

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisa peran perubahan strategi pada pengaruh kemampuan kognitif manajer terhadap kinerja inovasi layanan dengan organisasi pembelajaran dan efikasi diri sebagai pemoderasi. Kondisi krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 mengharuskan para pelaku usaha bekerja lebih keras untuk dapat bertahan di tengah perubahan lingkungan. Penelitian ini dibangun menggunakan teori eselon atas dari Hambrick dan Mason (1984), bahwasannya nilai suatu organisasi tercermin dari nilai eksekutifnya. Penelitian ini menggunakan 115 sampel usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tergabung sebagai mitra Gofood dan/atau Grabfood. Analisis data dilakukan menggunakan integrasi analitik mediasi dan moderasi dengan menggunakan strategi analitik data yang disebut pemodelan proses bersyarat atau analisis proses bersyarat, yaitu Hayes PROCESS.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kemampuan kognitif manajer mempengaruhi perubahan strategi dan perubahan strategi juga memediasi pengaruh kemampuan kognitif manajer terhadap kinerja inovasi layanan. Penelitian ini juga menemukan bahwa efikasi diri para pelaku UMKM memoderasi secara positif pada pengaruh kemampuan kognitif manajer terhadap perubahan strategi, sedangkan organisasi pembelajaran memiliki efek melemahkan pengaruh kemampuan kognitif manajer terhadap perubahan strategi. Penelitian ini memiliki implikasi empiris dan praktis serta saran untuk penelitian di masa yang akan datang.

Kata kunci : kemampuan kognitif, perubahan strategi, efikasi diri, organisasi pembelajaran, kinerja inovasi layanan

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the role of strategic change on the influence of managers' cognitive abilities on service innovation performance with learning organizations and self-efficacy as moderators. The condition of the economic crisis due to the Covid-19 pandemic requires business actors to work harder to be able to survive in the midst of environmental changes. This research was built using the upper echelon theory from Hambrick and Mason (1984), that the value of an organization is reflected in the value of its executives. This study used 115 samples of micro, small and medium enterprises (MSMEs) who are members of Gofood and/or Grabfood partners. Data analysis was carried out using the integration of mediation and moderation analytics using a data analytics strategy called conditional process modeling or conditional process analysis, namely Hayes PROCESS.*

*The results of the data analysis show that the cognitive abilities of managers influence strategy changes and strategy changes also mediate the effect of managers' cognitive abilities on service innovation performance. This study also found that the self-efficacy of MSME actors positively moderated the influence of managers' cognitive abilities on strategy changes, while learning organizations had a weakening effect on the effect of managers' cognitive abilities on strategy changes. This research has empirical and practical implications as well as suggestions for future research.*

*Keywords: cognitive ability, strategy change, self-efficacy, learning organization, service innovation performance*