

Orientasi pembelajaran, orientasi pasar dan keinovasian perusahaan : Studi kasus pada PT. Excelcomindo Pratama, Tbk

Deon Montasser, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128409&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian yang bertujuan mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar kepada keinovasian perusahaan, dilakukan dengan menggunakan metode survey kepada 96 karyawan Divisi Corporate Solutions pada PT Excelcomindo Pratama, Tbk. Adapun metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier bergada dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian didapatkan bahwa (1) Orientasi pembelajaran merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di internal dan eksternal. Penerapan pembelajaran yang dilakukan oleh perusahaan melalui kesamaan persepsi dalam mencapai tujuan bersama, keterbukaan dan adanya saling berbagi pengalaman di antara karyawan dan unit kerja; (2) Orientasi pasar merupakan ukuran dimana perusahaan memiliki kemampuan dalam mendapatkan, mengelola dan menggunakan informasi pasar untuk tujuan strategik perusahaan.

Perusahaan selalu mendengarkan informasi dari pelanggan melalui riset sehingga digunakan untuk melakukan perencanaan dan pengembangan produk/layanan terbaru untuk menguasai pasar yang dituju; (3) perusahaan selalu melakukan inovasi dalam produk dan layanan hal ini terlihat bahwa dalam kurun waktu lima tahun terjadi peningkatan dalam pengenalan produk dan layanan terbaru. Keinovasian yang dilakukan tersebut nampak pada kemampuan perusahaan untuk menghadirkan ide-ide produk dan layanan terbaru di pasar, dan memiliki cara baru dalam menyelesaikan masalah internal perusahaan; dan (4) secara statistik, orientasi pasar dan orientasi pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan positif kepada keinovasian perusahaan, namun orientasi pasar merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keinovasian perusahaan. Artinya inovasi yang dilakukan perusahaan lebih didasarkan dalam memenuhi keinginan pelanggan dan penguasaan terhadap pasar yang ingin diraih.

<hr>

The purpose of this thesis is to examine the relations among learning orientation, market orientation and innovativeness in PT.Excelcomindo Pratama, Tbk, Corporate Solutions division. The study involves a questionnaire-based survey of medium-high level employees with a total of 96 respondents. The data were analyzed with double liner regression and hypothetical testing.

The research indicates four findings, (1) commitment to learning was used by the company to improve the ability to adapt with internal and external changes. (2) The company always listen from customer trough research and used the information for planning and developing new products in order to win the market. (3) firm innovativeness has proved positively with the increasing of introduction/new product in the last five years also the ability to serve new ideas products in the market and continue to provide new method of internal process. (4) The research indicates that learning orientation and market orientation has positively

affects firm innovativeness. However market orientation show dominant impact in firm innovativeness which means that the innovation is drive by customer and the target market.