Adytia Reo Norman Gunawan

130119051

Simulasi Mikro KP A

APA YANG DIBUTUHKAN PERUSAHAAN UNTUN BERINOVASI ?

Menurut kemampuan suatu perusahaan dalam berkomunikasi atau aktif di media sosial memiliki pengaruh untuk memberikan suatu produk nilai di mata konsumen atau penggemar suatu merek hal ini lah yang disebut dengan Mediating Effect (Pratono, 2019). Tetapi jaringan komunikasi tidak selalu berdampak langsung pada kinerja dari suatu perusahaan karena pengaruhnya sebagian dimediasi oleh variabel lain. Kepercayaan adalah hal yang sangat penting dalam bisnis, seperti membangun hubungan jejaring sosial dan mengurangi konflik yang merugikan. Interaksi jangka panjang dan hubungan berkembang dibangun akibat dari adaptasi timbal balik komitmen dan kepercayaan. Membangun kepercayaan adalah elemen fundamental bagi perusahaan, pemasok, dan distributor untuk saling memahami, yang memerlukan proses konfigurasi ulang untuk memungkinkan pengakuisisi perusahaan memelihara kompetensi dan keahlian inti. Oleh karena itu jaringan komunikasi mengisi kesenjangan dalam kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan dalam berbisnis. Kepercayaan memiliki implikasi penting bagi ekonomi, karena memfasilitasi transaksi yang terjadi antara anggota masyarakat. Negara-negara dengan tingkat kepercayaan yang tinggi menurunkan biaya pemantauan sehingga mampu menarik peluang investasi. Kepercayaan di antara para pemangku kepentingan meningkatkan kualitas jaringan karena memvalidasi peran melalui kolaborasi, yang mengandalkan kinerja operasional. Hal ini mendorong perusahaan untuk menginvestasikan lebih banyak sumber daya untuk mendukung kolaborasi dan integrasi antar pemangku kepentingan. Sedangkan di Keunggulan kompetitif mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih besar dari pesaing mereka hal ini lah yang disebut Mediating Effect (Pratono A. , 2018). Dalam lingkungan yang sangat dinamis, perusahaan membutuhkan adaptasi berbasis pengalaman untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Ketika lingkungan pasar yang kompleks berubah dengan cepat dan keunggulan kompetitif secara karakteristik tidak berkelanjutan, sumber daya wirausaha diakui sebagai konstruksi yang berguna untuk memahami kapabilitas perusahaan untuk mencapai lintasan kinerja perusahaan yang hebat sementara yang lain gagal (Pratono A. R., 2018). Keunggulan kompetitif berkelanjutan mengacu pada penciptaan nilai di mana perusahaan mengejar inovasi tinggi dengan mendorong persaingan pasar (Hyun-Sun Ryu, 2018). Pembelajaran antar organisasi mungkin gagal dari orientasi pemasaran karena kurangnya diferensiasi kompetitif, kepuasan dengan status dan informasi pelanggan. Perusahaan mungkin mempercayai peran orientasi pasar, tetapi dalam praktiknya, mereka mungkin mengalami kurangnya kemampuan untuk mencapai kinerja yang ditargetkan melalui orientasi pasar. Organisasi pembelajar berkepentingan untuk meningkatkan komunitas pembelajaran untuk meningkatkan pembelajaran mengolah dan mengembangkan kemampuan belajar dengan tujuan

meningkatkan praktik organisasi. Ini mencakup pembelajaran tindakan untuk menghasilkan tindakan inovatif, yang menjadi bagian dari proses perbaikan, baik perbaikan terus-menerus atau besar dan melibatkan sistem industri profesional. Hal ini tidak hanya membutuhkan integrasi antara pengetahuan yang ada dan informasi baru yang diperoleh dari mitra tetapi juga sistem kontrol manajemen untuk memastikan nilai yang dihasilkan akan didistribusikan secara merata. Sehingga perusahaan dapat beradaptasi dengan keadaan pasar dan mampu mengetahui permintaan yang sedang ada di dalam pasar. Tujuannya yang tidak lain adalah agar perusahaan bisa memproduksi produk yang akan ramai di masyarakat dan mendapat profit sebanyak-banyaknya serta mengurangi kemungkinan dari kerugian karena produk yang tidak laku di masyarakat. Teori kontigensi adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal dan menyelaraskan kinerja dengan internal (Pratono A., Business Process Management, 2016). Teori ini memiliki anggapan bahwa perusahaan tidak boleh hanya memperhartikan masalah sumber daya, bahan baku dan peningkatan teknologi tetapi juga kemampuan beradaptasi dengan lingkungan eksternal yang dimana pada teori ini dianggap sebagai penentu kinerja perusahaan. Pada teori kontigensi perusahaan harus mengerti bahwa setiap aspek memiliki pengaruh terhadap kinerja dari sebuah perusahaan baik yang secara signifikan dan tidak signifikan. Pada journal dikatakan bahwa turbulensi dari teknologi informasi dan interaksi memiliki dampak signifikan pada kinerja perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa turbulensi dari teknologi mempengaruhi efek substansial dari perilaku pengambilan risiko terhadap kinerja perusahaan. Peningkatan terhadap variabel teknologi yang tinggi mengurangi kemiringan perilaku pengambilan risiko pada kinerja perusahaan (Cui, 2020). Dampak moderasi memberikan informasi bahwa hubungan antara perilaku pengambilan risiko dan perubahan kinerja perusahaan, tergantung pada turbulensi teknologi informasi. Semua variabel saling berkaitan dan memiliki dampak masing-masing bila terjadi pengurangan dan penambahan pada tiap variabel. Sedangkan pada perbedaan dari tingkat teknologi membawa dampak pada kapabilitas penetapan harga pada kinerja perusahaan, lingkungan yang rendah membawa dampak kinerja yang bagus pada perusahaan sedangkan kebalikannya teknologi yang tinggi mengubah dampak positif dari otonomi terhadap kinerja perusahaan menjadi dampak negatif. Hal ini menyatakan bahwa di bawah turbulensi lingkungan yang tinggi, perusahaan yang mengandalkan otonomi dan kemampuan penetapan harga yang lebih tinggi mengalami kinerja perusahaan yang lebih rendah. Serta kemampuan penetapan harga memberikan efek mediasi parsial pada hubungan antara otonomi dan kinerja perusahaan. Variabel dari tingkat teknologi yang mempengaruhi penetapan harga serta variabel dari lingkungan eksternal bila terjadi penambahan dan pengurangan akan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja dari suatu perusahaan tersebut. Sedangkan menurut efek pada mediasi platform rantai pasokan digital pada hubungan antara teknologi digital dan kinerja lingkungan menjadi lebih kuat ketika dinamisme lingkungan lebih tinggi. Jumlah karyawan dan penjualan sebagai variabel instrumen potensial karena kedua

variabel ini tidak secara signifikan terkait dengan kinerja ekonomi dan lingkungan tetapi tetap memiliki dampak ketika terjadi penambahan maupun pengurangan pada variabel jumlah karyawan dan penjualan. beranggapan bahwa peran dari teknologi yang mendahului mempengaruhi kinerja dari suatu perusahaan hal ini disebut model secara tidak langsung. Terdapat dua variabel yang mempengaruhi yaitu layanan pengiriman dan pembuatan dimana kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja perusahaan sedangkan untuk dua variabel yang lain yaitu variabel teknologi dan variabel teknologi tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap kinerja perusahaan. Perbedaan dari dua jurnal ScienceDirect dengan jurnal di soal adalah jurnal di ScienceDirect menjelaskan Moderating Variable memerlukan lebih dari dua variabel agar mempengaruhi variabel yang lain secara signifikan, meskipun ada dua lebih variabel yang mengalami penambahan ataupun pengurangan juga belum tentu mempengaruhi karena tergantung dari jenis variabelnya. Sedangkan untuk jurnal di soal dalam penerapan Moderating Variabel tidak seperti jurnal di ScienceDirect dimana memerlukan lebih dari dua variabel agar mempengaruhi variabel yang lain secara signifikan. Cukup ada satu variabel yang mengalami penambahan ataupun pengurangan maka variabel lain juga akan mengalami perubahan dan mengakibatkan dampak yang signifikan terhadap kinerja dari suatu perusahaan.

Bibliography

- Cui, Y. L. (2020). *International Journal of Production Economics. The impact of digital technologies on economic and environmental performance in the context of industry 4.0: A moderated mediation model*, , 229.
- Hyun-Sun Ryu, J.-N. (2018). *Information & Management. Understanding the role of technology in service innovation: Comparison of three theoretical perspectives*, 55(3), 294-307.
- Pratono, A. (2016). *Business Process Management. Strategic orientation and information technological turbulence: contingency perspective in SMEs*, 22(2).
- Pratono, A. (2018). *Management Research Review. From social network to firm performance: The mediating effect of trust, selling capability and pricing capability*", 41(6), 680-700.
- Pratono, A. D. (2019). *The Bottom Line. "Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning"*, 32(1), 2-15.
- Pratono, A. R. (2018). *Journal of Technological Behaviour Science 3. Does Entrepreneurial Autonomy Foster SME Growth Under Technological Turbulence? The Empirical Evidence from Indonesia.*, 170-178.