

Pengaruh Inovasi Produk pada Kinerja Keuangan dengan Adopsi Teknologi di Perusahaan XYZ di Indonesia

Mohammad Gifari Sono¹, Urip Sudiana², Saida Said³, Eva Yuniarti Utami⁴, Hartati⁵

¹ Universitas Muhammadiyah Luwuk, mohgifari@gmail.com

² STIE Yasa Anggana Garut, urip.sudiana77@gmail.com

³ Universitas Muhammadiyah Makassar, idasaid.1972@gmail.com

⁴ Universitas Sebelas Maret, eva.yuniarti.utami@staff.uns.ac.id

⁵ Universitas Muhammadiyah Kendari, hartati@umkendari.ac.id

Article Info

Article history:

Received Jan, 2024

Revised Jan, 2024

Accepted Jan, 2024

Kata Kunci:

Adopsi Teknologi, Inovasi Produk, Kinerja Keuangan, Manajemen Inovasi

Keywords:

Financial Performance, Innovation Management, Product Innovation, Technology Adoption

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada dampak inovasi produk terhadap kinerja keuangan. Adopsi teknologi memainkan peran penting dalam mendorong inovasi produk. Pengukuran inovasi produk dilakukan menggunakan skala Likert dengan empat indikator. Pengukuran adopsi teknologi dilakukan menggunakan skala Likert dengan lima indikator. Kinerja keuangan diukur menggunakan rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan aktivitas. Studi ini meneliti dampak inovasi produk terhadap kinerja keuangan. Adopsi teknologi dan inovasi dalam produk dapat meningkatkan kinerja keuangan. Temuan ini memberikan dasar bagi perusahaan untuk fokus pada inovasi dan adopsi teknologi. Implikasi praktis termasuk memperluas inisiatif inovasi dan berinvestasi dalam sumber daya manusia. Studi ini memiliki keterbatasan dalam hal konteks perusahaan tertentu dan aspek yang diteliti.

ABSTRACT

The paper focuses on the impact of product innovation on financial performance. Adoption of technology plays a crucial role in driving product innovation. Measurement of product innovation is done using Likert scale with four indicators. Measurement of technology adoption is done using Likert scale with five indicators. Financial performance is measured using liquidity, solvency, profitability, and activity ratios. The study examines the impact of product innovation on financial performance. Adoption of technology and innovation in products can improve financial performance. The findings provide a basis for companies to focus on innovation and technology adoption. Practical implications include expanding innovation initiatives and investing in human resources. The study has limitations in terms of specific company context and aspects studied.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Mohammad Gifari Sono

Institution: Universitas Muhammadiyah Luwuk

Email: mohgifari@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi saat ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi guna menjaga daya saingnya (Arifqi, 2021; Eskak, 2020). Salah satu bentuk inovasi yang menjadi kunci keberlanjutan bisnis adalah inovasi produk. Inovasi produk tidak hanya berdampak pada keunggulan kompetitif, tetapi juga memiliki korelasi yang signifikan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan (Oktavinus et al., 2020). Dalam konteks ini, adopsi teknologi memegang peran penting sebagai pendorong utama inovasi produk (Judijanto et al., 2023; Widyaningsih, 2023).

Perusahaan XYZ di Indonesia, sebagai subjek penelitian, menjadi sorotan karena tekadnya dalam mengimplementasikan inovasi produk melalui adopsi teknologi (Adji & Taufik, 2022; Hudson, 2011). Inovasi produk diukur tidak hanya dari aspek perubahan produk itu sendiri, tetapi juga dari cara perusahaan mengintegrasikan teknologi dalam seluruh rantai nilai (Julyanthry et al., 2020; Susanty, Sari, 2013). Artikel ini akan mengeksplorasi dengan lebih mendalam tentang bagaimana inovasi produk di Perusahaan XYZ berdampak pada kinerja keuangan mereka, dengan fokus khusus pada kontribusi adopsi teknologi dalam mewujudkan inovasi tersebut (Freije et al., 2022).

Penting untuk mencermati peran strategis inovasi produk sebagai katalisator pertumbuhan, tidak hanya dalam konteks pengembangan produk baru, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada pelanggan (Rita et al., 2021; Umar et al., 2023). Begitu pula, adopsi teknologi, mulai dari sistem manajemen yang canggih hingga implementasi kecerdasan buatan, dapat memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan mengambil keputusan yang lebih tepat waktu (Ricky Sanjaya et al., 2023; Wirajovi Aulia et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak adopsi teknologi dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan mengambil pendekatan holistik, artikel ini berusaha untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana perubahan produk yang dihasilkan dari adopsi teknologi di Perusahaan XYZ dapat menciptakan keuntungan finansial yang signifikan. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam proses adopsi teknologi untuk mendorong inovasi produk, serta dampaknya terhadap penguatan posisi perusahaan di pasar lokal dan global.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 *Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan Bisnis*

Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan suatu bisnis (Witjaksono & Amir, 2022). Ketika sebuah perusahaan mampu mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada, hal ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar (Hai et al., 2022). Produk inovatif cenderung menarik perhatian konsumen, menciptakan keunggulan kompetitif, dan membuka peluang pasar baru (Andaningsih et al., 2022; Hidayat et al., 2022; Siladjaja et al., 2023). Melalui inovasi produk, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang dapat mencerminkan dalam peningkatan pendapatan dan laba bersih (Stoneman et al., 2018). Selain itu, produk inovatif juga dapat memperkuat citra merek perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas pangsa pasar, yang semuanya dapat berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan bisnis (Agustia et al., 2022).

Beberapa penelitian telah menyoroti hubungan antara inovasi produk dan kinerja perusahaan (Hai et al., 2022). Dampak inovasi produk terhadap kinerja perusahaan ditemukan positif dan signifikan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, meskipun dapat bervariasi antar industri (Agustia et al., 2022). *Output* inovasi, termasuk pengembangan produk baru, dikaitkan dengan peningkatan kinerja keuangan, seperti peningkatan penjualan, peningkatan margin keuntungan, dan peningkatan nilai perusahaan (Stoneman et al., 2018). Meskipun beberapa penelitian telah mengkonfirmasi

hubungan positif antara inovasi dan kinerja perusahaan, peran pembatasan keuangan dalam hubungan ini juga telah ditekankan, menuntut penyelidikan lebih lanjut. Penelitian-penelitian terdahulu secara kolektif menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memiliki dampak positif pada kinerja keuangan organisasi, tetapi pengaruh pembatasan keuangan pada hubungan ini memerlukan studi tambahan (Hai et al., 2022).

Dari paparan di atas, dapat dibangun sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan XYZ

2.2 Adopsi Teknologi dan Kinerja Keuangan Bisnis

Adopsi teknologi dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan bisnis. Dengan mengadopsi teknologi, bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas karyawan (Kaddumi et al., 2023). Penggunaan perangkat lunak otomatisasi, analisis data, dan sistem manajemen keuangan yang canggih dapat mengoptimalkan proses bisnis, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan efektivitas dalam pengambilan keputusan (Dadoukis et al., 2021). Hal ini berpotensi mengurangi biaya operasional dan meningkatkan margin keuntungan, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif pada kinerja keuangan (Alkhalid et al., 2023).

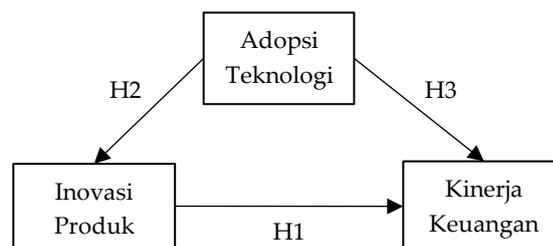
Kedua, adopsi teknologi juga dapat membuka peluang baru untuk pengembangan produk dan layanan, serta memperluas pangsa pasar (Dadoukis et al., 2021; Kaddumi et al., 2023). Inovasi teknologi memungkinkan bisnis untuk menyajikan produk atau layanan baru, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan merespons lebih cepat terhadap perubahan pasar (Alkhalid et al., 2023). Dengan berinvestasi dalam teknologi yang relevan dengan industri mereka, perusahaan dapat memperkuat daya saing mereka dan mencapai pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan (Neves et al., 2023). Oleh karena itu, adopsi teknologi tidak hanya memberikan dampak positif secara langsung pada efisiensi operasional, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membentuk pertumbuhan dan keberlanjutan finansial bisnis (Kang & Sohn, 2023).

Dari paparan di atas, dapat dibangun sebuah hipotesis sebagai berikut:

H2: Adopsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk di perusahaan XYZ

H3: Adopsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan XYZ

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Konseptual dan Hipotesis

Sumber: Tinjauan Literatur, 2024

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kuantitatif untuk menginvestigasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan melalui adopsi teknologi di Perusahaan XYZ di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik dalam jumlah besar, yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dan tolak ukur berbasis data (Indra et al., 2023; Rejeki & Yuningsih, 2021). Pendekatan ini juga digunakan oleh beberapa peneliti sebelumnya di bidang ini seperti (Bongso et al., 2020; Junarsin et al., 2023).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang diminati mencakup semua karyawan dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses inovasi, adopsi teknologi, dan kinerja keuangan di Perusahaan XYZ. Teknik pengambilan sampel acak berstrata akan digunakan untuk memilih sampel yang representatif dari berbagai departemen dan tingkatan dalam organisasi. Sampel ditargetkan berjumlah 130 orang yang terdiri dari berbagai departemen dalam perusahaan. Jumlah sampel ini sesuai dengan saran Hair et al. (2019) terkait dengan jumlah sampel minimum untuk penelitian dengan SEM PLS.

3.3 Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dirancang untuk mengukur variabel yang berkaitan dengan inovasi produk, adopsi teknologi, dan kinerja keuangan. Kuesioner akan disebar secara elektronik kepada peserta yang dipilih, memastikan anonimitas dan mendorong respons jujur. Selain itu, data sekunder terkait kinerja keuangan akan diperoleh dari laporan keuangan dan basis data perusahaan.

3.4 Pengukuran dan Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yakni inovasi produk, adopsi teknologi, dan kinerja keuangan. Inovasi produk mengukur persepsi peserta terhadap tingkat inovasi produk dalam perusahaan. Pengukuran variabel ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan empat indikator yakni keunikan produk, kinerja operasional, keunggulan bersaing, dan strategi pemasaran (Asghar et al., 2023; Gaol et al., 2021). Adopsi teknologi mengukur sejauh mana perusahaan mengadopsi solusi teknologi dalam operasional bisnisnya serta dalam pengembangan produknya. Variabel ini diukur dengan skala likert dengan lima indikator yakni sistem administrasi, *ATP flow control machining project, front end* inovasi, inovasi produk dan kinerja pemasaran, dan pengembangan berkelanjutan serta emisi karbon (Blichfeldt & Faullant, 2021). Sementara variabel kinerja keuangan diukur dengan beberapa indikator yakni rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas (Abbas et al., 2024; Hai et al., 2022).

3.5 Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan teknik SEM PLS melalui beberapa tahapan analisis yakni analisis validitas dan reliabilitas, analisis nilai VIF, analisis kesesuaian model, analisis koefisien determinasi, dan diakhiri dengan analisis hipotesis dengan fitur *bootstrapping*. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan salah satu aplikasi populer yakni Smart PLS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

1. Demografi Responden
2. Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Nilai VIF

Tabel 1. *Measurement Model Test*

Variabel	Indikator	Code	Loading Factor	Outer VIF
Inovasi Produk	Cronbach's Alpha = 0.911, Composite Reliability = 0.938, AVE = 0.79.	IP		
	1. <i>Product Uniqueness</i>	IP.1	0.858	2.401
	2. <i>Operational Performance</i>	IP.2	0.927	3.941
	3. <i>Competitive Advantage</i>	IP.3	0.912	3.482
	4. <i>Marketing Strategy</i>	IP.4	0.857	2.365
Kinerja Keuangan	Cronbach's Alpha = 0.903, Composite Reliability = 0.932, AVE = 0.775.	KK		
	1. <i>Liquidity Ratio</i>	KK.1	0.865	2.33
	2. <i>Solvency Ratio</i>	KK.2	0.906	3.209

	3. <i>Profitability Ratio</i>	KK.3	0.906	3.318
	4. <i>Activity Ratio</i>	KK.4	0.843	2.294
Adopsi Teknologi	Cronbach's Alpha = 0.904, Composite Reliability = 0.929, AVE = 0.722.	AT		
	1. <i>Administrative Systems</i>	AT.1	0.876	2.698
	2. <i>ATP Flow Control Machining Project</i>	AT.2	0.872	2.894
	3. <i>Front End of Innovation</i>	AT.3	0.845	2.479
	4. <i>Product Innovation and Marketing Performance</i>	AT.4	0.835	2.304
	5. <i>Sustainable Development and CO2 Emission</i>	AT.5	0.820	2.171

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Berdasarkan pada hasil analisis sebagaimana Tabel 1, dalam penelitian ini, konstruk Inovasi Produk (IP) berhasil diukur dengan tingkat reliabilitas yang tinggi, terindikasi oleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.911, *Composite Reliability* sebesar 0.938, dan AVE sebesar 0.79. Indikator seperti *Product Uniqueness*, *Operational Performance*, *Competitive Advantage*, dan *Marketing Strategy* memberikan kontribusi signifikan dengan tingkat loading factor yang tinggi, mencerminkan keandalan dan validitas yang kuat. Sementara itu, variabel Kinerja Keuangan (KK) juga dapat diukur secara andal dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.903, *Composite Reliability* sebesar 0.932, dan AVE sebesar 0.775. Indikator-indikator seperti *Liquidity Ratio*, *Solvency Ratio*, *Profitability Ratio*, dan *Activity Ratio* menunjukkan tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi. Variabel Adopsi Teknologi (AT) dalam penelitian ini juga berhasil diukur dengan tingkat reliabilitas yang memuaskan. Terindikasi oleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.904, *Composite Reliability* sebesar 0.929, dan AVE sebesar 0.722, variabel AT menggambarkan konstruksya dengan baik. Indikator-indikator seperti *Administrative Systems*, *ATP Flow Control Machining Project*, *Front End of Innovation*, *Product Innovation and Marketing Performance*, dan *Sustainable Development and CO2 Emission* menunjukkan tingkat reliabilitas dan validitas yang memadai. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa variabel Adopsi Teknologi dapat diukur secara konsisten dan dapat diandalkan melalui indikator-indikator tersebut, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tingkat adopsi teknologi dalam konteks penelitian ini.

Tabel 2. Internal VIF

Variable	VIF Values
Adopsi Teknologi → Inovasi Produk	1
Adopsi Teknologi → Kinerja Keuangan	2.139
Inovasi Produk → Kinerja Keuangan	2.139

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

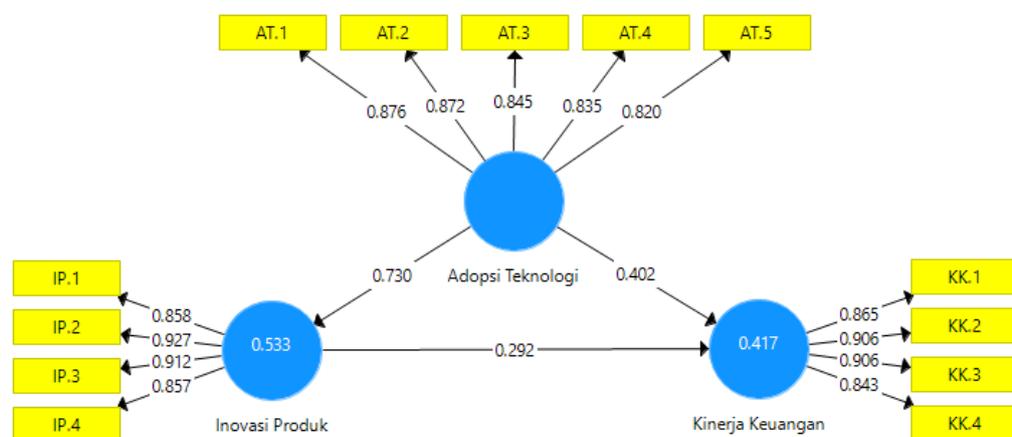
Tabel 2 menyajikan hasil perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk menganalisis tingkat multikolinearitas antara variabel Adopsi Teknologi, Inovasi Produk, dan Kinerja Keuangan. VIF digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabilitas suatu variabel dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam model regresi. Hasil menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan antara Adopsi Teknologi dan Inovasi Produk, dengan VIF sebesar 1. Kedua variabel ini juga tidak menunjukkan hubungan multikolinear yang mencolok dengan Kinerja Keuangan, dengan VIF sekitar 2.139 untuk kedua pasangan variabel tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi kuat dari multikolinearitas antara variabel-variabel tersebut, sehingga hasil analisis regresi yang melibatkan Adopsi Teknologi, Inovasi Produk, dan Kinerja Keuangan dapat diandalkan.

Tabel 3. *Discriminant Validity*

Variable	AT	IP	KK
AT	0.85		
IP	0.73	0.889	
KK	0.614	0.585	0.881

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Tabel 3 menggambarkan validitas diskriminan antara variabel Adopsi Teknologi (AT), Inovasi Produk (IP), dan Kinerja Keuangan (KK) dengan memperlihatkan nilai koefisien korelasi antar variabel. Hasil ini mencerminkan sejauh mana setiap variabel dapat dibedakan dari variabel lainnya. Nilai diagonal tabel menunjukkan validitas konstruk internal masing-masing variabel, sementara nilai di luar diagonal merepresentasikan korelasi antar variabel. Dalam hal ini, nilai korelasi di diagonal adalah tinggi, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki validitas diskriminan yang baik. Di luar diagonal, nilai korelasi antara variabel menunjukkan tingkat keterkaitan antar mereka, dan hasil menunjukkan bahwa korelasi antara Adopsi Teknologi dan Inovasi Produk (0.73) serta antara Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan (0.585) cukup tinggi. Meskipun demikian, nilai ini tidak mencapai 1, yang menunjukkan adanya cukup validitas diskriminan antara variabel. Dengan demikian, dapat dianggap bahwa konstruk Adopsi Teknologi, Inovasi Produk, dan Kinerja Keuangan memiliki validitas diskriminan yang memadai dalam konteks analisis yang dilakukan.



Gambar 2. Model Internal Assessment

3. Analisis Model Fit

Tabel 4. Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.057	0.057
d_ ULS	0.299	0.299
d_ G	0.187	0.187
Chi-Square	142.885	142.885
NFI	0.892	0.892

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Tabel 4 menyajikan hasil evaluasi kecocokan model untuk model jenuh (*Saturated Model*) dan model yang diestimasi (*Estimated Model*). Parameter evaluasi model termasuk *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), *Unweighted Least Squares* (ULS) discrepancy (*d_ ULS*), *Generalized Least Squares* (GLS) discrepancy (*d_ G*), *Chi-Square*, dan *Normed Fit Index* (NFI). Kesamaan nilai SRMR antara model jenuh dan model

yang diestimasi pada 0.057 menunjukkan bahwa model yang diestimasi memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Nilai d_{ULS} dan d_G yang identik pada 0.299 menunjukkan bahwa kedua model memiliki ketidaksesuaian yang serupa. *Chi-Square* yang sama pada 142.885 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kedua model dalam hal kesesuaian. NFI yang identik pada 0.892 menunjukkan bahwa model yang diestimasi memberikan penjelasan yang baik terhadap data, mendekati model jenuh. Oleh karena itu, berdasarkan evaluasi model fit ini, dapat disimpulkan bahwa model yang diestimasi memiliki kecocokan yang baik dengan data, sesuai dengan nilai yang ditemukan pada model jenuh.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 5. *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Inovasi Produk	0.533	0.529
Kinerja Keuangan	0.417	0.408

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Tabel 5 menampilkan nilai *R Square* dan *R Square Adjusted* untuk variabel Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan. *R Square* merupakan proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Nilai *R Square Adjusted* memodifikasi *R Square* dengan memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model dan memberikan perkiraan yang lebih konservatif terhadap kecocokan model. Untuk variabel Inovasi Produk, nilai *R Square* sebesar 0.533 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan sekitar 53.3% variabilitas dalam Inovasi Produk. Nilai *R Square Adjusted* yang hampir serupa pada 0.529 memberikan penyesuaian untuk kompleksitas model. Untuk variabel Kinerja Keuangan, nilai *R Square* sebesar 0.417 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 41.7% variabilitas dalam Kinerja Keuangan. Nilai *R Square Adjusted* yang sedikit lebih rendah pada 0.408 memberikan penyesuaian untuk kompleksitas model dan memberikan perkiraan yang lebih konservatif. Keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model regresi memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi dalam Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan, meskipun sejumlah variabilitas tetap tidak dijelaskan oleh model.

5. Pengujian Hipotesis

Tabel 6. *Bootstrapping Test*

Hypothesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-statistic	p-Values
Adopsi Teknologi -> Inovasi Produk	0.73	0.73	0.049	14.888	0
Adopsi Teknologi -> Kinerja Keuangan	0.402	0.404	0.106	3.78	0
Inovasi Produk -> Kinerja Keuangan	0.292	0.3	0.106	2.765	0.006

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Tabel 6 menyajikan hasil uji *bootstrapping* untuk menguji hipotesis-hipotesis tertentu dalam model. *Bootstrapping* adalah metode statistik yang digunakan untuk menghasilkan sejumlah besar sampel acak dari data, memungkinkan perhitungan interval kepercayaan dan uji signifikansi yang lebih kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis Adopsi Teknologi -> Inovasi Produk memiliki nilai T-statistik sebesar 14.888, dengan p-Values mendekati nol, mengindikasikan bahwa hubungan antara Adopsi

Teknologi dan Inovasi Produk secara signifikan positif. Hipotesis Adopsi Teknologi -> Kinerja Keuangan juga menunjukkan signifikansi, dengan T-statistik sebesar 3.78 dan p-Values mendekati nol. Namun, hipotesis Inovasi Produk -> Kinerja Keuangan menunjukkan T-statistik sebesar 2.765 dengan p-Values sebesar 0.006, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan, tetapi dengan tingkat signifikansi yang lebih rendah. Hasil uji *bootstrapping* ini mendukung hubungan yang signifikan antara Adopsi Teknologi dan Inovasi Produk, serta Adopsi Teknologi dan Kinerja Keuangan, sementara hubungan antara Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan juga signifikan, namun dengan tingkat signifikansi yang lebih rendah.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan XYZ

Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan perusahaan XYZ dapat menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan (Abdul Kohar & Moh. Tatang, 2023; Al Qusaeri et al., 2023; Prajogo & Tahang, 2023). Inovasi produk dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif dengan menciptakan produk atau layanan yang lebih unggul atau memiliki fitur inovatif dibandingkan pesaing (Lestari et al., 2020; Putri & Sari, 2022). Jika perusahaan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dengan produk-produk inovatifnya, hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Dengan demikian pendapatan perusahaan XYZ dapat mengalami peningkatan yang signifikan.

Selain itu, inovasi produk juga dapat mempengaruhi efisiensi operasional perusahaan XYZ (Auliani, 2023; Dwi Krisdianto & Gunawan, 2023). Produk inovatif yang dirancang dengan teknologi terbaru atau proses produksi yang lebih efisien dapat membantu perusahaan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan (Dewa Putu Yohanes Agata L. Sandopart et al., 2023; Istiqomah et al., 2023; Maknun et al., 2023). Pengurangan biaya ini dapat tercermin dalam laporan keuangan perusahaan, meningkatkan profitabilitas dan daya saing (Aznedra & Putra, 2020). Oleh karena itu, inovasi produk tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan, tetapi juga dapat memberikan dampak positif pada struktur biaya perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan.

Namun, perusahaan XYZ perlu memperhatikan investasi awal yang diperlukan untuk penelitian dan pengembangan inovasi produk (Khuluq, 2024; Islami & Purwaningsih, 2022). Meskipun inovasi dapat memberikan manfaat jangka panjang, tetapi biaya awal untuk pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang ada mungkin tinggi (Irawan, 2020). Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus memastikan bahwa strategi inovasi produk sesuai dengan visi dan tujuan perusahaan, serta dapat memberikan hasil investasi yang diharapkan dalam jangka waktu yang wajar. Keseluruhan, inovasi produk dapat menjadi pendorong utama kinerja keuangan perusahaan XYZ jika dikelola dengan bijak dan terintegrasi secara efektif dalam strategi bisnis perusahaan.

2. Pengaruh Adopsi Teknologi terhadap Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan Perusahaan XYZ

Adopsi teknologi dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja keuangan perusahaan XYZ. Dengan mengadopsi teknologi terkini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi proses produksi, mempercepat pengembangan produk, dan menciptakan solusi yang lebih canggih. Adopsi teknologi yang tepat dapat merangsang inovasi produk dengan memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih modern, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan XYZ dapat lebih

responsif terhadap perubahan pasar dan lebih mampu bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Dampak adopsi teknologi juga dapat terlihat pada kinerja keuangan perusahaan XYZ. Peningkatan efisiensi operasional yang dihasilkan dari teknologi baru dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, produk inovatif yang dihasilkan dari adopsi teknologi dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pendapatan perusahaan. Secara keseluruhan, adopsi teknologi dapat memberikan daya dorong positif pada kinerja keuangan perusahaan XYZ dengan meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Namun, perusahaan XYZ perlu memperhitungkan tantangan yang mungkin timbul selama proses adopsi teknologi, seperti biaya implementasi, pelatihan karyawan, dan integrasi sistem. Manajemen perusahaan harus merencanakan dengan bijak untuk memastikan bahwa adopsi teknologi tidak hanya menghasilkan inovasi produk yang bermakna, tetapi juga memberikan nilai tambah secara finansial. Oleh karena itu, keberhasilan adopsi teknologi tidak hanya diukur dari segi inovasi produk, tetapi juga dari dampak positifnya terhadap kinerja keuangan secara keseluruhan.

4.3 Implikasi Penelitian

1. Perusahaan XYZ dapat menggunakan hasil ini sebagai dasar untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih berorientasi pada inovasi produk dan penerapan teknologi. Ini dapat mencakup alokasi sumber daya yang lebih besar untuk penelitian dan pengembangan serta investasi dalam teknologi terkini.
2. Keterlibatan karyawan dalam inovasi dan penggunaan teknologi dapat menjadi kunci keberhasilan. Oleh karena itu, perusahaan dapat mempertimbangkan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia untuk memastikan karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan.
3. Kesuksesan inovasi produk dan adopsi teknologi dapat memberikan dampak positif pada citra perusahaan di mata konsumen dan pemangku kepentingan. Perusahaan dapat menggunakan hasil ini untuk memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan daya tariknya.
4. Implikasi ini dapat memberikan dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang menekankan inovasi produk dan kecanggihan teknologi yang mereka adopsi. Ini dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

4.4 Limitasi

Limitasi dari penelitian ini melibatkan konteks dan generalisasi temuan. Pertama, penelitian ini difokuskan pada Perusahaan XYZ di Indonesia, sehingga temuan yang ditemukan mungkin tidak dapat sepenuhnya diterapkan pada konteks industri atau geografis yang berbeda. Keterbatasan ini membatasi generalisasi temuan secara luas ke dalam konteks bisnis yang lebih umum. Selain itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh inovasi produk pada kinerja keuangan dengan adopsi teknologi, sementara faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kinerja keuangan dapat diabaikan. Oleh karena itu, perlu diingat bahwa temuan yang positif hanya mencerminkan hubungan spesifik antara inovasi produk, adopsi teknologi, dan kinerja keuangan dalam kerangka waktu dan kondisi tertentu. Implikasi dari penelitian ini perlu dinilai dengan cermat dan diintegrasikan dengan faktor-faktor kontekstual lainnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika bisnis dan keuangan perusahaan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan mengungkapkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara inovasi produk, adopsi teknologi, dan kinerja keuangan pada

Perusahaan XYZ di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan produk inovatif dan penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini memberikan dasar bagi manajemen perusahaan untuk mengarahkan strategi mereka menuju peningkatan inovasi dan adopsi teknologi sebagai bagian integral dari upaya meningkatkan kinerja keuangan. Implikasi praktisnya mencakup perluasan inisiatif inovasi, investasi dalam pengembangan SDM, dan penguatan citra perusahaan melalui pemasaran berbasis inovasi. Meskipun demikian, perlu diakui bahwa penelitian ini memiliki batasan terkait dengan konteks spesifik perusahaan dan aspek-aspek tertentu yang diteliti. Oleh karena itu, generalisasi temuan perlu diterapkan dengan hati-hati ke konteks bisnis yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J., Balsalobre-Lorente, D., Amjid, M. A., Al-Sulaiti, K., Al-Sulaiti, I., & Aldereai, O. (2024). Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition and firm performance. *Innovation and Green Development*, 3(1), 100111. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100111>
- Abdul Kohar, & Moh. Tatang. (2023). Pengaruh Pendanaan Eksternal dan Inovasi Produk terhadap Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, Vol. 1(No. 2), hal. 208.
- Adji, H., & Taufik, T. (2022). *Analysis of the Adoption and Commercialization of XYZ App Using TRL, CRL, TRI2 and TAM2*.
- Agustia, D., Haryanto, S. D., Permatasari, Y., & Mudiantari, P. N. (2022). Product innovation, firm performance and moderating role of technology capabilities. *Asian Journal of Accounting Research*, 7(3), 252–265. <https://doi.org/10.1108/AJAR-12-2021-0266>
- Al Qusaeri, M. A., Sunarni, Khasanah, M., Khasbulloh, M. W., & Mesra, R. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Inovasi Pada Perusahaan Teknologi: Studi Deskriptif Pada Startup XYZ Di Kota Bandung. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 114–123. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.220>
- Alkhalwaldeh, B. Y., Alhawamdeh, H., Al-Afeef, M. A. M., Al-Smadi, A. W., Almarshad, M., Fraihat, B. A. M., Soumadi, M. M., Nawasra, M., & Alaa, A. A. (2023). The effect of financial technology on financial performance in Jordanian SMEs: The role of financial satisfaction. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), 1019–1030. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.4.020>
- Andaningsih, I. G. P. R., Trinandari, T., Novita, N., & Kurnia, K. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Keuangan Menggunakan Aplikasi Catatan Keuangan di Pasar Kranggan Wilayah Kecamatan Jati Sampurna Kota Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 143–155.
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Asghar, N., Khattak, A., Danish, M. H., Bokhari, I. H., & Waris, M. (2023). Managerial skills, technology adaptation and firm performance: Mediating role of process innovation and product innovation. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2281485. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2281485>
- Auliani, L. N. (2023). Implementasi Enterprise Resource Planning Odoo dalam Optimalisasi Proses Bisnis PT XYZ. *Qualitative Research of Business and Social Sciences*, 1(1), 50–61.
- Aznedra, A., & Putra, R. E. (2020). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Menggunakan Analisis Rasio Profitabilitas Pada Pt Putra Kundur Transportasi Batam. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 14(1), 55. <https://doi.org/10.33373/mja.v14i1.2438>
- Blichfeldt, H., & Faullant, R. (2021). Performance effects of digital technology adoption and product & service innovation – A process-industry perspective. *Technovation*, 105, 102275. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102275>
- Bongso, G., Hamidah, & Wibowo. (2020). Organizational Forgetting in Enhancing Innovation Performance Through Knowledge Management: Study of Manufacture Companies in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(5), 1–18.
- Dadoukis, A., Fiaschetti, M., & Fusi, G. (2021). IT adoption and bank performance during the Covid-19 pandemic. *Economics Letters*, 204, 109904. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109904>
- Dewa Putu Yohanes Agata L. Sandopart, Permana, D. S., Pramesti, N. S., Ajitama, S. P., Mulianingsih, A. T., Septia, D. N., Firmansyah, M. A., & Juman, M. F. (2023). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Pada Kegiatan Perusahaan Manufaktur Dengan Teknologi Artificial Intelligence. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*,

- 3(1), 25–37. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.644>
- Dwi Krisdianto, F., & Gunawan, S. (2023). Analisis Strategi Bisnis Percetakan Di Era Digitalisasi Pada Segmen Produk Label Dan Kemasan Studi Pada Perusahaan Pt. Xyz. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1327–1344. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49846>
- Eskak, E. (2020). Study of The Information and Communication Technology (ICT) Utilization to Improve The Competitiveness of Creative Crafts And Batik Industries in The 4.0 Industry Era. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1–13.
- Freije, I., de la Calle, A., & Ugarte, J. V. (2022). Role of supply chain integration in the product innovation capability of servitized manufacturing companies. *Technovation*, 118, 102216. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102216>
- Gaol, F. L., Abdillah, L., & Matsuo, T. (2021). Adoption of Business Intelligence to Support Cost Accounting Based Financial Systems – Case Study of XYZ Company. 11(1), 14–28. <https://doi.org/doi:10.1515/eng-2021-0002>
- Hai, B., Yin, X., Xiong, J., & Chen, J. (2022). Could more innovation output bring better financial performance? The role of financial constraints. *Financial Innovation*, 8(1), 6. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00309-2>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hidayat, M., Salam, R., Hidayat, Y. S., Sutira, A., & Nugrahanti, T. P. (2022). Sustainable Digital Marketing Strategy in the Perspective of Sustainable Development Goals. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 100–106.
- Hudson, H. A. (2011). *A case study of user adoption of enterprise technology at XYZ Media Company*.
- Indra, R., Hidayat, Z., & Tukina. (2023). Characteristics of Innovation as Determinants of Voluntary Adoption of Mobile Money in Indonesia. *Proceedings of the 3rd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science 2021 (BIS-HSS 2021)*, 448–456. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7_75
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2 SE-Articles), 103–116. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i2.82>
- Istiqomah, P. S., Vidya Nandita, W., & Sayekti, N. P. (2023). Pengaruh Implementasi Konsep Just-in-Time terhadap Efisiensi Operasional dan Pengendalian Biaya di Perusahaan Manufaktur (Studi Kasus PT Waskita Karya Tbk). *Pengaruh Implementasi Konsep Just-In-Time (Putri Silvia Istiqomah, Dkk) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 221(6), 221–230.
- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6 SE-Articles), 12500–12507. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.23244>
- Julyanthry, Sinaga, V., Asmeati, Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A., All, E., Pandarangga, A., & Purba. (2020). Manajemen Produksi dan Operasi. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Junarsin, E., Hanafi, M. M., Iman, N., Arief, U., Naufa, A. M., Mahastanti, L., & Kristanto, J. (2023). Can technological innovation spur economic development? The case of Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 25–52. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2020-0169>
- Kaddumi, T. A., Baker, H., Nassar, M. D., & A-Kilani, Q. (2023). Does Financial Technology Adoption Influence Bank's Financial Performance: The Case of Jordan. In *Journal of Risk and Financial Management* (Vol. 16, Issue 9). <https://doi.org/10.3390/jrfm16090413>
- Kang, D., & Sohn, S. Y. (2023). CTM and QFD analysis: Framework for fintech adoption priority in commercial banks. *PloS One*, 18(11), e0287826. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287826>
- Khuluq, M. K. (2024). Analisis Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan dengan Pendekatan Matriks SWOT dan Matriks Space Pada PT. XYZ. 2(1).
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 38–48.
- Maknun, M., Pramukti, A., & Pelu, M. F. A. R. (2023). Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi (Studi Kasus CV GRV Interior). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 465–478.
- Neves, C., Oliveira, T., Santini, F., & Gutman, L. (2023). Adoption and use of digital financial services: A meta analysis of barriers and facilitators. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100201. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100201>
- Oktavinus, O., Zaid, S., & Yusuf, H. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut Di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(2), 211–227. <https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.153>

- Prajogo, B., & Tahang, M. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, dan Inovasi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Judicious*, 4(1), 83–91. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1.1248>
- Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2022). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi. *Among Makarti*, 15(2), 233–247. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.323>
- Rejeki, P. W. A., & Yuningsih, Y. (2021). Comparative Analysis of Public Officials' Innovation Capacity Between Central and Regional Agencies in Indonesia. *Proceedings of the 2nd International Conference on Administration Science 2020 (ICAS 2020)*, 564(Icas 2020), 240–245. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210629.046>
- Ricky Sanjaya, Salman Afdhal, & Satrio Bimo Syahputro. (2023). Analisis Customer Relationship Management Pada Ouca Ice Cream & Space Batu 8 di Tanjungpinang. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(06 SE-Artikel), 1204–1214.
- Rita, M. R., Nugrahanti, Y. W., & Kristanto, A. B. (2021). Strategi Penguatan Kinerja Umkm. In *Researchgate.Net* (Issue November).
- Salsa Bila Dian Islami, & Ratna Purwaningsih. (2022). Pengukuran Rantai Pasok Krimmer Fiber Pemasok aPada Pt Xyz Menggunakan Pendekatan Kuantitatif Greenscor. *Industrial Enginerering Online Journal*, 4, 11–14.
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100.
- Stoneman, P., Bartoloni, E., & Baussola, M. (2018). Product Innovation and Firm Performance. In P. Stoneman, E. Bartoloni, & M. Baussola (Eds.), *The Microeconomics of Product Innovation* (p. 0). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198816676.003.0010>
- Susanty, Sari, R. (2013). Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok Hijau. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Umar, Z. A., Kango, U., & Juanna, A. (2023). Technopreneuership (Tinjauan dan Prespektif IKM/UMKM). In *Penerbit Tahta Media*.
- Widyaningsih, I. U. (2023). Penerapan Teknologi Finansial Sebagai Inovasi Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan UMKM. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 3(3 SE-Articles), 437–446. <https://doi.org/10.53067/ijebef.v3i3.116>
- Wirajovi Aulia, B., Rizki, M., & Prindiyana, P. (2023). Peran Krusial Jaringan Komputer dan Basis Data dalam Era Digital. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 9–20. <https://doi.org/10.33197/justinfo.vol1.iss1.2023.1253>
- Witjaksono, H., & Amir, M. T. (2022). Hubungan Antara Strategi Inovasi terhadap Kinerja Keuangan di Perusahaan Manufaktur (Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis pada Penelitian Inovasi dan Kinerja Perusahaan). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 224–237.