratas. Inovasi telah berkembang selama pandemi, karena solusi baru telah menggantikan cara kita melakukan berbagai hal sebelumnya. Karena semua disruptif yang bersifat kreatif ini membuat jalur melalui ekonomi, kekuatan pengganggu terutama terkonsentrasi di beberapa sektor, di mana seluruh industri lari bersama menjadi industri hibrida yang tumbuh dengan cepat.

Menurut Global Financial Strategies (2017), berikut diringkaskan dari hasil penelitian terkait umur panjang dari beberapa perusahaan:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

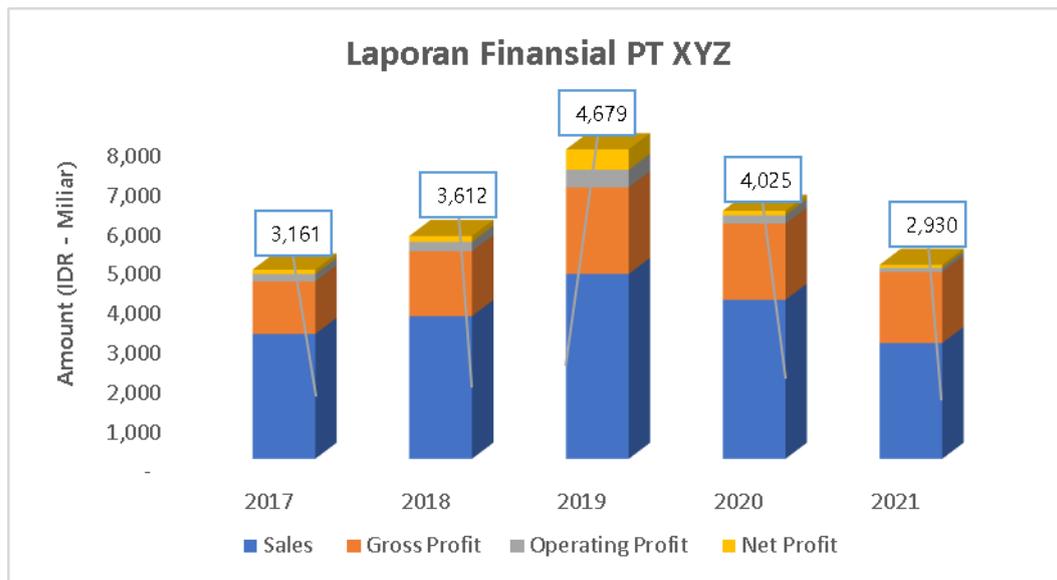
**Tabel 2. Studi Kelangsungan Hidup Perusahaan**

<b>Pembelajaran</b>	<b>Contoh</b>	<b>Survival</b>
CS Global Financial Strategies	S&P 500	Implied Survival of 24 years (1968-2016)
CS Global Financial Strategies	Fortune 500	Implied Survival of 16 years (1955-2015)
Stangler and Arbesman	Fortune 500	Implied Survival of 16 years (1955-2011)
Daepf, Hamilton, West, and Bettencourt	North American Public Companies	Typical half-life of 10 years, regardless of age or businesssector (1975-2009)
CS HOLT	Global Public companies with \$250M plus market cap	Roughly one half survive 10 years (1965-2015)
US Census	All US establishments	Survival of roughly 75% for 1 year and 50% of 5 years (1977-2014)
Dunne, Roberts, and Samuelson	More than 250,000 US manufacturing firms	Survival of roughly 65% for 5 years and 20% of 10 years (1963-1982)

Sumber: (Mauboussin, Michael; Callahan, Dan; Majd, 2017)

Menurut tabel 2 tentang studi kelangsungan hidup perusahaan, dikatakan bahwa lebih dari industri manufaktur di Amerika Serikat hanya bertahan selama 5 tahun (65% dari total industri yang ada) dan 20% dari total industri manufaktur yang ada bertahan selama 10 tahun. Untuk penurunan performansi perusahaan yang diakibatkan oleh efek dari disrupsi inovatif diperkuat dengan data laporan finansial dari salah satu perusahaan industri manufaktur yang bergerak di bidang pemeliharaan dan perawatan tubuh, makanan, minuman dan farmasi. Berikut data laporan tersebut terhitung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Gambar 2. Laporan Finansial PT XYZ**

Sumber: diolah sendiri (2022)

Pada gambar 1, dijelaskan bahwa PT XYZ mengalami penurunan penjualan dimana juga mengakibatkan penurunan dari data sales dan net profit yang didapatkan oleh perusahaan tersebut. Dijabarkan bahwa penurunan penjualan dan net profit tersebut merupakan salah satu bukti jelas atas penurunan performasi perusahaan. Untuk mengatasi penurunan performasi yang dihasilkan sejak tahun 2019, maka perusahaan PT XYZ membutuhkan suatu inovasi teknologi, dengan harapan akan meningkatkan kembali sales dan net profit yang didapatkan. Inovasi perusahaan ini dapat dilakukan dalam bentuk inovasi seperti perubahan (modifikasi) ataupun menghasil sesuatu yang baru, terkait halnya dengan proses, produk, promosi, layanan dan lainnya. Dengan adanya peningkatan sales dan net profit, maka performasi perusahaan juga akan dilaporkan mengalami peningkatan. Hal ini tentu sungguh membuat khawatir para pelaku bisnis dan mereka mau tidak mau harus mempersiapkan inovasi teknologi sebagai bentuk untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu penulis melakukan penelitian untuk menemukan faktor-faktor penentu Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi dari suatu industri manufaktur dengan menggunakan pengaruh mediasi dari faktor internal perusahaan itu sendiri (*corporate entrepreneurship climate*).

Dalam penelitian sebelumnya, menurut Ong & Mahazan (2020), *ability*, *motivation*, dan *opportunity* sering dibahas utk menjelaskan strategi pengelolaan sumber daya manusia.

Pertumbuhan kemampuan karyawan pada perusahaan yang bergerak di era industry 4.0 dapat ditingkatkan dengan terus berfokus pada performasi perusahaan. Dan hal ini sangat dipengaruhi oleh iklim inovasi didalam perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur. Sumber daya manusia ataupun karyawan merupakan asset yang sangat penting bagi perusahaan karena jumlahnya yang tidak sedikit (Ong & Mahazan, 2020). Melihat hal tersebut sehingga dirasakan penting untuk mengadakan penelitian berkenaan dengan HRM *practices* atau praktik sumber daya manusia dari perusahaan ataupun organisasi. Praktik sumber daya manusia atau karyawan dapat dilihat melalui peran *AMO* terhadap Inovasi teknologi dan peran daripada *Corporate Entrepreneurship climate* di dalam terlaksananya Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi dalam suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data yang disajikan secara empirik di atas, dapat dilihat bahwa factor yang dapat mempengaruhi kesuksesan inovasi teknologi adalah factor HRM *practices* dimana di dalamnya terdapat faktor *Ability*, *Motivation*, dan *Opportunity* (Ong & Mahazan, 2020). Peneliti melihat bahwa sumber daya manusia atau karyawan merupakan salah satu asset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan aspek HRM *practices* pada teori yang telah dituliskan. Berdasarkan rumusan masalah yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor *ability* berpengaruh secara signifikan terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi?
2. Apakah faktor *motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi?
3. Apakah faktor *opportunity* berpengaruh secara signifikan terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi?
4. Apakah *Corporate entrepreneurial climate* memoderasi hubungan antara *ability* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi?
5. Apakah *Corporate entrepreneurial climate* memoderasi hubungan antara *motivation* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi?

6. Apakah *Corporate entrepreneurial climate* memoderasi hubungan antara *opportunity* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum adalah mengetahui penyebab kegagalan atau keberhasilan perancangan dan penerapan inovasi teknologi dalam suatu industri manufaktur. Sedangkan tujuan khususnya adalah:

1. Mengetahui pengaruh faktor *ability* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi.
2. Mengetahui pengaruh faktor *motivation* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi.
3. Mengetahui pengaruh faktor *opportunity* terhadap Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi.
4. Mengetahui pengaruh *Corporate entrepreneurial climate* terhadap hubungan *ability* dengan inovasi teknologi
5. Mengetahui pengaruh *Corporate entrepreneurial climate* terhadap hubungan *motivation* dengan inovasi teknologi
6. Mengetahui pengaruh *Corporate entrepreneurial climate* terhadap hubungan *opportunity* terhadap inovasi teknologi

### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

1. Menambah wawasan baru untuk hasil penelitian dalam bidang akademis karena menggunakan pendekatan baru untuk Kesuksesan Inovasi Teknologi teknologi dari segi *Human Resource Management (HRM)*. Dari penelitian sebelumnya hanya menggunakan faktor – faktor HRM tanpa menggunakan moderasi *corporate climate* atau meneliti performansi inovasi melalui pendekatan yang lain.
2. Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan program studi Magister Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
3. Menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam hal-hal yang berkaitan dengan kesuksesan penerapan inovasi teknologi.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk perbaikan dan pengambilan keputusan lebih lanjut bagi perusahaan yang bergerak dalam industri manufaktur untuk mempertimbangkan pendistribusian perencana dan pelaksana inovasi teknologi sebagai salah satu bentuk strategi untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan referensi atau masukan terhadap industri manufaktur terkait solusi atas permasalahan dalam perancangan dan penerapan inovasi teknologi.

