



**PENGARUH IMPLEMENTASI INOVASI DIGITAL TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN BERDASARKAN PERSEPSI KARYAWAN
(STUDI KASUS PADA PT. INDONESIA POWER UPJP KAMOJANG)**

Nida Nur Fauziah¹⁾, Ratri Wahyuningtyas²⁾
Universitas Telkom

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 07 September 2020
Revisi pertama : 08 September 2020
Diterima : 14 September 2020
Tersedia online : 01 Oktober 2020

Kata Kunci: Inovasi Digital, Kinerja
Perusahaan

Email :
nidafauziah@student.telkomuniversity.ac.id¹⁾,
ratriwahyu@telkomuniversity.ac.id²⁾

Tujuan ini adalah untuk mengetahui pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dan bersifat kausal. Jumlah sampel sebanyak 147 orang karyawan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang, dengan teknik pengambilan sampel yakni simple random sampling. Analisis data dengan menggunakan analisis Stuctural Equation Model (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital dan kinerja perusahaan dikategorikan baik. Hasil pengujian statistik diperoleh terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan, perspektif konsumen, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

Disarankan agar perusahaan perlu meningkatkan kualitas sistem ERP dengan cara melengkapi fitur, meningkatkan standar sistem, melakukan perawatan sistem, memperbaiki tampilan sistem ERP, meningkatkan proses bisnis internal dan pertumbuhan dan pembelajaran.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Globalisasi yang terjadi saat ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan untuk memperebutkan pasar. Hal tersebut menjadi dasar bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan keberhasilannya agar dapat bertahan dalam persaingan. Menurut Putri dan Lestari (2014) bahwa perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan yang mampu membuat mereka bersaing di pasar. Disisi lain, perusahaan juga harus mampu meningkatkan kinerjanya agar dapat bertahan dan bersaing. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek salah satunya yaitu kinerja. Menurut Riyana H (2017:43) bahwa kinerja adalah hasil pencapaian dari aktivitas yang telah dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Sedangkan menurut Simanjuntak dalam Epi (2017:2) bahwa kinerja merupakan tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan faktor yang dapat menunjang keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan melalui pelaksanaan tugas dalam waktu yang telah ditentukan.

Penilaian kinerja perusahaan pada PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dilakukan oleh PT. Indonesia Power (Pusat). Perusahaan melakukan penilaian kinerja sebagai evaluasi hasil kinerja yang dilakukan oleh perusahaan selama satu tahun. Kinerja Perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang pada tahun 2017 dan 2018 memiliki lima perspektif. Dimana dalam perspektif tersebut masih terdapat beberapa aspek yang berada pada fase hati-hati atau pun perusahaan dalam kondisi mengalami masalah. Berdasarkan data internal dan hasil *preliminary test* yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa terdapat hasil yang serupa yaitu masih terdapat beberapa indikator yang berada pada kategori masalah ataupun perlu adanya perbaikan. Sehingga diperlukan penekanan terhadap perspektif keuangan, perspektif konsumen, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran untuk meningkatkan kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, bahwa literatur yang signifikan telah mendukung hubungan positif antara inovasi dan kinerja organisasi (Yang et al., 2012; Sainio et al., 2012; Hortinha et al., 2011). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Wroblewski (2018) menunjukkan bahwa kematangan digital lemah dan negatif terkait dengan kinerja operasi perusahaan.

Inovasi teknologi dianggap sebagai alat strategis utama bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi digital diharapkan dapat menjadi perusahaan yang terbaik dan dapat bersaing pada era saat ini. Menurut Fitzgerald et al., (2014) bahwa perusahaan harus berhasil merangkul transformasi melalui digital teknologi untuk memungkinkan peningkatan bisnis besar seperti meningkatkan pengalaman pelanggan dan keterlibatan, merampingkan operasi dan menciptakan model bisnis baru namun jika mereka tidak melakukannya maka akan menghadapi kehancuran di tangan pesaing mereka yang melakukannya.

Sejalan dengan pendapat tersebut, menurut Khin (2018:2) bahwa meskipun teknologi digital menawarkan peluang baru bagi teknologi (seperti perusahaan IT) dan organisasi teknologi (seperti bank, manufaktur, ritel), inovasi digital tidak dapat

dicapai tanpa komitmen serius terhadap teknologi yang muncul. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus mampu menjalankan teknologi agar dapat menciptakan inovasi digital yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dari berbagai aspek.

Pada awal tahun 2018, PT. Indonesia Power UPJP Kamojang telah menciptakan inovasi digital berupa sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP). Menurut Rahman (2018:109) bahwa Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) merupakan sebuah konsep, teknik, ataupun metode guna mengintegrasikan seluruh departemen dan fungsi suatu perusahaan ke dalam suatu sistem otomatisasi keseluruhan proses bisnis guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan yang dicerminkan oleh adanya suatu laporan keuangan yang akurat dan terukur.

Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dibuat berupa website dengan nama erp.indonesiapower.co.id, dimana dalam sistem tersebut terdapat modul-modul yang dapat dioperasikan oleh seluruh admin bagian dalam perusahaan. Modul-modul tersebut diantaranya IP AP KMJ User, IP Employee Self Service, IP Learner Self Service dan IP Learning Admin UPJP Kamojang. Modul IP AP KMJ User dan IP Employee Self Service dalam sistem ERP ini dapat diakses oleh seluruh karyawan yang ada di dalam perusahaan dengan tujuan untuk melihat kebutuhan individu karyawan seperti karir pegawai, pengajuan cuti, kesehatan dan absensi karyawan. Sistem ini dibuat untuk mempermudah perusahaan dalam pengelolaan kebutuhan karyawan yang awalnya manual menjadi digitalisasi.

Dalam pelaksanaan implementasi sistem ERP ini, perusahaan memiliki beberapa kendala yang dirasa dapat berpengaruh terhadap optimalisasi sistem tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan preliminary test yang telah dilakukan, bahwa terdapat hasil yang serupa yaitu rendahnya kualitas dan fitur yang dimiliki oleh sistem ERP PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Sehingga perlu adanya penekanan yang dapat meningkatkan kualitas ataupun fitur dari sistem ERP PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Kendala tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena sistem ERP ini memiliki peranan penting dalam kemajuan perusahaan. Mengingat bahwa inovasi digital merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Sehingga berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Inovasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan PT. Indonesia Power Upjp Kamojang”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana implementasi inovasi digital di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?
2. Bagaimana kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?
3. Apakah implementasi inovasi digital berpengaruh pada kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?
4. Apakah implementasi inovasi digital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?
5. Apakah implementasi inovasi digital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?

6. Apakah implementasi inovasi digital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?
7. Apakah implementasi inovasi digital berpengaruh terhadap kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui.

1. Implementasi inovasi digital di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
2. Kinerja Perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
3. Pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
4. Pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
5. Pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
6. Pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.
7. Pengaruh implementasi inovasi digital terhadap kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi Digital

Inovasi teknologi dianggap sebagai alat strategis utama bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi digital diharapkan dapat menjadi perusahaan yang terbaik dan dapat bersaing pada era saat ini. Menurut Nambisan et al., (2017) bahwa inovasi digital didefinisikan sebagai ciptaan penawaran pasar, proses bisnis atau model yang dihasilkan dari penggunaan digital teknologi. Definisi mereka mencakup serangkaian hasil inovasi, seperti produk baru, platform dan layanan serta pengalaman pelanggan baru dan jalur nilai lainnya, hal ini dimungkinkan sebagai hasil melalui penggunaan teknologi digital dan proses digital.

Sejalan dengan pendapat menurut Khin (2018) bahwa inovasi digital merupakan pengembangan produk, layanan, atau solusi baru dengan menggunakan teknologi digital. Selain itu, inovasi digital dikontekstualisasikan ke digital inovatif sebagai solusi yang dapat mengubah produk, layanan, dan bisnis organisasi lain. Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa inovasi digital merupakan teknologi yang dibuat perusahaan berdasarkan hasil inovasi berupa ciptaan produk baru yang dapat digunakan sebagai solusi dari permasalahan yang ada.

Kinerja Perusahaan

Menurut As'ari (2019:12) bahwa kinerja perusahaan dihasilkan dari suatu evaluasi terhadap implementasi kebijakan perusahaan. Penilaian terhadap kinerja perusahaan dimaksudkan untuk menilai dan mengevaluasi tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan kemakmuran pemegang saham atau nilai perusahaan. Dalam hal ini,

perusahaan perlu melakukan penilaian kinerjanya baik secara internal maupun eksternal sehingga mampu berkembang dan bersaing. Menurut Widyastuti et al., (2017:125) bahwa penilaian kinerja memegang peranan penting dalam dunia usaha, dikarenakan dengan dilakukannya penilaian kinerja dapat diketahui efektivitas dari penetapan suatu strategi dan penerapannya dalam kurun waktu tertentu. Penilaian kinerja dapat mendeteksi kelemahan atau kekurangan yang masih terdapat dalam perusahaan, untuk selanjutnya dilakukan perbaikan dimasa mendatang.

Menurut Kurniasari dan Memarista (2017:1) mengatakan bahwa pengukuran kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap performa perusahaan dan perencanaan tujuan di masa mendatang. Sedangkan menurut Retnawan et al., (2016) bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengukur sejauh mana hasil dan manfaat yang telah ditentukan sebelumnya melalui pemanfaatan sumber daya yang ada dalam perusahaan agar mampu berkembang dan bersaing serta dapat mencapai tujuan perusahaan.

Hubungan Inovasi Digital dengan Kinerja Perusahaan

Menurut Teece (2013) berpendapat bahwa pendekatan kapabilitas dinamis memberikan organisasi kerangka kerja yang koheren. Melalui pengembangan dan pengelolaan, kemampuan tersebut dapat membangun keunggulan kompetitif bagi organisasi. Menurut Khin (2018) bahwa kemampuan digital dapat melengkapi orientasi digital perusahaan karena hanya perusahaan yang mempunyai keterampilan mengelola teknologi baru yang akan siap untuk mengadopsi teknologi tersebut. Selain itu, perusahaan harus mampu berkomitmen untuk mengubah teknologi menjadi produk baru. Demikian juga secara digital, perusahaan perlu memiliki komitmen dan kesiapan untuk merangkul teknologi baru dengan cara mengembangkan produk baru yang berdampak pada keunggulan kompetitif.

Inovasi teknologi dianggap sebagai alat strategis utama bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi digital diharapkan dapat menjadi perusahaan yang terbaik dan dapat bersaing pada era saat ini. Menurut Fitzgerald et al., (2014) bahwa perusahaan harus berhasil merangkul transformasi melalui digital teknologi untuk memungkinkan peningkatan bisnis besar seperti meningkatkan pengalaman pelanggan dan keterlibatan, merampingkan operasi dan menciptakan model bisnis baru namun jika mereka tidak melakukannya maka akan menghadapi kehancuran di tangan pesaing mereka yang melakukannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mampu menjalankan teknologi agar dapat menciptakan inovasi digital yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dari berbagai aspek. Selain itu, melihat hasil dari penelitian terdahulu yang dimuat dalam jurnal nasional maupun internasional bahwa terdapat pengaruh antara inovasi digital dengan kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif karena peneliti bertujuan untuk menganalisis hubungan yang terjadi antar variabel dan menggambarkan hasilnya. Menurut Sugiyono (2017:6) bahwa penelitian deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian ini juga bersifat kausal karena terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) sehingga terdapat hubungan sebab akibat antar variabel. Menurut Husein Umar (2014:35) bahwa penelitian kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain atau bagaimana variabel yang satu mempengaruhi variabel lainnya.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Garut, Jawa Barat, Indonesia. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Data penelitian yang digunakan berupa sekunder yang diperoleh dari website resmi PT. Indonesia Power, penyebaran kuesioner, dan hasil wawancara dengan senior management. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2019 hingga bulan Februari 2020.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Indrawati (2015:164) bahwa populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda-benda yang menarik peneliti untuk diolah. Populasi yang dipilih peneliti menjadi pembatas dari hasil penelitian yang diperoleh. Artinya, penelitian hanya berlaku pada populasi yang dipilihnya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian yang akan dilakukan. Populasi dalam penelitian ini dapat dilihat dari jumlah karyawan yang terdapat di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang yaitu sebanyak 233 orang.

2. Sampel

Syofian Siregar (2016:145) mengemukakan bahwa sampel merupakan suatu prosedur dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat dan ciri-ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa sampel hanya sebagian populasi yang diambil untuk dilibatkan dalam suatu penelitian yang sedang diamati.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini, sampling yang digunakan termasuk kedalam probability sampling dengan penggunaan teknik simple random sampling. Menurut Sugiyono (2015:82) bahwa simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teori Sloving dalam Husein Umar (2014:78) dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : batas toleransi kesalahan (error)

Pada penelitian ini menggunakan batas toleransi kesalahan (error) sebesar 5%. Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh sebagai berikut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 147 orang karyawan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Dimana sampel dalam penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bidang, diantaranya.

$$\begin{aligned} n &= \frac{233}{1 + 233(0,05^2)} \\ &= \frac{233}{1 + 0,5825} \\ &= \frac{233}{1,5825} \\ &= 147,23 \\ &\approx 148 \end{aligned}$$

Administrasi = $50 / 233 \times 148 = 31.7 \approx 32$ orang

Enjiniring = $31 / 233 \times 148 = 19.6 \approx 20$ orang

K3L = $11 / 233 \times 148 = 6.9 \approx 7$ orang

Operasi = $62 / 233 \times 148 = 39.3 \approx 40$ orang

Pemeliharaan = $73 / 233 \times 148 = 46.3 \approx 47$ orang

Pimpinan = $6 / 233 \times 148 = 3.8 \approx 4$ orang

Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Husein Umar (2014:42) bahwa data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti dari hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui wawancara dan data fisik hasil kuesioner dari PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

b. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2014:42) bahwa data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atas pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber antara lain buku-buku, jurnal nasional dan internasional, website resmi perusahaan, hasil penelitian terdahulu dan sumber informasi lainnya yang dianggap bermanfaat bagi peneliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Silalahi (2015:241) bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa memahami dan mengetahui teknik-teknik pengumpulan data, penulis tidak akan mendapatkan data yang relevan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Wawancara

Menurut Husein Umar (2014:51) bahwa wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrumen dapat berupa pedoman wawancara ataupun checklist. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa staf dan supervisor senior PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner juga menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti karena kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Menurut Husein Umar (2014:49), teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan atau pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa angket (kuesioner), checklist ataupun skala. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner pada karyawan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

c. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, studi pustaka yang digunakan berupa buku-buku teori literatur, website resmi, jurnal nasional dan internasional, serta skripsi atau penelitian terdahulu yang dianggap relevan dan dapat menunjang dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Menurut Syofian Siregar (2016:221) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deksriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:147), analisis deskriptif merupakan statistik data yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul, untuk melakukan analisis deskriptif harus menggunakan statistik deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif yaitu dilakukan untuk mengetahui hubungan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan menggunakan pengukuran dengan kuesioner. Statistik deskriptif adalah pengolahan data untuk tujuan mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data

sampel atau populasi. Pada statistic deskriptif dapat menghasilkan tabel, grafik dan diagram.

Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap tanggapan responden, peneliti melakukan kategorisasi dengan melihat persentase skor aktual terhadap skor ideal dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Persentase maksimum} &= (\text{Bobot jawaban tertinggi} : \text{Jumlah kategori}) \times 100 \\ &= (5 : 5) \times 100 \\ &= 100\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase minimum} &= (\text{Bobot jawaban terendah} : \text{Jumlah kategori}) \times 100 \\ &= (1 : 5) \times 100 \\ &= 20\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang persentase skor} &= (\% \text{ maksimum} - \% \text{ minimum}) : \text{Jumlah kategori} \\ &= (100\% - 20\%) : 5 \\ &= 16\% \end{aligned}$$

Berdasarkan rentang persentase skor yang diperoleh, maka dapat dibentuk kategorisasi dengan hasil sebagai berikut:

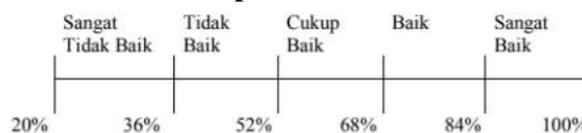
Tabel 1. Pedoman Kategorisasi Tanggapan Responden

No	Perentase Jumlah Skor	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Tidak Baik
2	36,01% - 52,00%	Kurang Baik
3	52,01% - 68,00%	Cukup
4	68,01% - 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2007:85)

Untuk melihat hasil dari kriteria interpretasi nilai setiap variabel dapat dilihat pada garis kontinum berikut ini :

Gambar 1. Kriteria Interpretasi Nilai Pada Garis Kontinum



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Digital

Untuk mengetahui persepsi atau tanggapan responden terhadap setiap indikator mengenai Inovasi Digital, penulis menggunakan nilai persentase skor. Berdasarkan perhitungan persentase skor jawaban responden tiap sub variable diperoleh hasil rekapitulasi keseluruhan:

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Inovasi Digital

No	Indikator	Skor		%	Kriteria
		Aktual	Ideal		
1	<i>Quality</i>	4226	5355	78.92	Baik
2	<i>Features</i>	1144	1530	74.77	Baik

Lanjutan Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Inovasi Digital

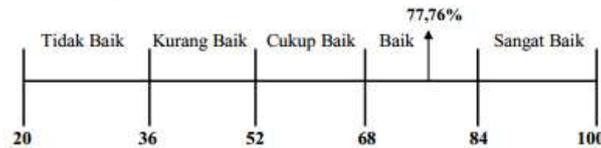
No	Indikator	Skor		%	Kriteria
		Aktual	Ideal		
3	Applications	3599	4590	78.41	Baik
4	Digital Solution	1738	2295	75.73	Baik
Total		10707	13770	77.76	Baik

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2 tersebut memperoleh nilai skor aktual sebesar 10707 Nilai aktual tersebut bila dibandingkan dengan nilai ideal sebesar 13770, memperoleh prosentase sebesar 77,76% berada pada kriteria baik terletak pada interval 68,01% - 84,00%. Berdasarkan rekapitulasi hasil tanggapan responden seperti pada tabel 2, diketahui bahwa sub variabel quality skornya yang paling besar yaitu sebesar 78,92% dan sub variabel Features skornya yang paling kecil yaitu 74,77%.

Pada tabel 2 diinterpretasikan ke dalam tabel skala penafsiran persentase meanjawaban responden yang disajikan ke dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 2. Garis Kontinum Variabel Inovasi Digital



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Perusahaan

Untuk mengetahui persepsi atau tanggapan responden terhadap setiap indikator mengenai Kinerja Perusahaan, penulis menggunakan nilai persentase skor. Berdasarkan perhitungan persentase skor jawaban responden tiap sub variable diperoleh hasil rekapitulasi keseluruhan:

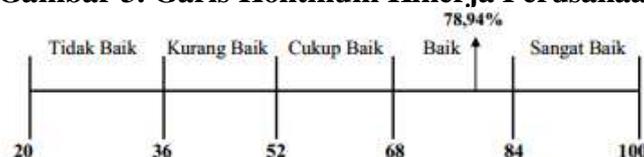
Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Variabel Kinerja Perusahaan

No	Indikator	Skor		%	Kriteria
		Aktual	Ideal		
1	Perspektif Keuangan	3678	4590	80.13	Baik
2	Perspektif Konsumen	3037	3825	79.40	Baik
3	Perspektif Pasar Bisnis Internal	1808	2295	78.78	Baik
4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran	1743	2295	75.95	Baik
Total		10266	13005	78.94	Baik

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 3 tersebut memperoleh nilai skor aktual sebesar 10266. Nilai aktual tersebut bila dibandingkan dengan nilai ideal sebesar 13005 memperoleh prosentase sebesar 78,94% berada pada kriteria baik terletak pada interval 68,01% - 84,00%. Berdasarkan rekapitulasi hasil tanggapan responden seperti pada tabel 3, diketahui bahwa sub variabel Perspektif Keuangan skornya yang paling besar yaitu sebesar 80,13% dan sub variabel perspektif pertumbuhan dan pembelajaran skornya yang paling kecil yaitu 75,95%.

Pada tabel 3 diinterpretasikan ke dalam tabel skala penafsiran persentase jawaban responden yang disajikan ke dalam gambar sebagai berikut.

Gambar 3. Garis Kontinum Kinerja Perusahaan

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berikut adalah tabel yang memuat rekapitulasi hasil pengujian model struktural pada tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Model Struktural

Pengaruh			Estimate	Koefisien Determinansi (%)	C.R.	P	Kesimpulan
Financial	←	Inovasi Digital	0.88	77.44	14.789	0.000	Signifikan (H ₀ ditolak)
Konsumen	←	Inovasi Digital	0.90	81	14.198	0.000	Signifikan (H ₀ ditolak)
Proses Bisnis Internal	←	Inovasi Digital	0.89	79.21	15.413	0.000	Signifikan (H ₀ ditolak)
Pertumbuhan dan Pembelajaran	←	Inovasi Digital	0.86	73.96	15.407	0.000	Signifikan (H ₀ ditolak)

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Pada tabel 4, nilai yang terdapat pada kolom Estimasi menunjukkan koefisien jalur diantara dua variabel dan dijadikan acuan antar variabel yang diteliti. Selanjutnya Kolom Nilai Signifikansi (P) atau terlihat nilai P Value menunjukkan probabilitas atau tingkat signifikansi. Angka-angka yang terdapat pada kolom ini didapatkan dari tabel output *Standardized Regression Weights* pada output AMOS. Sedangkan kolom Koefisien Determinansi (R²) untuk melihat pengaruh tiap variabel berasal dari tabel *square multiple correlation* pada output AMOS. Dari rekapitulasi hasil pengolahan model structural di atas, diperoleh nilai bobot faktor (*standardized regression weight*) dan R² atau koefisien determinasi.

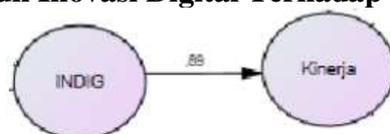
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Nilai koefisien jalur untuk variabel pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan sebesar 0,88. Artinya bila inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan juga akan meningkat. Pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan langsung melihat pada kolom Nilai Sig atau probabilitas dimana data menunjukkan P = 0,000 yang berarti probabilitas < 0,05 yang artinya terdapat signifikan yang bermakna pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan Atau dengan kata lain Ho ditolak. Besarnya pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan adalah sebesar 77,44%.
2. Nilai koefisien jalur untuk variabel pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen sebesar 0,90. Artinya bila inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen juga akan meningkat. Pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan langsung melihat pada

kolom Nilai Sig atau probabilitas dimana data menunjukkan $P = 0,000$ yang berarti probabilitas $< 0,05$ yang artinya terdapat signifikan yang bermakna pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen atau dengan kata lain H_0 ditolak. Besarnya pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen adalah sebesar 81%.

3. Nilai koefisien jalur untuk variabel pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal sebesar 0,89. Artinya bila inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal juga akan meningkat. Pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan langsung melihat pada kolom Nilai Sig atau probabilitas dimana data menunjukkan $P = 0,000$ yang berarti probabilitas $< 0,05$ yang artinya terdapat signifikan yang bermakna pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal atau dengan kata lain H_0 ditolak. Besarnya pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal adalah sebesar 79,21%.
4. Nilai koefisien jalur untuk variabel pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran perspektif proses sebesar 0,86. Artinya bila inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif Pertumbuhan dan pembelajaran perspektif proses juga akan meningkat. Pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan langsung melihat pada kolom Nilai Sig atau probabilitas dimana data menunjukkan $P = 0,000$ yang berarti probabilitas $< 0,05$ yang artinya terdapat signifikan yang bermakna pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran perspektif proses atau dengan kata lain H_0 ditolak. Besarnya pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran perspektif proses adalah sebesar 73,96%.

Gambar 4. Pengaruh Inovasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan di lihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Pengaruh Inovasi Digital terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh		Estimate	Koefisien Determinansi (%)	C.R.	P	Kesimpulan
Kinerja Perusahaan	← Inovasi Digital	0.893	79.74	14.789	0.000	Signifikan (H_0 ditolak)

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Tabel 5 menunjukkan nilai koefisien jalur untuk variabel pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan sebesar 0.893. Artinya bila inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan. Pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan langsung melihat pada kolom Nilai Sig atau probabilitas dimana data menunjukkan $P =$

0,000 yang berarti probabilitas $< 0,05$ yang artinya terdapat signifikan yang bermakna pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan atau dengan kata lain H_0 ditolak. Besarnya pengaruh inovasi digital terhadap kinerja perusahaan adalah sebesar 79.74%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Inovasi digital PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikategorikan baik dikarenakan sebagian besar responden menilai setuju bahwa sistem ERP PT. Indonesia Power UPJP Kamojang memiliki kualitas, fitur dan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan selain itu sistem ERP ini merupakan solusi digital dari permasalahan yang terjadi.
2. Kinerja Perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikategorikan baik dikarenakan sebagian besar responden menilai setuju bahwa kinerja perusahaan memiliki perspektif keuangan, perspektif konsumen, perspektif proses bisnis internal serta perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yang semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif keuangan juga akan ikut meningkat.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif konsumen juga akan ikut meningkat.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif proses bisnis internal juga akan ikut meningkat.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan dilihat dari perspektif pertumbuhan dan pembelajaran juga akan ikut meningkat.
7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi digital terhadap kinerja perusahaan dikarenakan jika inovasi digital meningkat maka kinerja perusahaan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang juga akan ikut meningkat.

Saran

1. Saran Bagi Perusahaan
 - a. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan kualitas sistem ERP dengan cara memperbaiki tampilan dari sistem ERP agar lebih *user-friendly* sehingga lebih menarik.

- b. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan fitur keseluruhan dari sistem ERP dengan cara mengubah sistem yang ada didalamnya sehingga memiliki akses yang lebih cepat baik untuk menginput atau mendownload data.
 - c. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan aplikasi dari sistem ERP yang dimiliki dengan cara memperbaiki penggunaan dari sistem ERP sehingga dapat digunakan melalui internet tidak hanya intranet.
 - d. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu menjadikan sistem ERP sebagai digital solution sehingga PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dapat membentuk sistem baru yang ada pada industri.
 - e. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu melakukan usaha untuk memperluas produk dengan cara memaksimalkan pendapatan yang telah ditentukan melalui strategi dan produktivitas yang dilakukan perusahaan seperti penghematan biaya untuk beberapa kepentingan perbaikan dan pemeliharaan.
 - f. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan pangsa pasar dengan cara mempertahankan pelanggan ataupun mendapatkan calon pelanggan melalui penawaran seperti bonus dan pemenuhan target yang diinginkan pelanggan sehingga perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.
 - g. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan proses bisnis internal yang terdapat dalam perusahaan melalui pembaruan inovasi / produk yang dapat menunjang proses bisnis perusahaan selain sistem ERP yang sudah ada, peningkatan sistem operasional yang terdapat dalam perusahaan dan perbaikan sistem umpan balik atau *feedback* agar mudah untuk dipahami dan dilaksanakan oleh kedua belah pihak.
 - h. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang perlu meningkatkan pertumbuhan dan pembelajaran yang dilakukan oleh karyawan dengan cara memberikan pengembangan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan di setiap bidang baik dari segi waktu ataupun mekanisme yang digunakan sehingga kepuasan karyawan akan semakin meningkat.
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Melakukan penelitian dengan menambahkan variabel orientasi digital dan kemampuan digital maupun pengaruhnya terhadap kinerja karyawan.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama namun dapat mencoba untuk meneliti objek perusahaan yang berbeda.
 - c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan software yang berbeda selain SEM AMOS misalnya SEMPLS atau Lisrel.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ari, H. 2019. *Pengaruh Restrukturisasi Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE. UN PGRI, Kediri Vol. 4 No.3, ISSN: 2541-0180.
- Epi, Y. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Manajerial dan Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia*. Riset & Jurnal Akunta, Vol. 1 No.1.

- Hortinha, P., Lages, C., dan Lages, L. F. 2011. *The Trade-Off Between Customer and Technology Orientation: Impact on Innovation Capabilities and Export Performance*. Journal of International Marketing, Vol. 19 No.3.
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kurniasari, V., dan Memarista, G. 2017. *Analisis Kinerja Perusahaan Menggunakan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus pada PT. Aditya Sentana Agro)*. AGORA, Vol. 5 No.1.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., dan Song, M. 2017. *Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Research in a Digital World*. MIS Quarterly, Vol. 41 No. 1.
- Putri, A dan Lestari, H, S. 2014. *Faktor Spesifik yang Menentukan Kinerja Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. E-Journal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, Vol. 1, No.2.
- Rahman, F. 2018. *Evaluasi Penerapan Enterprise Resource Planning (ERP) terhadap Penyajian Laporan Keuangan (Studi Kasus di PT. Surya Citra Televisi)*. Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6 No. 3.
- Riyana H, D. 2017. *Pengukuran Kinerja Perusahaan PT Indofood dengan Menggunakan Balanced Scorecard*. Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi), Vol. 1 No.2.
- Sainio, L., Ritala, P., dan Hurmelinna-Laukkanen. 2012. *Constituents of Radical Innovation-Exploring the Role of Strategic Orientations and Market Uncertainty*. Technovation, Vol. 32 No. 11.
- Silalahi, U., dan Falah, A. N. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, S. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cetakan 25)*. Bandung: Alfabeta.
- Teece, D. 2013. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. Oxford: Oxford University Press.
- Umar, H. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Valmohammadi, C. 2017. *Customer Relationship Management: Innovation and Performance*. International Journal of Innovation Science, Vol. 9 No.4.
- Wroblewski, J. 2018. *Digitalization and Firm Performance: Are Digitally Mature Firms Outperforming Their Peers?*. Masters, Lund University.
- Yang, Y., Wang, Q., Zhu, H., dan Wu, G. 2012. *What Are The Effective Strategic Orientations for New Product Success Under Different Environments? An Empirical Study of Chinese Businesses*. Journal of Product Innovation Management, Vol. 3 No. 2.