

# **PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN**

## **(Studi Pada UKM Bakpia Pathok Yogyakarta)**

**Anisha**

**Fakultas ekonomi universitas islam Indonesia**

[Anishanisa175@yahoo.com](mailto:Anishanisa175@yahoo.com)

### **Abstraksi**

Penelitian empiris ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan pada UKM bakpia pathok Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua manajer yang bekerja pada UKM bakpia di pathok Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu variabel dependen (kinerja keuangan perusahaan), dan variabel independen terdiri dari inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*), inovasi teknologi (*technology innovation*). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda melalui *software* computer SPSS17. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci : inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi, kinerja keuangan.

### **Pendahuluan**

Globalisasi pasar, meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan pelaku-pelaku ekonomi menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Pada banyak industri, perubahan sosial politik yang cepat (seperti AFTA, MRA) akan meningkatkan jumlah dan kekuatan pesaing-pesaing baru dari negara asing. Pesaing-pesaing baru ini semakin cakap dan lebih produktif karena manajer-manajer mereka

lebih berpendidikan dan memiliki keahlian teknik serta ketidakjelasan lintas batas teknologi dan informasi menjadikan mereka dengan cepat mengakses cara-cara dan peralatan terkini. Kompleksitas dan tantangan yang dihadapi perusahaan menuntut perusahaan untuk memiliki strategi inovasi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan kompetitor baik dari perusahaan nasional maupun bersaing dengan perusahaan multinasional.

Usaha kecil dan menengah (UKM) diyakini memiliki peran yang penting dan strategis, ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Pada masa krisis ekonomi tahun 1998 hingga kini UKM berperan sebagai sektor ekonomi yang secara signifikan mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. UKM memiliki peran sentral bagi perekonomian Indonesia, khususnya dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output.

Dalam dasawarsa terakhir, perkembangan lingkungan bisnis yang sangat dinamis mempengaruhi setiap perusahaan, baik perusahaan besar menengah, maupun perusahaan kecil. Oleh karena itu pemilihan dan penentuan strategi baru diperlukan bagi perusahaan yang lebih kompetitif (Vanny, 2002).

Dalam penelitian Damanpour dan Evan, (1984; Schulz & Jobe, (2001) menemukan bahwa yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada inovasi, adalah penjualan dan pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi (Bigliardi, 2013).

Peran inovasi dalam mendongkrak kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan: proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya (Swa, 2005).

UKM mengejar inovasi dapat mengambil manfaat dalam beberapa cara, pertama berpendapat bahwa inovasi adalah kesempatan bagi UKM untuk dapat terbebas dari kegiatan bisnis monopoli. Selain itu, menjadi UKM lebih gesit daripada perusahaan yang lebih besar, sehingga mereka dapat bergerak lebih cepat dan memperoleh monopoli ini untuk jangka waktu yang lama.

Menurut Bigliardi (2013) inovasi dibagi menjadi 3 kategori yaitu inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*) dan inovasi teknologi (*Technology innovation*). UKM merupakan industri yang memiliki peranan penting dalam ikut serta menunjang pembangunan ekonomi daerah.

Menjadi tanggung jawab kita bersama untuk membantu meningkatkan kegiatan usaha yang menjamin tercapainya iklim usaha industri yang baik dan berkesinambungan.

## **Kajian pustaka**

Dalam bagian ini menjelaskan variable-variabel yang digunakan untuk membangun kerangka pemikiran. Variabel tersebut adalah inovasi yang terbagi menjadi 3 yaitu : inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi dan kinerja perusahaan.

## **Inovasi**

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengadopsi ide-ide baru, produk dan proses berhasil. Indikator inovasi mengacu pada penelitian Bigliardi, (2011) yaitu :

### **a. Inovasi pelanggan**

Inovasi pelanggan merupakan inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikatornya adalah :

Inn1 = mayoritas inovasi bermanfaat bagi pelanggan

Inn2 = mayoritas inovasi membutuhkan perubahan dalam sikap pelanggan

Inn3 = mayoritas inovasi melibatkan biaya *switching* yang tinggi untuk pelanggan utama

### **b. Inovasi pesaing**

Inovasi pesaing adalah inovasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produk dan jasanya dengan tujuan untuk memenangkan persaingan di pasar. Indikator inovasi pesaing adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing

Inn2 = mayoritas inovasi berbeda dengan produk pesaing

### c. Inovasi teknologi

Inovasi teknologi adalah inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya dengan menambahkan atau mengganti teknologi terbaru dalam proses produksi dan pemasarannya, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien. Indikator inovasi teknologi adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda

Inn2 = mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama usang

Inn3 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan lompatan kuantum dalam prestasi

Inn4 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry

### Kinerja keuangan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. Kinerja keuangan perusahaan, itemnya terdiri dari : (Bigliardi, 2011) :

Perf1 = Laba atas investasi (ROI) relatif lebih tinggi dibanding pesaing

Perf2 = pertumbuhan penjualan relatif lebih tinggi daripada pesaing

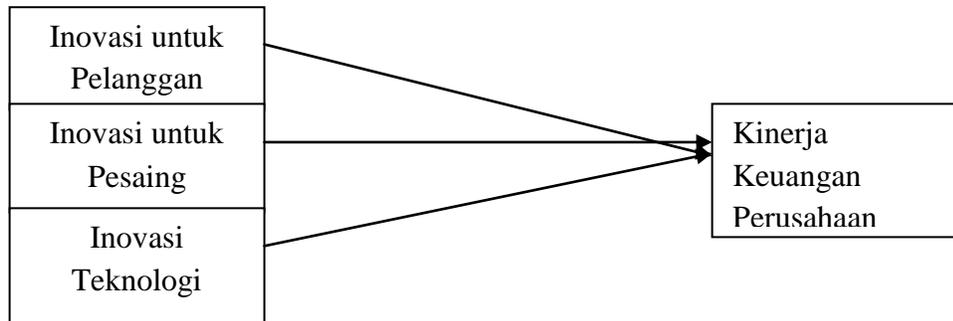
perf3 = total biaya operasional organisasi relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing

Perf4 = pangsa pasar relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing

Perf5 = produktivitas relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

Perf6 = Laba atas aset (ROA) relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## Metode penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta. Dimana populasi penelitian ini adalah semua manajer yang bekerja pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam menentukan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan kuesioner yang diberikan kepada para pemilik/pimpinan dan atau manajer.

Dalam pengumpulan data menggunakan angket dengan skala likert yang terdiri dari 5 pilihan tanggapan mulai dari 1 (sangat tidak baik) sampai 5 (sangat baik) yang berisi 15 butir pertanyaan dari 2 variabel yaitu variabel dependen (kinerja keuangan perusahaan) dan variabel independen (inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi).

Untuk menguji keabsahan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan 30 sampel. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas konstruk dengan teknik *product moment* (Soehardi Sigit, 2003 : 120). Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.05

## Hasil penelitian

### Analisis Diskriptif

Pemilik atau manajer pada UKM bakpia pathok di Yogyakarta mayoritas adalah responden laki-laki dengan umur 25-40 tahun. Para responden tersebut termasuk usia dewasa atau produktif.

Para responden tersebut memberikan penilaian tertinggi terjadi pada item hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dengan rata-rata sebesar 4,28 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada hasil inovasi beda dengan produk pesaing dengan rata-rata sebesar 4,17 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang sangat baik terhadap variabel inovasi pesaing karena berada pada interval 4,21 – 5,00. Hal ini disebabkan karena hasil inovasi perusahaan menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dan produk hasil inovasi berbeda dengan pesaing.

### Analisis kuantitatif

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS17. Hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

#### Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Regresion Coeficient	T <sub>hitung</sub>	Signifikansi	Keterangan	r	r <sup>2</sup>
(Constant)	0.482	1.278	0.213			
X1	0.178	2.156	0.040	Signifikan	0.389	0.152
X2	0.376	2.571	0.016	Signifikan	0.450	0.203
X3	0.378	2.331	0.028	Signifikan	0.416	0.713

Berdasarkan analisis data yang telah di olah, dapat diketahui bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, dengan persamaan garis regresinya adalah :

$$Y = 0,482 + 0,178X_1 + 0,376X_2 + 0,378X_3$$

### Uji t ( parsial)

#### a) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi pelanggan

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi pelanggan ( $X_1$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,156 dan probabilitas sebesar 0,040 yang berarti  $0,040 < 0,05$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel inovasi pelanggan secara signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis pertama terbukti**.

#### b) Pengujian secara parsial pada variabel Inovasi pesaing

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Inovasi pesaing ( $X_2$ ) terdapat nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar 2,571 dan probabilitas sebesar 0,016 yang berarti  $0,016 < 0,05$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa Inovasi pesaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis kedua terbukti**.

#### c) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi teknologi

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi ( $X_3$ ) terdapat nilai untuk  $t_{hitung}$  sebesar 2,331 dan probabilitas sebesar 0,028 yang berarti  $0,028 < 0,05$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa inovasi teknologi berpengaruh nyata terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis ketiga terbukti**

### Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil uji F seperti pada tabel 4.15 diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 35,901 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $SigF_{hitung}$  lebih kecil dari  $0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel

inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta.

### **determinasi parsial**

Korelasi parsial digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), jika variabel independent (X) yang lain dianggap konstan. Sedangkan analisis koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil analisis korelasi parsial dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

### **Uji Determinasi Parsial**

Variabel Bebas	r	$r^2$
Inovasi pelanggan (X1)	0.389	0.152
Inovasi pesaing (X2)	0.450	0.203
Inovasi teknologi (X3)	0.416	0.173

- Besarnya pengaruh variabel inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,152. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pelanggan sebesar 15,2%.
- Besarnya pengaruh variabel inovasi pesaing terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,203. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pesaing sebesar 20,3%.
- Besarnya pengaruh variabel inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,173. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi teknologi sebesar 17,3%.

Dari analisis ketiga variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel inovasi pesaing ( $X_2$ ) sebesar 0,203. Dengan demikian untuk variabel inovasi pesaing ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

## Uji asumsi klasik

Uji Asumsi Klasik ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai  $\rho$  value  $> 0.05$  maka data tersebut berdistribusi normal, jika  $\rho$  value  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel independen pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan analisis matrik korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila korelasi di atas 90% dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila korelasi di bawah 90% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam perhitungan nilai VIF, multikolinearitas dapat dilihat pada batas *tolerance value* 0,01 dan batas VIF adalah 10. Jika *tolerance value* di bawah 0,01 dan nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005).

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari kesalahan atau residual melalui suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengujinya adalah dengan metode grafik yaitu dengan scatterplot dan dasar pengambilan keputusan adalah :

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas

## **Pembahasan**

- **Pengaruh inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan**

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pelanggan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig  $0,040 < 0,05$ . Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pelanggan maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

- **Pengaruh Inovasi pesaing terhadap Kinerja keuangan perusahaan industri kecil bakpia pathok**

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pesaing terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig  $0,016 < 0,05$ . Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pesaing maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

- **Pengaruh Inovasi teknologi terhadap Industri kecil bakpia pathok**

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig  $0,028 < 0,05$ . Ini berarti bahwa semakin baik inovasi teknologi maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

## Penutup

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pelanggan secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pesaing secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi teknologi secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4. Inovasi pesaing merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

## Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi inovasi teknologi industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta.

1. Ditemukannya variabel inovasi pesaing berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta. Langkah yang dilakukan adalah perusahaan meningkatkan indikator yang dinilai rendah oleh yaitu hasil inovasi beda dengan produk pesaing. Untuk pengembangan inovasi baru sebaiknya tidak meniru inovasi yang dilakukan oleh pesaing, sebaiknya ide inovasi dapat membedakan dengan produk pesaing.
2. Variabel inovasi pelanggan teknologi terbukti juga mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta. Sebaiknya segala bentuk inovasi produk, maupun *marketing* hanya ditujukan untuk memberikan manfaat yang sebesar – besarnya untuk pelanggan dan disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Untuk pengembangan inovasi baru sebaiknya tidak meniru inovasi yang dilakukan oleh pesaing, sebaiknya ide inovasi dapat membedakan dengan produk pesaing.

## Daftar pustaka

- Bigliardi Barbara, 2013, The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs, *Innovation: Management, policy & practice (2013) 15(2): 245–256*.
- Bigliardi, B., & Dormio, A. I. (2009). An empirical investigation of innovation determinants in food machinery enterprises. *European Journal of Innovation Management, 12(2), 223–243*.
- Swa, 2005. *Jurus Sakti Bernama Inovasi*, vol.22.
- Vanny, Iwan (2002), *Pilihan Strategi Unggulan Perusahaan Industri Manufaktur Kecil dan Menengah (IMKM) (Studi Kasus : Beberapa Perusahaan IMKM di Jawa Timur), Usahawan, No. 07 TH XXXI Juli*
- Sigit, Soehardi. 2003. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*, Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

