Audriy Shevannisa Daya

S130119026@student.ubaya.ac.id

Kaitan antara Moderating Variable dan Contingency Theory serta Mediating Effect Beserta Perannya

Contingency Theory merupakan sebuah teori dimana teori ini diterapkan agar lebih memahami kinerja perusahaan yang memiliki hubungan langsung dengan *strategic orientation* serta didukung oleh alasan bahwa lingkungan eksternal suatu bisnis ataupun perusahaan menjadi pengaruh bagi kinerja dalam perusahaan tersebut. Dalam *Contingency Theory* juga dikatakan bahwa kinerja terbaik suatu perusahaan turut ditentukan dari mampu atau tidaknya perusahaan tersebut dalam menangani *Contingency* baik dari segi ukuran, teknologi hingga lingkungan bisnis. Teori ini juga turut membantu perusahaan dalam hal meningkatkan kemampuan untuk menghadapi keadaan dimana terdapat *turbulence* pada lingkungan bisnis (Pratono, 2016).

Terdapat pula variabel dalam *Moderating Variable* yang tentunya berpengaruh dalam sebuah model, variabel-variabel tersebut meliputi *Strategic Orientation*, *Firm Performance*, *Technological Turbulence* dan juga *Information Technology*. Dalam *Strategic Orientation* terdapat konsep yang merupakan sebuah cara bagi perusahaan dalam menciptakan strategi berdasarkan peluang bisnis serta sumber dayanya. *Strategic Orientation* juga diharapkan akan berdampak baik terhadap *Firm Performance*, mengingat lingkungan bisnis yang dinamis turut mempengaruhi kinerja perusahaan berkelanjutan. Selanjutnya, *Information Technology* juga dinilai mampu membantu bidang pemasaran, penjualan hingga hubungan aliansi suatu perusahaan. Selain itu, IT juga termasuk kedalam variabel yang turut serta mendorong *Firm Performance* melalui kemudahan yang diberikan kepada pelanggan. Pada *Technological Turbulence* secara langsung memberikan efek dari modernisasi pada hubungan *Strategic Orientation* dan *Firm Performance*, hal ini dibuktikan melalui bagaimana SO dan FP memerlukan faktor *Contingency* dalam menekan *Technological Turbulence* (Pratono, 2016).

Technological Turbulence berpengaruh terhadap hubungan antara kapabilitas harga serta kinerja perusahaan, dimana terdapat tingkat otonomi yang cenderung tinggi jika perusahaan dapat meningkatkan kemampuan dalam menetapkan harga, sehingga *technological turbulence* dapat berpengaruh secara insentif pada perusahaan (Pratono, A.H, Ratih, R.V.S & Arshad D, 2018). Pengaruh dari *Moderating Variable* dalam sebuah model ialah membawa perubahan dalam slope & koefisien pada variabel independen (Pratono, 2016). Selain itu, setiap

moderating variable memiliki pengaruh masing-masing terhadap satu dengan yang lainnya, seperti pengaruh efek modernisasi pada *Technological Turbulence* terhadap *Firm Performance* salah satunya melalui kapabilitas harga. *Moderating Variable* yang dibahas dalam Jurnal *Conceptualization and Operationalization of a new Strategic Orientation*, menjelaskan bahwa *Strategic Orientation* cenderung berorientasi terhadap digitalisasi misalnya dalam kemampuan menggunakan teknologi digital serta dalam mengembangkan & meningkatkan keuntungan dari sebuah bisnis maupun organisasi (Kindermann, Beutel, de Lomana, Stese, Bending, Brettel, 2020). Dalam Jurnal *CSR Disclosure and Firm Pperformance* dijelaskan bahwa terdapat hubungan yang berkaitan antara *Firm Performance* dengan *Corporate Social Responsibility*, dimana pendekatan bisnis melalui pembangunan dengan manfaat ekonomi tentunya memiliki pengaruh langsung terhadap *Firm Performance* melalui reputasi perusahaan (Thi Pham, Thi Tran, 2020). Terdapat pula Jurnal *Energy Policy* dimana jurnal ini membuktikan adanya hubungan antara *Technological Turbulence* dengan *Firm Performance* yang dikaitkan melalui strategi teknologi memberikan efek positif bagi *Firm Performance* yang dapat dioptimalkan/diperkuat dibawah *Technological Turbulence* (Yun, Lee, 2019).

Selanjutnya, pada Jurnal Pratono, A.H (2016) mengenai *Strategic Orientation and Technological Turbulence* menjelaskan kaitan antara efek modernisasi yang terjadi apabila *Technological Turbulence* tinggi maka akan memberikan dampak positif terhadap *Firm Performance* & berlaku sebaliknya, apabila *Technological Turbulence* rendah maka akan berdampak negative terhadap *Firm Performance*. Dalam Jurnal Pratono lainnya dengan judul *Does Firm Performance Increase with Risk-Taking Behavior Under Information Technological Turbulence?* (2018) membuktikan bahwa *Risk-Taking Behavior* turut mempengaruhi target *Firm Performance* apabila perusahaan mengembangkan berbagai tingkatan *Information Technology*. Pada Jurnal Pratono, A.H, Ratih, R. V. S & Arshad, D (2018) mengenai *Does Entrepreneurial Autonomy Foster SME Growth Under Technological Turbulence?* menjelaskan hubungan antara *Technological Turbulence* melalui kapabilitas harga dapat mempengaruhi *Firm Performance* secara langsung, hal ini membuktikan bahwa ketiga Jurnal Pratono membahas mengenai *Moderating Variable* yang dipengaruhi oleh *Technological Turbulence*.

Mediating Effect ialah efek yang berhubungan dengan kapabilitas harga dan kapabilitas penjualan, keduanya akan memberikan efek terhadap kepercayaan pelanggan serta kinerja perusahaan dimulai dari proses pada pengembangan *Social Networking* yang bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan & kemampuan menetapkan harga. *Mediating Effect* mencakup

Selling Capability dan *Pricing Capability*, dimana *Selling Capability* berarti kemampuan menjual yang dikaitkan dengan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengelola penjualan hingga dapat mengembangkan kinerja perusahaan melalui hubungan dengan pelanggan, sedangkan *Pricing Capability* ialah kemampuan menetapkan harga yang masih bergantung terhadap kinerja perusahaan itu sendiri (Pratono, 2018). Peran dari *Mediating Effect* ini ialah untuk menunjukkan hingga mengidentifikasi bagaimana hubungan *Social Networks* yang masih memerlukan *Mediating Variabels* hingga efek dari jejaring sosial tersebut terhadap kinerja perusahaan. *Mediating Effect* juga diperlukan dalam hubungan antara *Selling Capability* dan *Pricing Capability* untuk menentukan hubungan pemasok hingga ke pelanggan (Pratono, 2018).

Jurnal Pratono (2018) yang berjudul “*From Social Network to Firm Performance: The Mediating Effect of Trust, Selling Capability and Pricing Capability*” membahas variabel yang berhubungan dengan *Mediating Effect* yaitu *Firm Performance*, *Social Networks*, *Pricing Capability*, *Selling Capability*, dan *Trust*. Dalam hal ini, kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga turut menentukan kepercayaan dan kinerja perusahaan. *Firm Performance* menyangkut bagaimana kinerja perusahaan dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan penjualan hingga laba atas penjualan yang mencakup laba kotor & pengembalian aset serta investasi. Selanjutnya, *Social Networks* berperan sebagai penghubung terhadap mitra perusahaan termasuk pelanggan melalui media sosial seperti konten-konten didalamnya. Dalam *Pricing Capability* menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana perusahaan menghadapi harga pesaing, komunikasi publik serta struktur biaya yang dikeluarkan untuk pelanggan, hingga bagaimana penetapan harga kompetitif yang tentunya mempengaruhi keberhasilan suatu produk. *Selling Capability* membuat perusahaan harus dapat mengembangkan staf penjualan, manajemen penjualan, sistem kontrol hingga kekuatan penjualan. *Trust* didasari oleh kejujuran terhadap mitra kerja perusahaan (Pratono, 2018).

Dalam Jurnal Pratono, Darmasetiawan, Yudiarso dan Jeong (2019) dengan judul “*Achieving Sustainable Competitive Advantage Through Green Entrepreneurial Orientation and Market Orientation: The Role of Inter-Organizational Learning*” terdapat 4 *Mediating Effect* didalamnya, yaitu *Entrepreneurial Orientation*, *Market Orientation*, *Inter-Organizational Learning*” terdapat 4 *Mediating Effect* di dalamnya, yaitu *Entrepreneurial Orientation*, *Market Orientation*, *Inter-Organizational Learning* serta *Sustainable Competitive Advantage*. Pada *Entrepreneurial Orientation* perusahaan menekankan pada teknologi & inovasi dalam menghadapi pesaing serta memperkenalkan teknologi yang ramah lingkungan.

Selanjutnya, pada *Market Orientation* perusahaan dapat mengontrol apakah terdapat efek yang ditimbulkan dari perubahan lingkungan bisnis, sehingga selanjutnya dapat dibentuk departemen/tim khusus yang memperhatikan & mengontrol tren pasar serta menanggapi perusabahan harga pesaing. Dalam *Inter-Organizational Learning*, perusahaan harus memiliki kemampuan manajerial dalam mengolah & menerapkan pengetahuan hingga mampu mengalisis informasi bagi perusahaan. *Sustainable Competitive Advantage* ini berhubungan dengan keunggulan strategis serta konsep kelestarian lingkungan (Pratono, Darmasetiawan, Yudianto dan Jeong, 2019).

DAFTAR PUSTAKA

- Kinderman, B., Beutel, S., de Lomana, G. G., Strese, S., Bendig, D., & Brettel, M. (2020). Digital Orientation: Conceptualization and operationalization of a new strategic orientation. *European Management Journal*, 38(5), 673-826.
- Pratono, A. H. (2016). Strategic Orientation and Information Technological Turbulence: Contingency Perspective in SMEs. *Business Process Management Journal*, 22(2). doi:<https://doi.org/10.1108/BPM-J-05-2015-0066>
- Pratono, A.H., Ratih, R., & Arshad, D. (2018). Does Entrepreneurial Autonomy Foster SME Growth Under Technological Turbulence? The Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Technological Behaviour*, 3, 170-178. doi:<https://doi.org/10.1007/s41347-018-0051-9>
- Pratono, A.H. (2018). Does Firm Performance Increase with Risk-Taking Behavior Under Information Technological Turbulence? Empirical Evidence from Indonesian SMEs. *Journal of Risk Finance*, 19(4), 361-378. doi:<https://doi.org/10.1108/JRF-10-2017-0170>
- Pratono, A. H. (2018). From Social Network to Firm Performance: The Mediating Effect of Trust Selling Capability and Pricing Capability. *Management Research Review*, 41(6), 680-700. doi:<https://doi.org/10.1108/MRR-03-2017-0080>
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving Sustainable Competitive Through Green Entrepreneurial Orientation and Market Orientation: The Role of Inter-Organizational Learning. *The Bottom Line*. doi:<https://doi.org/10.1108/BL-10-2018-0045>
- Thi Pham, H. S., & Thi Tran, H. (2020). CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research*, 120, 127-136.
- Yun Sonyoung, Lee, J., & Lee Sungjoo. (2019). Technology development strategies and policy support for the solar energy industry under technological turbulence. *Energy Policy*, 120, 206-214.