

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

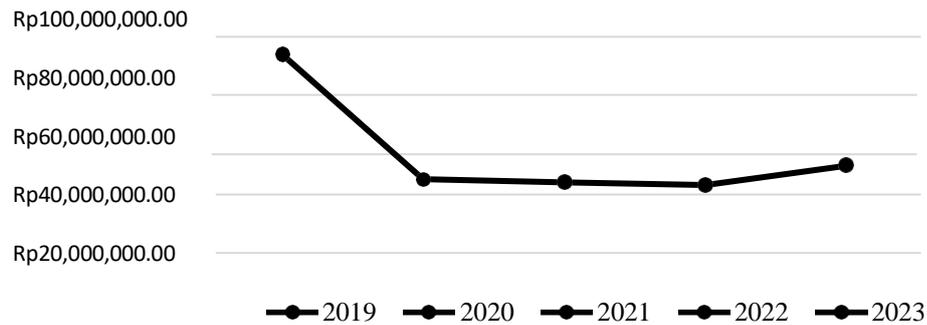
Kompleksitas sistem perekonomian global yang semakin meningkat telah banyak menuntut para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus berkompetisi. Peran sentral UMKM sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi nasional pada dasarnya tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga berperan penting menjadi tulang punggung keberlanjutan dan ketahanan ekonomi negara (Khourouh, 2023). UMKM dalam menghadapi era globalisasi dan revolusi industri 4.0, diharapkan terus beradaptasi dan berinovasi. Inovasi kini bukan lagi menjadi suatu pilihan, melainkan suatu keharusan untuk membangun daya saing berkelanjutan. Inovasi dalam UMKM bukan hanya sebatas mengadopsi teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan model bisnis, strategi pemasaran, dan pengelolaan sumber daya (Anatan, 2023).

Perilaku inovasi individu merupakan suatu tindakan inovasi yang secara spesifik ditampilkan individu dalam organisasi. Perilaku inovasi adalah tindakan berkreasi dan usaha mengimplementasikan ide, produk, proses dan kebijakan baru. Individu dapat memberikan kontribusi dari pengetahuan-pengetahuan mereka guna membangun sebuah ide atau gagasan yang menjadi inti inovasi bisnis (Ulfa, 2021). Walau sebagian besar studi inovasi lebih banyak dilakukan pada level organisasi, pada dasarnya inovasi adalah ide dan individu merupakan pencetus dan pelaksana ide inovatif. Ide datang dari individu sehingga motivasi inovasi individu sebagai pihak yang membawa, mengembangkan, bereaksi dan memodifikasi sudah selayaknya perlu ditingkatkan (Febrihadini, 2023).

Kemampuan digitalisasi individu juga dapat dijadikan sebagai acuan utama dalam menumbuhkan ide inovasi bisnis pada era globalisasi dan revolusi industri 4.0. Pengetahuan dan keterampilan digitalisasi individu adalah prasyarat penting sebagai salah satu faktor penentu tumbuhnya ide atau gagasan inovasi bisnis (Cahyadi, 2023). Pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi digitalisasi seperti memasarkan produk melalui *website* atau media sosial akan terkesan lebih profesional dan lebih mudah membangun inovasi bisnis. Kinerja inovasi yang dihasilkan dunia bisnis melalui teknologi digitalisasi yang telah dibangun akan dapat meningkatkan kepercayaan pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan baru dan menciptakan nilai tambah di mata konsumen (Carina, 2022).

Kinerja inovasi suatu unit bisnis pada dasarnya dapat diarahkan melalui individu dengan motivasi inovasi dan perilaku inovasi yang tinggi. Individu tipe ini akan cenderung lebih aktif dalam menghasilkan ide baru, berinteraksi dengan orang lain dalam pertukaran saran. Mereka akan terlihat lebih proaktif dalam perilaku inovasinya dengan selalu mencoba kreativitas baru (Jiang et al., 2023). Kemampuan platform digital dalam sistem perekonomian digital juga muncul sebagai sumber keunggulan kompetitif baru guna mencapai kinerja inovasi. Berbagi pengetahuan melalui platform digital dapat membantu organisasi dalam alokasi sumber daya untuk mengoptimalkan jaringan organisasi baik internal maupun eksternal, sehingga efisiensi pengambilan keputusan dan kinerja inovasi suatu organisasi dapat lebih mudah tercapai (Jun et al., 2022).

Fenomena penelitian ini berorientasi pada kinerja inovasi karyawan dan pemilik UMKM yang berada diwilayah Kelurahan Procot Slawi. Menurut hasil pengamatan observasi banyak UMKM yang tidak memiliki kemampuan untuk berinovasi. Hal ini dibuktikan dengan produk dan layanan yang cenderung tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu, sehingga berpotensi menurunkan pendapatan rata-rata UMKM Kelurahan Procot dengan uraian sebagai berikut:



Gambar 1
Pendapatan Rata-Rata UMKM GRS Tahun 2019-2023

Sumber: UMKM **Kelurahan Procot** (2024)

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan rata-rata pelaku UMKM di Kelurahan Procot berhasil mencapai sekitar Rp 300.000 perhari atau mencapai sebesar Rp 93.600.000 pertahun. Namun demikian pada tahun-tahun selanjutnya terus mengalami penurunan yakni tahun 2020 sebesar Rp 51.480.000,- (penurunan hampir 50%); tahun 2021 sebesar Rp 50.544.000,- (mengalami penurunan) dan tahun 2022 sebesar Rp 49.608.000,- (juga mengalami penurunan). Tahun 2023 pendapatan UMKM mengalami kenaikan sebesar Rp 56.160.000,-. Fenomena ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM rata-rata tidak memiliki kemampuan untuk berinovasi, sehingga kecenderungan penurunan pendapatan akan mudah terjadi. Berbeda halnya jika pelaku UMKM mampu menciptakan inovasi produk dan layanannya. Penerapan konsep inovasi ini berguna sebagai langkah adaptasi usaha dalam segala kondisi lingkungan.

Faktor-faktor yang menjadi penduga penyebab kurang optimalnya kinerja inovasi telah banyak diteliti pada beberapa penelitian terdahulu dalam berbagai konteks penelitian. Motivasi dapat menjadi penggerak bagi peningkatan semangat individu guna mencapai kinerja yang lebih baik (Susilowati, 2022; Yusuf, 2021; Manzoor et al., 2021). Motivasi individu untuk berinovasi dapat membangkitkan rasa semangat untuk berperilaku inovasi (Dai et al., 2022; Hadi et al., 2019; Xu et al., 2022). Perilaku inovasi memiliki keterkaitan dengan kinerja inovasi (Jiang et al., 2023; Nguon, 2022; Elidemir et al., 2020). Perilaku inovasi memediasi motivasi terhadap kinerja inovasi (Jiang et al., 2023; Dai et al., 2022; Xu et al., 2022). Kemampuan digital dapat memoderasi perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi (Nguon, 2022; Ong et al., 2021; Elidemir et al., 2020; Jun et al., 2022). Kemampuan digital dapat memoderasi motivasi individu terhadap kinerja inovasi (Susilowati, 2022; Jun et al., 2022; Yusuf, 2021; Sarwar et al., 2023).

Penelitian ini memiliki perbedaan yang mendasar apabila dibandingkan dengan riset-riset sebelumnya. Subyek penelitian sebagai sumber informasi pada penelitian ini berorientasi pada seluruh karyawan dan pemilik UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Procot Slawi. Sementara riset terdahulu menekankan pada subjek yang mengarah kepada mahasiswa yang bersedia untuk terlibat dalam pekerjaan inovatif di masa depan. Penelitian ini menggunakan kemampuan digital sebagai pemoderasi yang membedakan dengan riset terdahulu yang menekankan pada iklim inovasi sebagai pemoderasinya.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini berorientasi pada beberapa pernyataan fenomena kinerja inovasi dengan inspirasi dari beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi faktor penyebabnya. Beberapa pernyataan perumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh motivasi individu terhadap kinerja inovasi?
2. Bagaimana pengaruh motivasi individu terhadap perilaku inovasi?
3. Bagaimana pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi?
4. Bagaimana perilaku inovasi memediasi pengaruh motivasi individu terhadap perilaku inovasi?
5. Bagaimana kemampuan digital memoderasi pada pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi?
6. Bagaimana kemampuan digital memoderasi pada pengaruh motivasi individu terhadap kinerja inovasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah beberapa konsep pernyataan yang berorientasi pada hasil akhir dalam penelitian. Beberapa konsep pernyataan yang dimaksud dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh motivasi individu terhadap kinerja inovasi
2. Menganalisis pengaruh motivasi individu terhadap perilaku inovasi
3. Menganalisis pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi
4. Menganalisis mediasi perilaku inovasi pada pengaruh motivasi individu terhadap perilaku inovasi
5. Menganalisis moderasi kemampuan digital pada pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi
6. Menganalisis moderasi kemampuan digital pada pengaruh motivasi individu terhadap kinerja inovasi?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan hasil penelitian secara teoritis yang lebih kompleks dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitiannya. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi referensi yang baik bagi penelitian selanjutnya dalam membentuk model penelitian yang lebih kompleks.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis bagi perusahaan atau unit bisnis pada umumnya adalah terciptanya produk dan pelayanan yang terus mengalami inovatif. Harapan adanya kreativitas yang lebih matang dapat menjadikan perusahaan atau unit bisnis kian memiliki keunggulan daya saing yang mumpuni. Pelaku usaha beserta karyawan diharapkan bahu membahu bekerjasama untuk mewujudkan keamanan usaha agar tetap eksis pada masa yang akan datang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations*)

Teori difusi inovasi dikembangkan Everett Rogers dan mengungkapkan bagaimana penyebaran inovasi dalam suatu organisasi atau masyarakat luas. Teori ini menekankan pada konteks digitalisasi dan kinerja inovasi yang memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi baru diadopsi karyawan dalam organisasi, serta beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi seperti kompleksitas, kompatibilitas, dan observabilitas teknologi. Organisasi perlu memahami terkait bagaimana karyawan dapat mengadopsi dan beradaptasi dengan inovasi digital. Organisasi dapat merancang strategi yang lebih baik untuk memperkenalkan dan mendukung penggunaan teknologi baru guna meningkatkan optimalisasi kinerja inovasi (Rogers, 1962).

2.1.2 Kinerja Inovasi

Kinerja inovasi didefinisikan sebagai suatu gambaran tingkat pencapaian inovasi yang telah dilakukan individu dan organisasi. Hasil inovasi menunjukkan hasil implementasi pengembangan dan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan yang dipadukan teknologi yang bersumber dari kontribusi individu anggota organisasi. Pencapaian hasil kerja inovasi pada dasarnya merupakan serangkaian alur proses yang telah dilalui guna menciptakan nilai tambah pada produk atau pelayanan organisasi (Sunarjo, 2024).

Peningkatan kinerja inovasi secara ekonomi sangat ditentukan oleh karakteristik dan kemampuan masing-masing pelaku usaha atau perusahaan dan organisasi-organisasi lainnya sesuai dengan institusi yang ada. Selain itu, kinerja inovasi juga ditentukan oleh beragam hubungan antar mereka, seperti bagaimana cara mereka berinteraksi dengan masing-masing perusahaan dan dengan institusi di sektor tersebut. Karakter dan juga perubahan terhadap pola interaksi adalah aspek sentral dari sistem inovasi (Nuralam, 2023).

Jenis dan struktur interaksi dalam peningkatan kinerja inovasi yang menghubungkan perusahaan dengan institusi lain, menjadikan perusahaan sebagai aktor kunci dalam sistem sektoral. Perusahaan terlibat dalam inovasi, produksi, dan penjualan produk sektoral serta dalam menghasilkan, mengadopsi, dan menggunakan teknologi baru (Mulyadi, 2023). Heterogenitas perusahaan adalah fitur kunci dari sistem sektoral. Heterogenitas agen yang lebih tinggi atau lebih rendah dalam hal jenis, keyakinan, kompetensi, perilaku, dan organisasi dapat berasal dari perbedaan dalam serangkaian faktor: karakteristik basis pengetahuan, pengalaman dan proses belajar, interaksi perusahaan tertentu dengan permintaan, kerja saling melengkapi yang dinamis, sejarah perusahaan dan tingkat diferensial, serta lintasan inovasi dan pertumbuhan (Suhernin, 2022).

Kinerja inovasi adalah total pencapaian dan manfaat aktual hasil baru dan berguna selama proses penerapan aktivitas inovasi individu, seperti produk dan teknologi atau peningkatan pada aktivitas yang ada. Beberapa indikator kinerja inovasi adalah pencapaian hasil layanan baru, manfaat aktual baru, proses penerapan layanan baru, serta aktivitas inovasi individu (Jiang et al., 2023).

2.1.3 Perilaku Inovasi

Perilaku inovasi didefinisikan sebagai serangkaian perilaku individu yang dapat diarahkan guna menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal baru yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi (Ardansyah, 2022). Perilaku inovasi sering dikaitkan dengan kreativitas individu. Namun demikian pada dasarnya perilaku inovasi memiliki konsep yang berbeda dengan kreativitas individu. Kreativitas dapat dilihat pada tahap pertama dan proses perilaku inovasi yang dibutuhkan pegawai untuk menghasilkan ide-ide baru. Sementara perilaku inovasi memiliki proses yang lebih kompleks karena ide-ide tersebut akan sampai pada tahap aplikasi (Hutahaean, 2021).

Penekanan perilaku inovasi merujuk terhadap adanya sikap kreatif agar terjadi proses perubahan sikap dari sistem tradisional ke sistem modern, atau dari sikap yang belum maju ke yang sudah maju. Perilaku inovasi merupakan perilaku yang memunculkan, meningkatkan dan menerapkan ide-ide baru dalam tugas, lingkungan kerja atau organisasi (Fiandra, 2022). Perilaku inovasi menunjukkan adanya tindakan individu untuk menciptakan dan mengadopsi pemikiran atau cara-cara baru untuk diterapkan dalam pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan individu yang diberikan organisasi (Anatan, 2023).

Seseorang yang memiliki perilaku inovasi adalah individu yang selalu berpikir kritis yang diimplementasikan pada sikap dan perilaku dalam sehari-hari. Individu dengan tipe ini berusaha agar organisasinya selalu terjadi perubahan (Ulfa, 2021). Sikap perilaku inovasi individu senantiasa merujuk pada sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Orang yang berperilaku inovasi akan selalu berupaya agar melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara berbeda-beda dengan biasanya tampak lebih efektif dan efisien (Febrihadini, 2023).

Perilaku inovasi mengacu pada serangkaian aktivitas yang berkaitan dan terjadi selama proses multistap pengembangan, promosi, dan implementasi berbagai ide atau gagasan yang berguna bagi individu. Perilaku inovasi biasanya dimulai dengan pembangkitan ide, menghasilkan inovasi teknis dan penerapan metode baru dalam bentuk produk, proses, dan prosedur. Beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai pengukuran perilaku inovasi individu adalah mencari peluang, menghasilkan ide, mencari dukungan tim atas ide, serta implementasi ide dalam tim (Jiang et al., 2023).

2.1.4 Motivasi Individu

Motivasi individu dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat menimbulkan semangat atau dorongan pada diri individu untuk melakukan suatu pekerjaan guna mencapai tujuan. Motivasi individu adalah kondisi yang membuat karyawan memiliki kemauan atau kebutuhan untuk mencapai tujuan tertentu melalui pelaksanaan tugas. Motivasi akan menambah energi untuk bekerja dan menyebabkan individu mengetahui adanya tujuan yang relevan antara tujuan organisasi dengan pribadi (Septiawan, 2020).

Motivasi individu terdiri dari motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Keduanya merupakan sumber paling penting dalam membangun kreativitas dan inovasi individu. Namun demikian motivasi intrinsik mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kreativitas dan inovasi seseorang dibandingkan motivasi ekstrinsik. Ketika individu termotivasi secara intrinsik, mereka akan mudah tergerak untuk mengerjakan suatu aktivitas dan memiliki pengalaman-pengalaman yang penuh ketertarikan, kesenangan, keantusiasan, serta kepuasan secara spontan. Motivasi intrinsik dapat mendorong seseorang mengambil risiko dan dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasinya (Joggy, 2021).

Tumbuhnya kreativitas dan inovasi pada diri individu membutuhkan peran motivasi intrinsik yang sangat besar. Tidak semua individu memiliki motivasi untuk berkreaitivitas dan melakukan inovasi (Wangsa, 2022). Namun demikian motivasi intrinsik dalam melakukan kreativitas dan inovasi akan muncul ketika kegiatan kreativitas dan inovasi itu memang diminati, disukai, serta dapat mendukung tercapainya keinginan, harapan, atau cita-cita pribadi. Selanjutnya kemampuan diri individu akan terus tumbuh seiring dengan kesesuaian dan keminatan kegiatan organisasi dengan diri individu (Riyanti, 2019).

Individu dengan motivasi yang lebih tinggi untuk berinovasi mungkin lebih antusias berpartisipasi dalam inovasi dan lebih bersedia melakukan aktivitas inovasi. Melalui motivasi individu yang lebih tinggi, anggota tim mencurahkan lebih banyak upaya kognitif untuk mengejar kepuasan batin dan merasakan kesenangan inovasi, mengumpulkan dan menggali informasi, dan memperluas kedalaman pemrosesan inovasi. Beberapa indikator motivasi individu dalam berinovasi adalah keinginan untuk berubah, keinginan menggali ide, keinginan mengumpulkan dan menggali informasi, menyukai aktivitas inovasi, serta menyukai pembelajaran inovasi (Jiang et al., 2023).

2.1.5 Kemampuan Digital

Kemampuan digital didefinisikan sebagai tingkat kemajuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan fitur dan pelayanan digital (Prawira, 2021). Kemampuan atau kapabilitas digital adalah sumber keunggulan daya saing. Namun demikian sistem digitalisasi tingkat tinggi seringkali tidak menghasilkan fleksibilitas kerja yang lebih besar. Hal ini mungkin karena infrastruktur teknologi informasi yang diperlukan, termasuk penyimpanan *cloud* dan alat kantor yang dapat diakses secara online yang tidak untuk mudah dilakukan. Mengembangkan kapabilitas digital setidaknya dapat membantu usaha baru mendapatkan keunggulan bersaing dan kinerja bisnis dalam hal penghematan biaya, efisiensi operasional, dan fleksibilitas pasar (Pasaribu, 2022).

Kapabilitas digital tidak hanya tentang mempelajari keterampilan baru atau cara menggunakan teknologi baru, tetapi juga untuk menciptakan nilai pelanggan dan memberikan kemampuan baru. Kapabilitas digital memungkinkan integrasi dan konfigurasi ulang sumber daya digital, berkontribusi pada hasil bisnis digital yang lebih baik, sehingga mempertahankan aspek yang pokok dari teori kapabilitas dinamis, dan kapabilitas dinamis berhubungan positif dengan membangun kapabilitas digital (Carina, 2022).

Kapabilitas digital menunjukkan adanya kemampuan yang cocok untuk seseorang dalam menjalani kehidupannya hidup, kemauan belajar dan bekerja dalam masyarakat digital, perlu untuk mengatasi realitas lingkungan digital yang berkembang pesat, lingkungan yang terus berubah dan membutuhkan perubahan yang konstan (Cahyadi, 2023). Dalam teori kapabilitas dinamis, kapabilitas digital dianggap sebagai kapabilitas dinamis, yang digambarkan sebagai kemampuan organisasi untuk menciptakan produk dan proses baru, serta merespons kondisi pasar yang berubah. Organisasi yang memiliki kemampuan atau kapabilitas untuk mengadopsi digitalisasi cenderung dapat mengubah proses bisnis, yang pada akhirnya menciptakan keunggulan kinerja bisnis, yang dapat meningkatkan posisi pasar perusahaan, mengaktifkan daya tanggap, mengubah konfigurasi sumber daya, dan membentuk jaringan kolaborasi (Selamet, 2023).

Kapabilitas digital dapat dianggap sebagai keterampilan yang dibutuhkan untuk melampaui teknologi informasi yang murni mencakup teknologi spesifik, seperti media sosial atau seluler, sebagai keterampilan analitis untuk mendorong nilai dari data besar, dan kita juga dapat mengkonseptualisasikannya sebagai hasil atau operasi digital. Beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai pengukuran kemampuan atau kapabilitas digital yakni kemampuan mengakses, kemampuan memobilisasi, kemampuan mendistribusikan, dan kemampuan memanfaatkan sumber daya teknologi informasi (Ong et al., 2021).

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Motivasi Individu dan Kinerja Inovasi

Motivasi dapat menjadi suatu persiapan yang memperjelas peningkatan, arah dan ketekunan seseorang dalam upaya mencapai suatu tujuan. Motivasi kerja merupakan suatu hal yang diterapkan dalam suatu organisasi atau industri untuk membangun semangat kerja pegawai agar pegawai tersebut dapat melaksanakan pekerjaannya secara maksimal dan dapat mencapai tujuan tertentu dari organisasi atau industri (Susilowati, 2022). Motivasi individu berperan untuk meningkatkan semangat dalam bertindak guna mencapai tujuan atau keberhasilan. Individu yang motivasinya kuat akan melakukan tindakan positif untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuannya, dan motivasi yang lemah pada diri individu akan menggagalkan pencapaian tujuannya (Yusuf, 2021).

Motivasi seorang karyawan memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerjanya. Untuk mencapai prestasi yang maksimal dalam suatu organisasi, tidak dapat dipungkiri bahwa karyawan harus bekerja secara maksimal. Telah menjadi suatu konsensus bahwa para pekerja akan menyelesaikan tugasnya dengan lebih baik bila mereka memiliki motivasi yang tinggi (Manzoor et al., 2021).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₁ : Motivasi individu berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

2.2.2 Motivasi Individu dan Perilaku Inovasi

Motivasi inovatif adalah kekuatan yang menentukan kemampuan inovatif individu yang bergantung pada motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Kesiapan individu untuk terlibat dalam perilaku inovasi pada suatu kegiatan akan meningkat ketika terdapat suatu tantangan atau bersifat menghibur. Insentif intrinsik, seperti rasa senang dan prestasi yang diperoleh karyawan melalui perilaku inovasi menghasilkan motivasi intrinsik. Ketika motivasi intrinsik tinggi, karyawan akan mengambil inisiatif untuk memikirkan ide-ide yang lebih kondusif bagi perilaku inovasinya (Dai et al., 2022). Motivasi dalam organisasi merupakan suatu hal yang dapat meningkatkan semangat perilaku kerja. Motivasi individu adalah suatu keahlian dalam mengarahkan individu dan organisasi agar mau bekerja guna mencapai kesuksesan, agar keinginan pegawai tercapai sekaligus mencapai tujuan organisasi (Hadi et al., 2019).

Motivasi intrinsik sangat penting bagi individu untuk menghasilkan kreativitas dan inovasi. Emosi positif ini cenderung akan dapat meningkatkan partisipasi psikologis dan energi pekerja pengetahuan untuk upaya berkelanjutan individu. Individu lebih cenderung memperluas cakupan pencarian informasi kognitif secara aktif, dan lebih mudah menyerap dan mengasimilasi ide-ide yang lebih luas (Xu et al., 2022).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₂ : Motivasi individu berpengaruh positif terhadap perilaku inovasi

2.2.3 Perilaku Inovasi dan Kinerja Inovasi

Perilaku inovasi individu dapat dianggap sebagai hasil interaksi yang sangat kompleks dari berbagai kinerja individu yang berbeda dalam hal tingkat inovasi dan faktor situasional. Hal ini apabila ditinjau dari perspektif kerangka kreativitas. Disisi lain perilaku inovasi apabila ditinjau dari segi perilaku dapat diyakini bersifat proaktif dan pionir, artinya berusaha berinovasi dan menjadi pendorong inovasi yang relevan (Jiang et al., 2023).

Prestasi kerja merupakan hasil akhir dari perilaku inovasi karyawan. Dengan kata lain perilaku inovasi mempengaruhi prestasi kerja. Perilaku pegawai merupakan suatu perubahan sikap karena adanya dukungan terhadap pekerjaan seorang pegawai. Perilaku inovasi mengarah pada perancangan produk baru yang dapat mengurangi pengeluaran biaya, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan dapat meningkatkan kualitas produk (Nguon, 2022).

Perilaku inovasi karyawan dapat menghasilkan keuntungan besar bagi organisasi jasa yang bersaing dengan produk akhir yang semi-homogen. Perilaku inovasi karyawan merupakan sumber daya dan kemampuan yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan dan memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain (Elidemir et al., 2020).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₃ : Perilaku inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

2.2.4 Mediasi Perilaku Inovasi pada Motivasi Individu dan Perilaku Inovasi

Individu dengan motivasi yang lebih tinggi untuk berinovasi cenderung akan lebih antusias untuk berpartisipasi dalam inovasi dan lebih bersedia untuk melakukan aktivitas inovasi guna memperoleh kinerja yang lebih baik. Motivasi individu cenderung memengaruhi pembelajaran dan persiapan kreativitas individu, mendorong anggota tim untuk memahami keahlian satu sama lain melalui kognisi peran dan mendorong perilaku inovasi pribadi guna peningkatan hasil kerja yang lebih optimal (Jiang et al., 2023).

Motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik berperan sangat penting dalam membangun perilaku inovasi pegawai guna mengoptimalkan hasil kerja yang lebih baik. Kemampuan inovasi sangat menentukan individu untuk berperilaku inovasi guna mencapai target prestasi kerjanya, sehingga membutuhkan dorongan yang kuat dari dalam diri individu (Dai et al., 2022). Motivasi intrinsik mampu membangkitkan perilaku individu dalam menghadapi perubahan dan persaingan lingkungan organisasi yang semakin meningkat. Pembentukan perilaku inovasi yang lebih baik sangat membutuhkan motivasi yang kuat pada diri individu. Hal ini agar target pencapaian kinerja inovasi dapat terealisasi (Xu et al., 2022).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₄ : Perilaku inovasi mampu memediasi motivasi individu terhadap perilaku inovasi

2.2.5 Moderasi Kemampuan Digital Pada Perilaku Inovasi dan Kinerja Inovasi

Peningkatan hasil kerja inovatif dalam suatu organisasi akan mudah untuk dilakukan apabila seluruh karyawan memiliki perilaku kerja yang saling mendukung (Nguon, 2022). Kemampuan digitalisasi juga harus dimiliki organisasi untuk dapat meningkatkan kinerja inovasinya. Kemampuan atau kapasitas digital menunjukkan kemampuan organisasi untuk merakit dan menjalankan perangkat berbasis teknologi informasi bersama dengan sumber daya perusahaan lain guna mencapai prestasi kerja inovasi yang lebih optimal (Ong et al., 2021).

Organisasi dengan kontribusi perilaku inovasi karyawan yang tinggi akan cenderung memiliki keuntungan besar dalam meningkatkan daya saing dan hasil kerja inovasinya (Elidemir et al., 2020). Peningkatan kinerja inovasi dalam suatu organisasi juga membutuhkan kontribusi seluruh pegawai organisasi terkait kemampuan digitalisasinya. Organisasi dengan kemampuan atau kapabilitas digital yang tinggi lebih akan cenderung mampu memobilisasi, mendistribusikan, dan memanfaatkan sumber daya teknologi informasi dengan sumber daya terkini lainnya untuk mencapai peningkatan efisiensi (Jun et al., 2022).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₅ : Kemampuan digital mampu memoderasi secara positif perilaku inovasi terhadap kinerja inovasi

2.2.6 Moderasi Kemampuan Digital Pada Motivasi Individu dan Kinerja Inovasi

Peningkatan kinerja perusahaan dalam melakukan inovasinya akan lebih mudah apabila seluruh karyawan memiliki motivasi yang tinggi untuk berinovasi. Motivasi karyawan berkontribusi sangat penting untuk kinerja inovasi organisasi yang lebih unggul (Susilowati, 2022). Pada era digitalisasi, karyawan juga perlu memiliki kapabilitas yang mumpuni dalam menjalankan teknologi informasi. Kemampuan platform digital merupakan kemampuan perusahaan untuk membuat koneksi dengan perusahaan lain menggunakan platform daring. Kemampuan ini menawarkan pertukaran berharga antar peserta jaringan dengan biaya marjinal nol untuk meningkatkan kinerja inovasi (Jun et al., 2022).

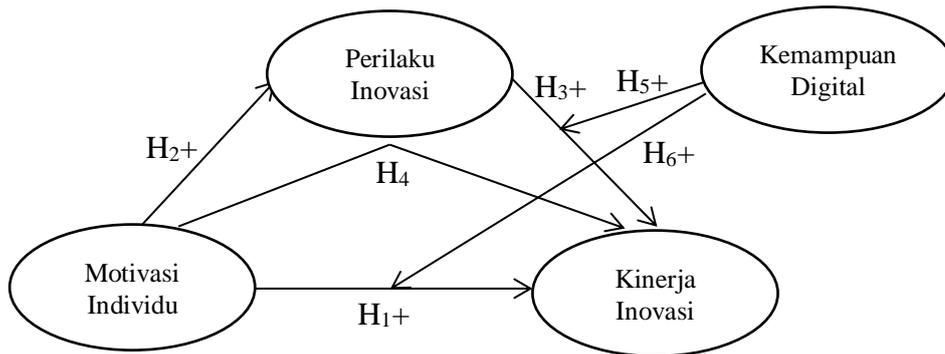
Keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja inovasi yang lebih baik ditentukan dari seberapa tingginya meningkatkan semangat dan motivasi individu karyawan dalam bertindak guna mencapai tujuan atau keberhasilan perusahaan tersebut (Yusuf, 2021). Kapabilitas digitalisasi juga memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan organisasi terkait kinerja inovasinya. Kemampuan ini merujuk pada kepiawaian perusahaan menjalankan kombinasi sistem teknologi yang kompatibel dan saling terhubung yang menjalankan fungsi-fungsi penting. Platform digital yang didukung dengan kemampuan digitalisasi dapat merangsang strategi, operasi, dan sistem organisasi yang pada akhirnya dapat memperkuat kemampuan transformasi dan pencapaian kinerja inovasi (Sarwar et al., 2023).

Berdasarkan uraian keterkaitan antar variabel yang telah dijelaskan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis yakni sebagai berikut:

H₆ : Kemampuan digital mampu memoderasi secara positif motivasi individu terhadap kinerja inovasi

2.3 Model Penelitian

Model penelitian penelitian atau kerangka pemikiran menggambarkan alur pemikiran penelitian dan memberikan penjelasan kepada pembaca mengapa mempunyai anggapan seperti hipotesis. Model penelitian atau kerangka berpikir disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti serta keterkaitan antarvariabel yang diteliti (Ekasari, 2023). Alur model pada penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1
Model Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas menunjukkan jenis penelitian yang berfokus guna menentukan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel sumber daya manusia organisasi. Tujuan penelitian kausalitas yakni untuk menentukan apakah perubahan dalam satu variabel dapat menyebabkan perubahan variabel lainnya (Tahir, 2023). Penelitian ini mencoba menghubungkan beberapa variabel penelitian yakni kinerja inovasi, perilaku inovasi, motivasi individu dan kemampuan digital. Kinerja inovasi pada penelitian berstatus sebagai variabel dependen, perilaku inovasi sebagai variabel intervening, motivasi individu sebagai variabel independen, serta kemampuan digital sebagai variabel moderasi.

3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi menunjukkan sekelompok individu yang dianggap memiliki ciri atau karakteristik yang sama sehingga dapat digeneralisasikan (Swarjana, 2022). Populasi penelitian ini adalah pemilik UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Procot Slawi yakni sebanyak 78 orang. Sampel yang diteliti memiliki jumlah yang sama yakni sebanyak 78 orang. Hal ini karena penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh.

3.3 Definisi Konseptual Variabel

3.3.1 Kinerja Inovasi

Kinerja inovasi didefinisikan sebagai suatu gambaran tingkat pencapaian inovasi yang telah dilakukan individu dan organisasi. Hasil inovasi menunjukkan hasil implementasi pengembangan dan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan yang dipadukan teknologi dari kontribusi individu (Sunarjo, 2024).

3.3.2 Perilaku Inovasi

Perilaku inovasi dapat didefinisikan sebagai rangkaian perilaku individu yang dapat diarahkan guna menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal baru yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi (Ardansyah, 2022).

3.3.3 Motivasi Individu

Motivasi individu dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat menimbulkan semangat atau dorongan pada diri individu untuk melakukan suatu pekerjaan guna mencapai tujuan. Motivasi individu adalah kondisi yang membuat karyawan memiliki kemauan atau kebutuhan untuk mencapai tujuan tertentu melalui pelaksanaan tugas (Septiawan, 2020).

3.3.4 Kemampuan Digital

Kemampuan digital didefinisikan sebagai tingkat kemajuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan fitur dan pelayanan digital. Kemampuan digital merujuk pada kepiawaian seluruh individu anggota organisasi dalam menjalankan teknologi informasi pada sistem operasionalnya (Prawira, 2021).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
Kinerja Inovasi (Jiang et al., 2023)	Pencapaian Hasil Layanan Baru	Skala Likert 1 - 5
	Manfaat Aktual Baru	
	Proses Penerapan Layanan Baru	
	Aktivitas Inovasi Individu	
Perilaku Inovasi (Jiang et al., 2023)	Mencari Peluang	Skala Likert 1 – 5
	Menghasilkan Ide	
	Mencari Dukungan Tim atas Ide	
	Implementasi Ide dalam Tim	
Motivasi Individu (Jiang et al., 2023)	Keinginan Untuk Berubah	Skala Likert 1 - 5
	Keinginan Menggali Ide	
	Keinginan Mengumpulkan dan Menggali Informasi	
	Menyukai Aktivitas Inovasi	
	Menyukai Pembelajaran Inovasi	
Kemampuan Digital (Ong et al., 2021)	Kemampuan Mengakses	Skala Likert 1 – 5
	Kemampuan Memobilisasi	
	Kemampuan Mendistribusikan	
	Kemampuan Memanfaatkan	
	Sumber Daya Teknologi Informasi	

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data penelitian ini sangat berkaitan dengan pengambilan data wawancara secara terstruktur dimana wawancara ini menggunakan kuesioner sebagai media pengambilan data. Metode pengambilan dengan menggunakan kuesioner dapat dilakukan saat peneliti telah mengetahui secara detail kebutuhan data dan tujuan dari suatu penelitian. Hal ini sangat berkaitan dengan penyusunan pertanyaan yang tersistematis sehingga dapat memberikan informasi secara detail bagi peneliti (Sukmawati, 2023).

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada jenis penelitian kausalitas ini adalah analisis SEM-PLS dengan aplikasi software berupa smartPLS. Analisis SEM-PLS merupakan suatu teknik multivariat yang berfungsi untuk mengukur model kompleks yang terdiri dari satu atau beberapa variabel eksplanatori dengan beberapa variabel respon (Santosa, 2018).

3.6.1 Model Pengukuran

Model pengukuran pada Analisis SmartPLS ini berfungsi menentukan keterkaitan variabel laten dengan beberapa indikatornya. Model pengukuran terbagi menjadi dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas terdiri dari uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan nilai AVE. Uji validitas konvergen memiliki nilai kritis sebesar 0,7 dan uji deskriminan menyatakan beberapa indikator pengukur suatu variabel laten harus lebih tinggi pada variabel laten yang lain. Sementara nilai AVE memiliki nilai kritis sebesar 0,5. Uji reliabilitas konstruk dapat diukur melalui nilai *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan minimal 0,7 (Santosa, 2018)

3.6.2 Model Struktural

Model struktural analisis SmartPLS berfungsi menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan variabel laten lainnya. Model struktural terdiri dari tiga pengukuran yaitu mengukur nilai koefisien β (mengetahui arah hubungan), uji t (mengetahui kemaknaan hubungan) dan nilai koefisien determinasi (R^2) (mengetahui nilai penjelasan variabel variabel respon (Santosa, 2018).

3.6.3 Uji Mediasi

Uji mediasi berperan guna menguji bagaimana peran mediator sebagai pemediasi pada hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji mediasi dapat dihitung melalui rasio VAF dengan tiga kriteria penilaian. Rasio VAF > 80% menunjukkan variabel mediator mampu memediasi penuh. Rasio VAF antara 20% - 80% berarti variabel mediator mampu memediasi parsial. Rasio VAF < 20% berarti variabel mediator tidak mampu memediasi (Sukmawati, 2023). Rumus rasio VAF dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$\text{Rasio VAF} = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Total}} \times 100\% \quad (\text{Sukmawati, 2023})$$

3.6.4 Uji Moderasi

Uji moderasi berperan menentukan seberapa besar kemampuan variabel moderator dalam memoderasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemampuan variabel moderator dapat ditunjukkan dengan memperkuat atau memperlemah pada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut (Sukmawati, 2023).

