

Hubungan Antara Strategi Inovasi terhadap Kinerja Keuangan di Perusahaan Manufaktur (Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis Pada Penelitian Inovasi dan Kinerja Perusahaan)

Hendro Witjaksono, Muhammad Taufiq Amir

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie

*Correspondence email: hwitjaksono@gmail.com, taufiq.amir@bakrie.ac.id

Abstrak. Menghadapi dinamika pangsa pasar global, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif dan didukung dengan faktor penting yaitu memanfaatkan teknologi dan melakukan strategi inovasi untuk dapat menciptakan atau mempertahankan daya saingnya, terutama bagi perusahaan manufaktur. Hal ini juga didorong dengan performa kinerja perusahaan yang dapat diukur, seperti kinerja keuangan dalam beberapa indikator, pertumbuhan penjualan, dan pengukuran keuntungan asset, dan pengembalian penjualan. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan tinjauan literatur sistematis pada beberapa jurnal penelitian strategi inovasi dan kinerja perusahaan, dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis. Adapun pencarian jurnal-jurnal tersebut dilakukan melalui *electronic database* pada beberapa situs seperti Mendeley, Elsevier/Scimedirect, Research Gate, Semantic Scholar dan Wiley. Artikel dicari menggunakan Booleen Technique dengan kata kunci yang digunakan adalah Innovation and Performance. Metode yang dominan muncul oleh para peneliti untuk meneliti hubungan antara strategi inovasi dan kinerja perusahaan adalah Analisis Regresi dan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses dan inovasi produk mempunyai pengaruh langsung pada kinerja perusahaan. Inovasi proses dan inovasi produk merupakan inovasi yang dianggap paling tepat dan mempunyai hubungan paling kuat terhadap kinerja keuangan di perusahaan manufaktur.

Kata kunci: Kinerja Keuangan; Perusahaan Manufaktur; Strategi Inovasi; Teknologi

Abstract. Facing the dynamics of global market share, companies are required to have a competitive advantage and be supported by important factors, namely utilizing technology and implementing innovation strategies to be able to create or maintain competitiveness, especially for manufacturing companies. This is also driven by measurable company performance, such as financial performance in several indicators, sales growth, and asset profit measurement, and sales returns. This research will be conducted using a systematic literature review on several research journals on innovation strategy and company performance, using a systematic literature review method. The search for these journals was carried out through electronic databases on several sites such as Mendeley, Elsevier/Scimedirect, Research Gate, Semantic Scholar and Wiley. The articles are searched using Booleen Technique with the keywords used are Innovation and Performance. The dominant methods emerging by researchers to examine the relationship between innovation strategy and firm performance are Regression Analysis and Structural Equation Modeling (SEM). The results of this study indicate that process innovation and product innovation have a direct influence on company performance. Process innovation and product innovation are those that are considered the most appropriate and have the strongest relationship to financial performance in manufacturing companies.

Keywords: Financial Performance; Manufacturing Company; Innovation Strategy; Technology

Pendahuluan

Keberlangsungan hidup sebuah perusahaan bersandar terhadap seberapa tanggap dan cepat organisasi atau usaha bisnis menghadapi perubahan yang terus menerus yang terjadi. Inovasi dan teknologi diketahui sebagai faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan menimbulkan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi kedinamisan pasar. Beberapa berpendapat bahwa karena tingginya tingkat persaingan dan daur hidup produk yang lebih pendek, kemampuan sebuah perusahaan menghasilkan inovasi mungkin lebih penting daripada yang ada sebelumnya dimana hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif, Artz et al, (2010) dengan menjalankan inovasi, perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan dapat mempertahankan daya saingnya. Bagi sebuah perusahaan manufaktur, persaingan adalah suatu hal yang tidak boleh diabaikan atau dianggap remeh. Menurut Cottam et al, (2001) inovasi menggambarkan salah satu pilihan bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup di lingkungan yang penuh goncangan dan dinamis. Menurut Stock et al, (2013) saat ini, inovasi tidak dapat dihindari untuk perusahaan yang ingin mengembangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dan atau untuk usaha saat memasuki ke pasar baru.

Menjalankan inovasi, organisasi memberikan perhatian terhadap perubahan pasar yang selalu bergerak dan untuk membuat nilai tambah atau menjaga daya saingnya. Produk yang sudah dihasilkan peka terhadap perubahan selera dan pelanggan, teknologi baru, siklus produk yang lebih cepat, dan peningkatan persaingan internasional. Teori tentang hubungan antara strategi inovasi dan kinerja sebuah perusahaan menjadi sejarah karya Schumpeter dan banyak penelitian juga tentang hubungan ini dan ada yang telah menemukan bahwa inovasi adalah komponen kunci untuk

kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, beberapa sarjana berpendapat bahwa bisnis yang inovatif lebih sukses daripada yang lain. Namun, penelitian lain juga menunjukkan bahwa inovasi dapat berisiko dan kegagalan adalah hasil yang paling mungkin dari inovasi produk, Cooper (1998) yang juga berpendapat bahwa manfaat dari inovasi bervariasi dan mungkin saja tidak bertambah sama sekali. Cendekiawan lain berpendapat bahwa hubungan keduanya dapat saja terbentuk, dengan inovasi tingkat tinggi dan rendah kemungkinan menghasilkan kinerja tertinggi. Menurut Gunday et al (2011) keinovatifan merupakan salah satu perangkat dasar bagi pertumbuhan untuk memasuki pasar baru, untuk menambah pangsa pasar serta memacu perusahaan dengan keunggulan kompetitif. Perusahaan telah dan mulai mementingkan inovasi dikarenakan perusahaan termotivasi dengan semakin meningkatnya persaingan di pasar global, teknologi yang dinamis dan persaingan yang terjadi di ranah global akan dengan cepatnya menghilangkan nilai tambah dari layanan dan produk yang telah ada.

Landasan Teori

Inovasi

Manufaktur adalah landasan berbagai ekonomi nasional di seluruh dunia, Warren, (2013) . Akibatnya, sektor manufaktur telah ditetapkan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran sehingga mengurangi kemiskinan. Sektor ini memengaruhi kemiskinan secara langsung melalui penciptaan lapangan kerja, keberlanjutan ekonomi, dan produksi barang untuk konsumsi umum, Herman. OECD Oslo Manual, Measurement et al, (1997), empat inovasi berbeda jenis diperkenalkan Ini adalah inovasi output atau produk, penemuan alur/cara, inovasi penjualan, dan inovasi unit kerja organisasi. Inovasi output/produk merupakan pengenalan terhadap suatu hasil kerja layanan meliputi ciri khas fungsi kegunaannya, ciri-ciri teknis, pembentuk struktur, serta bahan yang digunakan, termasuk juga software yang digunakan, user friendly, dan ciri khas khusus lainnya.

Inovasi produk atau output produksi dapat menggunakan atau memanfaatkan dasar pengetahuan atau teknologi baru, adat didasarkan pada pemanfaatan antara pengetahuan dengan teknologi baru yang ada. Istilah produk mencakup barang dan jasa. Suatu transformasi yang signifikan dalam cara kerja, hardware dan software. Inovasi ini bertujuan mereduksi cost of good production atau pengantaran, peningkatan mutu, atau memproduksi dan mengirimkan produk baru secara meningkat. Measurement et al. (1997). Fagerberg menyatakan meskipun pengenalan produk baru diperkirakan mempunyai dampak positif terhadap peningkatan pendapatan, keahlian, alur penemuan, karena menghemat biaya, maka mempunyai dampak yang kurang jelas. Inovasi pemasaran yaitu implementasi cara penjualan baru dengan mengikutsertakan transformasi dari sisi desain, kemasan barang, penyimpanan barang, promosi atau penetapan harga produk, Measurement et al. (1997). Target inovasi pemasaran untuk mengatasi keperluan konsumen secara prima, memulai pangsa pasar baru, atau mengenalkan produk di pasar sehingga diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan.

Strategi Inovasi

Strategi adalah sistem atau cara kerja menyatukan arah utama, misi dan aktivitas unit kerja. Dalam sudut pandang yang lain, strategi diartikan atas sebuah rancangan yang digabungkan menjadi satu kesatuan yang dihubungkan dengan kekuatan unit kerja, tantangan serta peluang yang dihadapi. Kiptoo & Koech (2019) menyatakan bahwa strategi adalah suatu rencana yang membentuk organisasi berkesesuaian dengan langkah yang ditentukan dan juga berfungsi sebagai panduan ketika berhadapan dengan berbagai situasi. Dalam penelitiannya, Hittmár et al. mengartikan bahwa strategi inovasi adalah perangkat awal yang memastikan tujuan inovasi bisnis dengan menggunakan cara usaha dan arah dari cara bisnis tersebut. Strategi inovasi akan menolong organisasi dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang baru perkembangan dan kemajuan organisasi. Strategi inovasi adalah bagian dari manajemen, yang berisi beberapa aktivitas internal dan eksternal untuk menumbuhkan kemampuan inovasi usaha dari suatu unit kerja. Perspektif manajemen strategis, teknologi dan strategi inovasi pasar berusaha untuk mencapai kinerja inovasi unggul melalui pengembangan kompetensi organisasi, Kim & Lee (2009). Menurut Day perusahaan yang mengejar strategi inovasi teknologi biasanya mengalokasikan cukup sumber daya R&D, memperoleh teknologi baru, dan mengakumulasi kompetensi sumber daya manusia yang lebih baik. Kemampuan dan kompetensi seperti itu sulit untuk ditiru oleh pesaing dan memiliki efek jangka panjang yang cukup besar pada kinerja inovasi produk.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan konsep multidimensi Murphy et al. (1996) yang indikatornya dapat berupa departemen, seperti yang berkaitan dengan produksi, keuangan atau pemasaran Sohn et al. (2007). Ini dapat diukur dengan indikator objektif atau subyektif, Dawes (1999). Pengukuran kinerja perusahaan dapat dilakukan dalam berbagai cara, termasuk kinerja keuangan (contohnya: keuntungan, investasi pengembalian), kinerja produk (contohnya: produk terukur, jumlah dari keunikan fitur produk), dan kinerja pasar (contohnya: pembagian keuntungan pasar, kepuasan pelanggan) Jones et al. (2001) Kinerja manajemen terbaik biasanya dapat diukur dalam ukuran penjualan, pembagian keuntungan pasar, arus keuangan, keuntungan, ROI, pembagian dan nilai pasar Donovan

(2009). Kinerja keuangan adalah kinerja yang terkait dengan ROA (laba bersih untuk tahun tersebut dibagi dengan total nilai aset), ROS (laba operasi bersih untuk tahun ini dibagi dengan pendapatan penjualan kotor), dan OM (laba bersih tahun ini ditambah kerugian bersih tahun tersebut ditambah biaya non-operasional dikurangi pendapatan non-operasional, dibagi dengan pendapatan penjualan kotor). Indeks profitabilitas ROA dan ROE memperhitungkan, dalam penyebut, informasi titik waktu dari nilai akhir tahun aset dan ekuitas masing-masing, Saliba (2018).

Metode

Sebagaimana disebutkan dalam Petunjuk Manual Oslo OECD dan dikonfirmasi oleh beberapa kajian baru-baru ini, inovasi pada sektor jasa memiliki karakteristik tertentu. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan tinjauan literatur sistematis pada beberapa jurnal penelitian strategi inovasi dan kinerja perusahaan, dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis. Adapun pencarian jurnal-jurnal tersebut dilakukan melalui *electronic database* pada beberapa situs seperti Mendeley, Elsevier/Scimedirect, Research Gate, Semantic Scholar dan Wiley. Artikel dicari menggunakan Booleen Technique dengan kata kunci yang digunakan adalah *Innovation and Performance*. Metode yang dominan muncul oleh para peneliti untuk meneliti hubungan antara strategi inovasi dan kinerja perusahaan adalah Analisis Regresi dan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil

Hasil Seleksi Inclusion and Exclusion Criteria

Pada tahap selanjutnya, 101 jurnal tersebut dilakukan identifikasi secara lebih mendalam menggunakan seleksi berdasar kriteria penyertaan dan pengecualian (*inclusion and exclusion criteria*). Adapun kriteria penyertaannya, meliputi: (1) seluruh kepustakaan yang diterbitkan menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia; (2) jurnal publikasi yang hanya diterbitkan pada periode tahun 2005 hingga 2019; (3) seluruh kepustakaan yang tergolong ke dalam kategori artikel jurnal; (4) jurnal penelitian inovasi di manufaktur; dan (5) seluruh kepustakaan yang dapat didapatkan secara utuh. Kemudian, kriteria pengecualiannya, meliputi: (1) seluruh kepustakaan yang diterbitkan selain dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia; (2) jurnal yang terpublikasi sebelum periode tahun 2005 dan setelah tahun 2019; (3) seluruh kepustakaan yang tidak tergolong dalam kategori artikel jurnal; (4) jurnal penelitian inovasi selain di manufaktur; (5) kepustakaan yang tidak dapat digunakan secara utuh.

Proses ini terjadi reduksi sebesar 78% atau 79 jurnal tereliminasi karena penyaringan melalui seleksi inklusi dan eksklusif tersebut, sehingga jurnal yang siap diuji secara kualitas menjadi 22 jurnal atau 22% dari proses pencarian, meliputi: *Binus Business Review* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Ekonometri ve İstatistik Sayı* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *IEEE Transactions On Engineering Management* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q1); *Innovation: Management, Policy & Practice* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q1); *Int. J. Production Economics* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q1); *International Journal of Innovation Studies* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *International Journal of Production Research* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q1); *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Journal of Business Research* (jumlah 2, kategori Scimagojr Q1); *Journal of Knowledge and Process Management* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Journal of the International Conference on Environmental Science and Sustainable Energy* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Journal Sustainability* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q2); *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Jurnal Konferensi Regional Akuntansi 2* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Jurnal Manajemen* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (jumlah 1, kategori Non Scimagojr); *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (jumlah 3, kategori Scimagojr Q4); *Transformations in Business & Economics Sustainability* (jumlah 1, kategori Scimagojr Q2).

Berikut daftar jurnal hasil seleksi inklusi dan eksklusif: (1) Lena Ellitan (2006), "Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial", *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov 2006; (2) Prajogo (2006), "The Relationship between Innovation and Business Performance—A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms", *Journal of Knowledge and Process Management Volume 13 Number 3* pp 218–225 (2006); (3) Ginanjar Suendro (2010), "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol IX, No. 2, September 2010, Hal. 230 – 243; (4) Rita (2010), "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol IX, No. 2, September 2010, Hal. 230 – 243; (5) Gunday et. al (2011), "Effects of Innovation Types on Firm Performance", *Binus Business Review* Vol. 1 No. 2 November 2010: 474-487; (6) Sri Hartini (2012), "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis", *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 1, Maret 2012: 82–88; (7) Murat Atalay et. Al (2013), "The Relationship Between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry", *Procedia – Sosial and Behavioral Sciences* 75 (2013) 226 – 235; (8) Sezen dan Cankaya (2013), "Effects of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99 (2013) 154 – 163; (9) Jayaram (2014), "The Antecedents and

Consequences of Product and Process Innovation Strategy Implementation in Australian Manufacturing Firms”, *International Journal of Production Research*, 52:15, 4424-4439; (10) Santos, et al (2014), “Innovation Efforts and Performances of Brazilian Firms”, *Journal of Business Research* 67 (2014) 527–535; (11) Abdul Haris Perwiranegara (2015), “Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar)”, *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* Vol 13 No 1, 2015; (12) Barbara Bigliardi (2015), “The Effect of Innovation on Financial Performance: A Research Study Involving SMEs”, *Innovation: Management, Policy & Practice*, 15:2, 245-255; (13) Hariyati dan Tjahjadi (2015), “Hubungan antara Strategi Inovasi dengan Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Modal Intelektual dan Kinerja Pelanggan”, *Jurnal Konferensi Regional Akuntansi 2*, Tanggal 29-30 April 2015; (14) Karabut (2015), “Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195 (2015) 1355 – 1364; (15) Bockova (2016), “The Innovation and Financial Performance of a Company: A Study from Czech Manufacturing Industry”, *Transformations in Business & Economics*, Vol. 15, No 3 (39), pp.156-175; (16) Sismanoglu and Akcali (2016), “The Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies In Turkey”, *Ekonometri ve İstatistik Sayı:24* 2016 82-93; (17) Xie at al (2016), “Green Process Innovation and Financial Performance in Emerging Economies: Moderating Effects of Absorptive Capacity and Green Subsidies”, *IEEE Transactions On Engineering Management*, Vol. 63, No. 1, February 2016; (18) Roongchirarote dan Zhao (2017), “The Impact of Innovation Strategy on Firm Financial Performance”, *Journal of the International Conference on Environmental Science and Sustainable Energy*; (19) Oliveira (2018), “Innovation and Financial Performance of Companies Doing Business in Brazil”, *International Journal of Innovation Studies* 2 (2018) 153e164; (20) Akande, et al (2019), “Evaluation of Innovation Orientation Strategy and Performance in of Paint Manufacturing Firms in Nigeria”, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Volume 21, Issue 11. Series. II (November. 2019), PP 54-60; (21) Canh et al (2019), “The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms”, *Sustainability* 2019, 11, 3666; dan (22) Xie, Huo et al (2019), “Green Process Innovation, Green Product Innovation, and Corporate Financial Performance: A Content Analysis Method”, *Journal of Business Research* 101 (2019) 697–706.

Hasil Kualitas Penilaian (Quality Assesment)

Tujuan dari penilaian kualitas ini adalah untuk menilai kelengkapan dari artikel-artikel jurnal ilmiah yang telah diseleksi dengan memanfaatkan kriteria penyertaan dan pengecualian serta sekaligus untuk ekstraksi data. Proses penilaian kualitas dilakukan dengan menggunakan pertanyaan: (P1) Apakah penelitian membahas tentang hubungan strategi inovasi dengan kinerja perusahaan? (P2) Apakah latar belakang penelitian sesuai dengan tujuannya? (P3) Apakah penelitian menggunakan metode penelitian? dan (P4) Apakah hasil akhir penelitian memberikan rekomendasi pemilihan strategi inovasi bagi kinerja perusahaan? (Keterangan √: Untuk jurnal atau data yang digunakan penelitian, dikarenakan skor penilaian telah memenuhi kriteria skor, yakni apabila skor > 4 (*cut-off point*); dan Keterangan X: Untuk jurnal atau data yang tidak digunakan dalam penelitian, dikarenakan skor penilaian tidak memenuhi kriteria skor, yakni skor ≤ 4 (*cut-off point*)). Setiap pertanyaan hanya semata-mata mempunyai 3 jawaban pilihan beserta skoringnya, yaitu: Ya : 2; Sebagian : 1; dan Tidak : 0. Berikut ini menunjukkan hasil dari kualitas penilaian untuk menunjukkan apakah data hasil penyaringan akan digunakan atau tidak dalam penelitian ini.

Tabel 1
Hasil Kualitas Penilaian

| No | Penulis | Judul | P1 | P2 | P3 | P4 | Skor | Ket. |
|----|----------------------------------|---|----|----|----|----|------|------|
| 1 | Abdul Haris Perwiranegara (2015) | Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | √ |
| 2 | Akande, et al (2019) | <i>Evaluation of Innovation Orientation Strategy and Performance in of Paint Manufacturing Firms in Nigeria</i> | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | √ |
| 3 | Bigliardi (2013) | <i>The Effect of Innovation on Financial Performance: A Research Study Involving SMEs</i> | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | √ |
| 4 | Bockova dan Zizlavsky (2016) | <i>The Innovation and Financial Performance of a Company: A Study from Czech Manufacturing Industry</i> | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 | X |
| 5 | Canh et al (2019) | <i>The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms</i> | 2 | 1 | 2 | 1 | 6 | √ |
| 6 | Ginanjjar Suendro (2010) | Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | √ |

Hendro Witjaksono dan Muhammad Taufiq Amir, Hubungan Antara Strategi Inovasi terhadap Kinerja Keuangan di Perusahaan Manufaktur (Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis Pada Penelitian Inovasi dan Kinerja Perusahaan)

| | | | | | | | | |
|----|--------------------------------|--|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Gunday et. al (2011) | <i>Effects of Innovation Types on Firm Performance</i> | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 | √ |
| 8 | Hariyati and Tjahjadi (2015) | Hubungan antara Strategi Inovasi dengan Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Modal Intelektual dan Kinerja Pelanggan | 2 | 1 | 2 | 1 | 6 | √ |
| 9 | Jayaram (2014) | <i>The Antecedents and Consequences of Product and Process Innovation Strategy Implementation in Australian Manufacturing Firms</i> | 1 | 1 | 2 | 0 | 4 | X |
| 10 | Karabulut (2015) | <i>Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey</i> | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | X |
| 11 | Ellitan (2006) | Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | √ |
| 12 | Atalay et. Al (2013) | <i>The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry</i> | 2 | 1 | 2 | 1 | 6 | √ |
| 13 | Oliveira (2018) | <i>Innovation and Financial Performance of Companies Doing Business in Brazil</i> | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | X |
| 14 | Prajogo (2006) | <i>The Relationship between Innovation and Business Performance—A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms</i> | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | √ |
| 15 | Rita (2010) | Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | √ |
| 16 | Roongchirarote and Zhao (2017) | <i>The Impact of Innovation Strategy on Firm Financial Performance</i> | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | X |
| 17 | Santos, et al (2014) | <i>Innovation Efforts and Performances of Brazilian Firms</i> | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | √ |
| 18 | Sezen and Cankaya (2013) | <i>Effects of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance</i> | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | √ |
| 19 | Sismanoglu and Akcali (2016) | <i>The Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies In Turkey</i> | 2 | 1 | 2 | 0 | 5 | √ |
| 20 | Sri Hartini (2012) | Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis | 1 | 1 | 2 | 0 | 4 | X |
| 21 | Xie at al (2016) | <i>Green Process Innovation and Financial Performance in Emerging Economies: Moderating Effects of Absorptive Capacity and Green Subsidies</i> | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | √ |
| 22 | Xie, Huo et al (2019) | <i>Green Process Innovation, Green Product Innovation, and Corporate Financial Performance: A Content Analysis Method</i> | 2 | 1 | 2 | 1 | 6 | √ |

Berdasarkan hasil kualitas penilaian terdapat 6 (enam) jurnal yang tidak memenuhi skor yang ditentukan, sehingga dalam penelitian ini menggunakan 16 (enam belas) jurnal untuk dianalisis dan menjawab *Research Question (RQ)*. Tahap ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari Research Question (RQ) dan mengupas hasil dari metode yang digunakan peneliti serta pendekatan yang dominan yang muncul dari jurnal yang terpilih di rentang waktu 2005–2019. Analisa data dengan menggunakan metode tinjauan literatur sistematis dilakukan dengan cara membandingkan 16 (enam belas jurnal) terpilih untuk melihat perbedaan dan kesamaan yang dilihat dari sudut pandang, yaitu:

Latar Belakang Peneliti Melakukan Penelitian

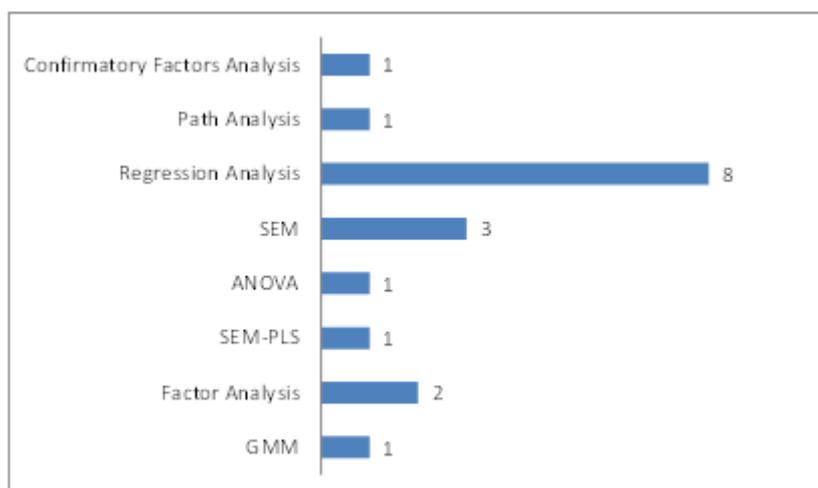
Faktor eksternal dapat berupa pangsa pasar, keterkaitan eksternal, hubungan dengan pihak lain, dukungan dari perbankan dan kebijakan pemerintah. Faktor internal dapat berupa status perusahaan, umur perusahaan, skala perusahaan, kemampuan keuangan, sumber daya manusia, investasi di Litbang, orientasi tumbuh internal dan orientasi pasar. Dari 16 (enam belas) jurnal yang terpilih, peneliti mengidentifikasi beberapa latar belakang yang mendasari adanya penelitian tentang strategi inovasi, antara lain sebagai berikut:

(1) Abdul Haris Perwiranegara (2015), Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (eksternal); (2) Akande, et al (2019), *Evaluation of Innovation Orientation Strategy and Performance in of Paint Manufacturing Firms in Nigeria* (internal); (3) Bigliardi (2015), *The Effect of Innovation on Financial Performance: A Research Study Involving SMEs* (internal); (4) Canh et al (2019), *The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms* (eksternal); (5) Ginanjar Suendro (2010), Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing

Berkelanjutan (eksternal); (6) Gunday et. al (2011), *Effects of Innovation Types on Firm Performance* (internal); (7) Hariyati and Tjahjadi (2015), Hubungan antara Strategi Inovasi dengan Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Modal Intelektual dan Kinerja Pelanggan (eksternal); (8) Ellitan (2006), Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial (eksternal); (9) Atalay et. Al (2013), *The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry* (eksternal); (10) Prajogo (2006), *The Relationship between Innovation and Business Performance—A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms* (eksternal); (11) Rita (2010), Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur (eksternal); (12) Santos, et al (2014), *Innovation Efforts and Performances of Brazilian Firms* (eksternal); (13) Sezen and Cankaya (2013), Effects of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance (eksternal); (14) Sismanoglu and Akcali (2016), *The Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies In Turkey* (internal); (15) Xie et al (2016), *Green Process Innovation and Financial Performance in Emerging Economies: Moderating Effects of Absorptive Capacity and Green Subsidies* (eksternal); (16) Xie, Huo et al (2019), *Green Process Innovation, Green Product Innovation, and Corporate Financial Performance: A Content Analysis Method* (eksternal). Sehingga, 25% atau 4 (empat) peneliti dilatarbelakangi faktor internal dalam melakukan penelitian tentang strategi inovasi yang berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan. Secara umum, keempat peneliti tersebut menyatakan bahwa untuk menjaga keberlangsungan perusahaan diperlukan kenaikan profit atau keuntungan, oleh karenanya diperlukan strategi inovasi yang tepat untuk meningkatkan laba perusahaan, sedangkan 75% atau 12 peneliti lainnya dilatarbelakangi oleh faktor eksternal yaitu kekhawatiran akan adanya perubahan ekonomi secara global dan meningkatnya persaingan usaha yang pesat, oleh karenanya diperlukan strategi inovasi yang tepat yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Jenis Metodologi dan Alat Analisa yang Digunakan

Hasil identifikasi 16 (enam belas) jurnal yang telah terpilih, keseluruhan penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan beberapa alat analisis. Penelitian (Perwiranegara, 2015) menggunakan jenis penelitian eksplanatori menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan metode Statistik Inferensial dilakukan dengan menggunakan Analisis Faktor Konfirmatory (*Confirmatory Factor Analysis*) dan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Sedangkan, Akande et al. (2019) menggunakan uji statistik parametrik seperti regresi analisis dan ANOVA. Begitu pula Atalay et al. (2013), Bigliardi (2013), Canh et al. (2019), Ellitan (2006), Rita (2010) dan Xie et al (2018) menggunakan metode analisis regresi dalam penelitiannya. Di sisi lain, Gunday et al. (2011), Santos et al. (2014), Suendro (2010) dalam analisis data penelitiannya menggunakan pendekatan pemodelan Structural Equation Modeling (SEM). Penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015) menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (variance). Prajogo (2006) menggunakan analisis data dengan Principal Axis Factoring (PAF) atau analisis faktor. Sezen & Cankaya (2013) menggunakan analisis regresi dan analisis faktor. Penelitian Şismanoglu (2016) menggunakan analisis regresi data panel. Penelitian Xie et al. (2016) menggunakan analisis Generalized Method of Moments (GMM).



Gambar 1
Pendekatan Analisis Data Penelitian

Tipe Inovasi Yang Digunakan

(1) Abdul Haris Perwiranegara (2015), Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Indonesia, Industri Kerajinan Kayu, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (2) Akande, et al (2019), *Evaluation of Innovation Orientation Strategy and Performance in of Paint Manufacturing Firms in Nigeria* (Nigeria, Industri Cat, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (3) Bigliardi (2015), *The Effect of Innovation on Financial Performance: A Research Study Involving SMEs* (Italia, Industri Permesinan Makanan, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (4) Canh et al (2019), *The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms* (India, Aneka Industri Kecil dan Menengah, Tipe Inovasi: Produk-Proses-Terbuka); (5) Ginanjar Suendro (2010), Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Indonesia, Industri Batik, Tipe Inovasi: Batik); (6) Gunday et. al (2011), *Effects of Innovation Types on Firm Performance* (Turki; Industri Tekstil, Kimia, Produk Besi, Permesinan, Produk Elektrik, Peralatan Rumah Tangga, Otomotif; Tipe Inovasi: Proses-Produk-Pemasaran-Organisasi); (7) Hariyati and Tjahjadi (2015), Hubungan antara Strategi Inovasi dengan Kinerja Keuangan yang Dimediasi oleh Modal Intelktual dan Kinerja Pelanggan (Indonesia, Aneka Industri di Jawa Timur, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (8) Ellitan (2006), Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial (Indonesia, Industri Skala Sedang Menengah, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (9) Atalay et. Al (2013), *The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry* (Turki, Industri Komponen Otomotif, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (10) Prajogo (2006), *The Relationship between Innovation and Business Performance—A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms* (Australia; Industri Makanan dan Minuman, Tekstil, Pakaian dan Sepatu, Produk Kayu, Produk Kertas, Kimia, Produk Besi dan Permesinan; Tipe Inovasi: Produk-Proses); (11) Rita (2010), Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur (Tipe Inovasi: Produk-Proses); (12) Santos, et al (2014), *Innovation Efforts and Performances of Brazilian Firms* (Brazil, Aneka Industri, Tipe Inovasi: Produk-Proses-Organisasi); (13) Sezen and Cankaya (2013), *Effects of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance* (Turki; Aneka Industri Otomotif, Elektronik, dan Kimia; Tipe Inovasi: Proses); (14) Sismanoglu and Akcali (2016), *The Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies In Turkey* (Turki; Industri Teknologi dan Informasi, Tipe Inovasi: Produk-Proses); (15) Xie at al (2016), *Green Process Innovation and Financial Performance in Emerging Economies: Moderating Effects of Absorptive Capacity and Green Subsidies* (Cina; Industri Makanan, Minuman, Tembakau, Tekstil, Pakaian, Sepatu, Kulit-Bulu dan Produknya, Proses Timah, Pengolahan Bambu-Rotan-Kelapa Sawit, Perkakas Kayu, Kertas, Peralatan Kesehatan, Kimia, Permesinan Umum, Permesinan Alat Khusus Komunikasi, Elektronik, Alat Pengukuran, Alat Kantor, Proses Karet, Proses Non Metalik, Tipe Inovasi: Proses); (16) Xie, Huo et al (2019), *Green Process Innovation, Green Product Innovation, and Corporate Financial Performance: A Content Analysis Method* (Cina, Aneka Industri, Tipe Inovasi: Produk-Proses). Dari data tersebut dapat dilihat, bahwa 80% peneliti menyatakan bahwa strategi inovasi yang sering digunakan oleh perusahaan adalah inovasi produk dan proses, artinya adalah bahwa inovasi produk dan proses menjadi bagian yang tidak terpisahkan yang sering dilakukan organisasi atau perusahaan dalam memilih strategi inovasi.

Berdasarkan jurnal yang masuk dalam kriteria penelitian, para peneliti mempunyai latar belakang yang berbeda dalam meneliti hubungan yang terjadi, 75% dari jurnal yang menjadi *sampling* terpilih dalam penelitian ini menjadikan kondisi persaingan global dan kemampuan perusahaan untuk berkompetisi dan tetap bertahan di persaingan pasar bebas. Faktor ini adalah faktor eksternal yang seringkali menjadi alasan utama yang melatar belakangi perusahaan untuk membuat atau menentukan strategi inovasinya. Di sisi lain hanya 25% yang berlatarbelakang kepada keinginan internal perusahaan untuk tumbuh dan mengembangkan diri ke arah yang lebih baik. Hal ini disebabkan karena beberapa perusahaan belum menjadikan inovasi sebagai bagian dari strategi bisnis. Hal ini seringkali dikaitkan dengan kinerja perusahaan, khususnya kinerja keuangan. Perusahaan belum merasa membutuhkan suatu inovasi manakala profitabilitasnya dan likuiditas keuangannya masih dalam kondisi aman. Selain itu, beberapa peneliti menyadari pentingnya hubungan strategi inovasi dengan kinerja keuangan karena melihat adanya kebutuhan perusahaan untuk tumbuh.

Jurnal terpilih, semuanya menggunakan metode kuantitatif dalam melakukan penelitian. Sebagaimana kita ketahui metode kuantitatif mempunyai karakteristik yaitu mengutamakan objektivitas data dalam meneliti sebuah fenomena sosial dan juga mampu mendukung studi ilmu sosial dan ekonomi yang mempunyai cakupan makro yang melibatkan objek penelitian dengan jumlah besar, sehingga tepat digunakan untuk meneliti bidang sosial dan ekonomi. Adapun alat yang digunakan untuk melakukan analisa cukup beragam, yaitu: *Confirmatory Factor Analysis, Path Analysis, Regression Analysis, Structural Equation Modelling (SEM), dan Generalized Method of Moments*. Jika dikaitkan dengan konten penelitian, yang paling sering digunakan adalah alat Analisis Regresi, baik linier maupun *multiple* dan alat Analisis *Struktural Equation Modelling (SEM)*. Hal ini disebabkan karena kedua alat analisis ini mempunyai persamaan yaitu untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel. Adapun perbedaan dari alat

analisis tersebut adalah bahwa alat Analisis Regresi digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti, sedangkan Analisis SEM adalah alat analisis yang menekankan pada aspek konfirmasi.

Hampir 80% peneliti menyatakan bahwa inovasi proses dan produk mempunyai berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Dalam penelitiannya, Perwiranegara (2015) menjelaskan hasil bahwa inovasi proses dan inovasi produk mempunyai pengaruh langsung pada kinerja perusahaan serta orientasi kepemimpinan pasar tidak mempunyai pengaruh langsung kepada orientasi kepemimpinan berpengaruh secara tidak langsung pada performansi organisasi melalui inovasi proses dan inovasi produk. Demikian juga halnya dengan Atalay et al (2013), dalam penelitiannya memberikan hasil bahwa dari empat jenis inovasi (*product, process, organization and marketing innovations*) hanya inovasi produk dan proses yang secara positif dan signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Pemilihan jenis inovasi ini dipengaruhi oleh industri yang dijalankan. Misalnya, industri pemasok otomotif adalah industri padat modal berdasarkan produksi massal. Pasar perusahaan sampel dalam industri ini didominasi oleh *after market (renewal market)*. Hanya beberapa perusahaan yang menjual produk mereka langsung ke OEM. Oleh karena itu, perusahaan cenderung berfokus pada inovasi produk baru dan perubahan dalam lini produk. Sehingga, hanya membutuhkan keterlibatan dalam proses dan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja. Industri ini juga berkontribusi pada peningkatan daya saing negara dengan berinvestasi dan berinovasi terus menerus, menciptakan *technical jobs*, dan menyebarkan *technical culture* ke industri terkait lainnya dan kepada masyarakat secara umum. Di sisi lain, pengaruh yang tidak signifikan dari inovasi pemasaran pada kinerja perusahaan mungkin disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar perusahaan pemasok otomotif dalam sampel tidak memiliki departemen pemasaran perusahaan dalam organisasi mereka, sehingga inovasi pemasaran tidak dikenali dengan baik oleh perusahaan.

Namun di sisi lain, Bigliardi (2013) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan tidak terpengaruh oleh tingkat teknologi yang diadopsi dalam mengembangkan inovasi. Hasil ini menyoroti bahwa perusahaan yang hanya berfokus pada teknologi untuk membuat penawaran inovatif, namun kehilangan dimensi yang penting untuk mewujudkan nilai yang dapat diberikan inovasi kepada perusahaan mereka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dampak *innovation-customer* serta *innovation-competitors* dengan *firm size*, yaitu ketika *firm size* meningkat, pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja keuangan juga meningkat. Dengan demikian, terlepas dari adopsi teknologi baru, ketika *firm size* meningkat, dampak inovasi yang diperkenalkan pada kinerja keuangan meningkat. Canh et al. (2019) menunjukkan kesimpulan bahwa inovasi proses dan produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Untuk lebih spesifik, hasil ini menunjukkan bahwa inovasi membuat produk/layanan lebih menarik dalam hal fitur atau harga, membantu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar atau bahkan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Namun, mungkin diperlukan lebih banyak waktu untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi, karena inovasi adalah kegiatan yang sangat mahal. Seperti yang disebutkan sebelumnya, inovasi produk dan proses secara signifikan merupakan penggerak signifikan pangsa pasar perusahaan. Namun, ketika interaksi tipe inovasi tersebut dan inovasi terbuka (*open innovation*) diperkenalkan, inovasi produk dan proses tidak lagi signifikan secara individual terhadap kinerja perusahaan. Ini menyiratkan bahwa inovasi yang dilakukan dengan dukungan mitra eksternal cenderung lebih menguntungkan dibandingkan dengan yang tertutup.

Ada beberapa hal yang dapat dijadikan perhatian di penelitian Ellitan (2006). Pertama, bahwa strategi inovasi yang tepat sangat diperlukan dalam meningkatkan kinerja finansial perusahaan dan kinerja keseluruhan. Kedua, inovasi produk, penggunaan sumber inovasi eksternal dan investasi teknologi berperan dalam meningkatkan *Net Profit Margin*. Ketiga, dalam rangka memperbaiki pertumbuhan penjualan diperlukan investasi teknologi lebih besar. Keempat, proses inovasi dan investasi diperlukan dalam meningkatkan *Return on Asset*. Akhirnya, analisis strategi inovasi dengan model sekuensial menjelaskan secara lebih detail mengenai keterkaitan strategi inovasi dan bagaimana masing-masing berperan dalam meningkatkan kinerja keseluruhan. Model simultan kurang bisa menjelaskan peran strategi inovasi, model ini hanya menjelaskan sinergi antar strategi dan pengaruhnya terhadap kinerja. Gunday et al. (2011) penelitian ini melaporkan studi inovasi pada industri manufaktur Turki dengan mengambil sampel dari 184 perusahaan manufaktur. Kerangka teoritis telah diuji secara empiris mengidentifikasi hubungan antara inovasi dengan kinerja perusahaan. Studi kami tidak hanya mengungkapkan bagaimana empat tipe inovasi mempengaruhi beragam aspek kinerja perusahaan, tetapi juga menunjukkan bahwa *innovative performance* memberikan peran mediator antara tipe inovasi dan aspek kinerja. Penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015) menggunakan dua aspek strategi inovasi yaitu inovasi produk dan proses serta inovasi pada teknologi informasi, hasilnya menunjukkan bahwa modal intelektual entitas dan kinerja pelanggan memediasi secara parsial hubungan antara strategi inovasi berkelanjutan dengan kinerja keuangan. Hal ini dapat terjadi karena jalur pemediasi secara statistik signifikan yaitu kinerja pelanggan dan modal intelektual entitas. Prajogo (2006) dalam penelitiannya menggunakan 2 (dua) aspek strategi inovasi yaitu inovasi produk dan inovasi proses, sedangkan kinerja perusahaan dengan *Sales Growth, Market Share and Profitability (ROI)*. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa kinerja inovasi di perusahaan jasa tidak berbeda secara signifikan dengan perusahaan manufaktur. Sehubungan dengan ini, sektor jasa dan manufaktur memberikan penekanan yang relatif sama pada inovasi produk dan inovasi proses. Di perusahaan jasa juga tampak menempatkan penekanan yang

serupa pada dimensi inovasi yang berbeda dibandingkan dengan mitra pabrikan mereka. Namun, terlepas dari perbedaan yang tidak signifikan ini, temuan ini juga menunjukkan bahwa perusahaan jasa kurang mendapat manfaat dari inovasi dibandingkan perusahaan manufaktur. Rita (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa inovasi produk, inovasi proses, dan implementasi inovasi membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan, tentang orientasi kepemimpinan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

Adanya perbedaan ini dikarenakan variabel orientasi kepemimpinan di penelitian ini bersifat *market oriented*. Akan lebih tepat jika variabel orientasi kepemimpinan yang digunakan adalah orientasi kepemimpinan teknologi. Porter (1990) menyatakan bahwa kepemimpinan teknologi adalah upaya perusahaan untuk menjadi entitas yang pertama dalam memperkenalkan perubahan teknologi yang mendukung strategi generik perusahaan. Selanjutnya ukuran, juga tidak berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan. (Santos et al., 2014) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa beberapa variabel yang dapat diamati dapat membangun faktor yang relevan terkait dengan inovasi. Namun, penelitian ini tidak menemukan bukti bahwa faktor laten inovasi mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Penelitian (Sezen & Çankaya, 2013) menggunakan 2 (dua) tipe strategi yaitu inovasi produk dan proses yang berbasis ramah lingkungan, sedangkan untuk *Corporate Sustainability Performance* diukur berdasarkan lingkungan, ekonomi dan sosial. Analisis regresi antara inovasi produk ramah lingkungan dan kinerja keberlanjutan perusahaan (ekonomi, lingkungan, sosial) tidak signifikan. Ini menyiratkan bahwa inovasi produk ramah lingkungan tidak seefektif inovasi proses ramah lingkungan. Selain itu, hasilnya menunjukkan bahwa inovasi eko-proses memiliki efek positif pada kinerja keberlanjutan perusahaan. Perusahaan-perusahaan Turki harus mengintegrasikan inisiatif lingkungan ke dalam manajemen perusahaan mereka, karena mereka dapat mengarah pada peningkatan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Penelitian Şismanoglu (2016) ditemukan bahwa inovasi memiliki dampak positif pada penjualan. Begitupun penelitian Suendro (2010) memberikan hasil bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan, penelitian Xie et al. (2016) berfokus pada inovasi proses yang berbasis ramah lingkungan (*green processes innovation*), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *green processes innovation* terkait positif dengan kinerja keuangan.

Penelitian (Perwiranegara, 2015) menyatakan bahwa kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh inovasi (proses dan produk) yang dilakukan sedangkan pada inovasi organisasi, inovasi ini yang tidak memiliki pengaruh nyata kepada kinerja perusahaan. (Akande et al., 2019) merekomendasikan bahwa pengusaha dan manajer perusahaan cat harus mengadopsi kewirausahaan berbasis inovatif (*product innovation, technological innovation, distribution and market innovation*) yang dapat membawa kinerja pengembalian tinggi penjualan dan laba selama periode waktu tertentu. Selain itu, direkomendasikan juga bahwa wirausahawan harus menerapkan strategi orientasi inovatif wirausaha dalam prosesnya, metode, praktik dan kegiatan pengambilan keputusan perusahaan dengan tujuan mencapai kinerja yang diharapkan. Temuan (Atalay et al., 2013) pada industri otomotif dan pemasoknya yang merupakan salah satu sektor ekonomi dunia yang paling kompetitif merekomendasikan bahwa sebaiknya perusahaan harus memberikan penekanan khusus terhadap inovasi produk dan proses, karena tipe inovasi ini ditemukan sebagai instrumen penting untuk mencapai daya saing yang baik dan berkelanjutan. Penelitian (Bigliardi, 2013) temuan ini memberikan rekomendasi untuk mencapai kinerja bisnis yang baik harus inovatif dan mempertahankan keadaan inovasi yang berkelanjutan, hasil menunjukkan faktor *innovation developed for the final customers dan innovation with respect to competitors* lebih mempengaruhi kinerja keuangan. Hasil menunjukkan kepada manajer strategi inovasi mana yang harus dikejar dan tindakan apa yang harus diambil untuk memaksimalkan kinerja keuangan.

Canh et al. (2019) menyoroti keunggulan inovasi terbuka dalam konteks pasar negara berkembang, di mana perusahaan cenderung kekurangan sumber daya untuk melakukan inovasi. Juga, temuan ini sejalan dengan argumen bahwa inovasi radikal, yang seringkali merupakan hasil kolaborasi dengan mitra eksternal, cenderung menghasilkan kinerja yang lebih diinginkan. Oleh karena itu, perusahaan di negara berkembang harus mempertimbangkan untuk bermitra dengan pemangku kepentingan yang berbeda untuk meningkatkan kapasitas inovatif mereka dan menciptakan produk yang lebih sukses. Ellitan (2006) dalam penelitiannya merekomendasikan maka semakin besar inovasi produk dan proses yang dilakukan maka semakin besar pula orientasi perusahaan untuk menjadi pemimpin pasar, mereka juga terdorong untuk mengambil lebih banyak sumber inovasi dari dalam (melalui R and D) dan dari luar perusahaan. Sementara itu tingkat investasi akan dipengaruhi langsung oleh tingkat inovasi produk, proses dan penggunaan sumber eksternal, juga tidak dipungkiri orientasi kepemimpinan dan tingkat investasi secara nyata akan mempengaruhi kinerja organisasi. Gunday et al. (2011) merekomendasikan manajer di perusahaan harus lebih menekankan pentingnya inovasi, karena inovasi merupakan instrumen penting untuk mencapai daya saing yang tahan lama. Peningkatan kinerja inovatif bergantung pada tingkat implementasi inovasi. Perusahaan yang memiliki sumber daya yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan inovatif mereka dapat mengharapkan peningkatan produksi dan kinerja pasar yang lebih signifikan, jika mereka mendorong dan menerapkan kegiatan inovasi tingkat tinggi. Selain itu, temuan bahwa semua tipe inovasi (inovasi produk, proses, pemasaran serta organisasi) secara individu berdampak positif dan signifikan terkait dengan beberapa aspek kinerja perusahaan, kami juga mengamati bahwa inovasi

organisasi mempunyai peran penting untuk kemampuan inovatif, karena memiliki koefisien regresi terbesar dengan kinerja inovatif. Inovasi organisasi tidak hanya saja membentuk lingkungan yang cocok untuk jenis inovasi lainnya, tetapi juga memiliki kekuatan dan dampak secara langsung pada kinerja inovatif. Oleh sebab itu, aman untuk menyarankan bahwa manajer perlu lebih memperhatikan inovasi organisasi, yang memiliki peran penting untuk kemampuan inovatif. Inovasi produk juga sebagai pendorong penting untuk kinerja inovatif, yang juga bertindak sebagai jembatan yang membawa dampak positif dari inovasi proses ke kinerja inovatif. Untuk alasan tersebut, seorang manajer harus berinvestasi lebih banyak pada kemampuan melakukan inovasi dan mendukung upaya baru untuk memperkenalkan inovasi kepada organisasi.

Penelitian Hariyati & Tjahjadi (2015) menyatakan pemanfaatan ketrampilan dan sumber daya untuk mengembangkan jasa ataupun produk serta membuat sistem produksi baru adalah termasuk inovasi. Saat membangun strategi inovasi bagi inovasi produk dan inovasi proses, manajemen sumber daya manusia yang merupakan bagian dari *human capital* harus diperhatikan. Oleh sebab itu, peran dari modal intelektual yang berkompeten dibutuhkan dalam inovasi produk dan proses agar terjadi strategi inovasi yang berkelanjutan. Teknologi juga tidak bisa dilepaskan dari strategi inovasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, usaha-usaha di bidang manufaktur sangat mengedepankan teknologi dalam implementasi strateginya. Teknologi Informasi yang menjadi elemen utama dalam Sistem Informasi Strategik, serta pengaruhnya terhadap kinerja entitas masih mempunyai peluang besar untuk diperluas dalam implementasi strategi. Hasil dari penelitian ini juga menyimpulkan hampir semua usaha di dunia manufaktur di Jawa Timur sangat mementingkan teknologi informasi dalam implementasi strategi inovasi. Prajogo (2006) dalam penelitiannya mendukung bahwa nilai inovasi proses yang seimbang dengan inovasi produk dalam menentukan kinerja bisnis. Sementara inovasi produk lebih berorientasi pasar, ia juga lebih terbuka untuk ditiru, di mana karena inovasi proses lebih internal, karenanya, lebih sulit bagi pesaing untuk meniru. *Resource-Based View* merupakan sumber daya yang sulit untuk ditiru dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan. Rita (2010) penelitiannya menunjukkan perusahaan bisa berhasil dalam pengembangan produk (inovasi produk) dan menghasilkan produk-produk baru yang menguntungkan, dan disukai konsumen. Bentuk yang dilakukan dalam pengembangan produk baru (inovasi produk) telah memenuhi beberapa kriteria, yakni produk-produk baru yang keluar di pasar dan menguntungkan serta menghindari pengeluaran investasi yang berlebihan di proyek-proyek yang gagal dan produk-produk yang tidak terbengkalai. Sedangkan untuk inovasi proses, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tidak menjumpai kendala dengan inovasi prosesnya, ini berarti perusahaan telah berhasil mengembangkan inovasi prosesnya. Inovasi dalam teknologi dan peralatan operasi dapat digunakan secara strategis sebagai sebuah alat kompetitif yang unggul. Inovasi tersebut juga dapat membantu perusahaan untuk mencapai skala atau penghematan yang dapat digunakan untuk biaya dan harga yang lebih rendah. Santos (2014) mengemukakan bahwa hubungan hipotesis antara variabel inovasi dan kinerja tidak diidentifikasi. Berdasarkan pemodelan persamaan struktural, penelitian ini mengevaluasi pengaruh variabel yang terkait dengan *innovation effort*, *relational capital*, dan *human capital* terhadap profitabilitas perusahaan Brazil.

Meskipun literatur menyoroti pentingnya inovasi untuk kesuksesan perusahaan atau kinerja perusahaan yang unggul, hasil dari studi empiris dicampur. Misalnya, sementara (Kremen Bolton, 1993) dan (Matsuo, 2006) menemukan bukti untuk hubungan positif, Balkin (2000) dan Greve (2003) mengemukakan adanya hubungan negatif. Hitt et al. (1997) sebaliknya, menemukan hubungan yang tidak signifikan. Selain itu, mengikuti Bowen et al. (2010), apakah inovasi mendorong kinerja masa depan yang unggul atau apakah kinerja perusahaan masa lalu mempengaruhi inovasi adalah pertanyaan terbuka. Salah satu penjelasan yang mungkin untuk hasil ini adalah bahwa dampak inovasi terjadi dalam jangka Panjang, oleh karena itu karena analisis mencakup jeda hanya satu tahun antara upaya inovasi dan kinerja keuangan, pengaruh mungkin belum terwujud dalam sampel. Pentingnya mempertimbangkan rentang waktu antara data yang mengacu pada upaya inovasi dan hasilnya, termasuk kinerja dapat ditemukan di Diederer et al. (2002). Meskipun Cozzarin (2004) menggunakan periode satu tahun antara pengukuran variabel inovasi dan evaluasi kinerja masing-masing, penelitian lebih lanjut harus menyelidiki rentang waktu yang lebih lama, maka masalah antarwaktu dan kausalitas adalah elemen penting dalam penelitian tentang inovasi dan harus diteliti dalam penelitian lebih lanjut.

Sezen & Cankaya (2013) penelitiannya pada industri manufaktur yang menerapkan ramah lingkungan menunjukkan inovasi proses ramah lingkungan lebih berpengaruh signifikan dibandingkan inovasi produk terhadap kinerja keberlanjutan perusahaan baik secara ekonomi, lingkungan dan sosial. Hal ini menyiratkan bahwa inovasi produk ramah lingkungan tidak seefektif inovasi proses ramah lingkungan. Sehingga, perusahaan-perusahaan harus mengintegrasikan inisiatif lingkungan ke dalam manajemen perusahaan mereka karena dapat mengarah pada peningkatan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Penelitian okeh Xie et al. (2019) membagi inovasi teknologi hijau menjadi "inovasi proses hijau" dan "inovasi produk hijau" dan kemudian mengeksplorasi hubungan antara kedua jenis inovasi ini. Hasil analisis tersebut secara teoritis dan empiris dengan memeriksa bagaimana interaksi citra hijau perusahaan dan subsidi hijau dengan inovasi produk hijau dapat memiliki efek mendalam pada kinerja keuangan. Tipe inovasi produk dan proses adalah inovasi yang paling banyak digunakan oleh beberapa perusahaan manufaktur, dan

secara empiris dengan melakukan inovasi produk dan proses terbukti mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan karena manufaktur adalah industri yang menghasilkan suatu produk atau barang yang diproduksi secara massal. Dalam menghasilkan suatu produk, diperlukan strategi khususnya inovasi proses sehingga diharapkan terjadi efektivitas dan efisiensi dalam proses produksi yang akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Bagi suatu perusahaan manufaktur, produk yang dihasilkan adalah nyawa dari perusahaan. Kinerja perusahaan manufaktur khususnya kinerja keuangan sangat dipengaruhi dari kekuatan produk yang dijual. Produk yang mempunyai daya jual tinggi dan banyak dibutuhkan konsumen akan berpotensi sangat besar untuk ditiru oleh perusahaan lain. Oleh karena itu diperlukan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Simpulan

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa:

1. Berdasarkan tinjauan literatur sistematis yang dilakukan peneliti pada beberapa jurnal terkait Hubungan antara strategi inovasi dan kinerja perusahaan sebagian besar penelitian dilatarbelakangi adanya faktor eksternal yaitu pengaruh globalisasi dan perubahan teknologi yang cepat. Adanya pertumbuhan variasi produk yang pesat serta meningkatnya persaingan juga mendorong perusahaan untuk menentukan dan menciptakan atau mempertahankan keunggulan kompetitif yaitu dengan cara berinovasi.
2. Metode yang paling sering digunakan oleh para peneliti untuk meneliti hubungan antara strategi inovasi dan kinerja keuangan perusahaan adalah Analisis Regresi dan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hal ini disebabkan, karena kedua alat analisis ini digunakan untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel.
3. Penelitian-penelitian tentang hubungan antara strategi inovasi dan kinerja keuangan perusahaan sebagian besar memberikan hasil bahwa inovasi produk dan inovasi proses mempunyai pengaruh langsung pada kinerja keuangan perusahaan.
4. Berdasarkan perbandingan yang telah dilakukan, tipe inovasi yang dianggap paling tepat dan mempunyai hubungan paling kuat kepada kinerja keuangan perusahaan manufaktur adalah inovasi proses dan inovasi produk. Bahkan sebagian besar penelitian menyebutkan inovasi proses dan inovasi produk mempunyai hubungan paling kuat kepada kinerja perusahaan.
5. Bahwa tinjauan literatur *review* tentang hubungan strategi inovasi dan kinerja keuangan perusahaan yang dilakukan peneliti adalah bagian dari proses untuk menguatkan dan membuktikan bahwa secara empiris inovasi proses dan produk merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan terutama bagi perusahaan manufaktur.
6. Berdasarkan hasil analisa, diperoleh suatu simpulan bahwa memilih dan menerapkan strategi inovasi menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan dan memperbaiki kinerja perusahaannya. Meskipun ada faktor-faktor lainnya yang juga yang mempengaruhi, tetapi dalam beberapa penelitian dinyatakan tidak dominan.

Daftar Pustaka

- Adrian, C., Abdullah, R., Atan, R., & Jusoh, Y. Y. 2016. Towards developing strategic assessment model for big data implementation: A systematic literature review. *International Journal of Advances in Soft Computing and Its Applications*, 8(3), 173–192.
- Ahmed, P., & Shepherd, C. 2010. *Innovation management: context, strategies, systems and processes*. Pearson Prentice Hall.
- Akande, O. O. P., Osemiamen, D., Ph, D., Ojeleke, M., Ph, D., & Humphrey, O. 2019. *Evaluation of Innovation Orientation Strategy and Performance in of Paint Manufacturing Firms in Nigeria* . 21(11), 54–60. <https://doi.org/10.9790/487X-2111025460>
- Amoako-Gyampah, K. 2003. The relationships among selected business environment factors and manufacturing strategy: Insights from an emerging economy. *Omega*, 31(4), 287–301. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(03\)00049-5](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(03)00049-5)
- Artz, K. W., Norman, P. M., Hatfield, D. E., & Cardinal, L. B. 2010. A longitudinal study of the impact of R&D, patents, and product innovation on firm performance. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5), 725–740. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2010.00747.x>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. 2013. The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Bach, T. M., Dalazen, L. L., da Silva, W. V., Ferraresi, A. A., & da Veiga, C. P. 2019. Relationship Between Innovation and Performance in Private Companies: Systematic Literature Review. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019855847>
- Balkin, D. B., Markman, G. D., & Gomez-Mejia, L. 2000. Is CEO pay in high-technology firms related to innovation? *Academy of Management Journal*, 43(5), 1118–1129.
- Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. 2012. Innovation in food sector SMEs. *Journal of Small*

- Business and Enterprise Development*, 19(2), 300–321. <https://doi.org/10.1108/14626001211223919>
- Bigliardi, B. 2013. The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs. *Innovation: Management, Policy and Practice*, 15(2), 245–255. <https://doi.org/10.5172/impp.2013.15.2.245>
- Borg, W. R., & Gall, M. D. 1989. *Educational research. An introduction (5th ed.)*. Longman.
- Bowen, F. E., Rostami, M., & Steel, P. 2010. Timing is everything: A meta-analysis of the relationships between organizational performance and innovation. *Journal of Business Research*, 63(11), 1179–1185. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.10.014>
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. 2013. Product Development: Past Research ., *Academy of Management*, 20(2), 343–378.
- Canh, N. T., Liem, N. T., Thu, P. A., & Khuong, N. V. 2019. The impact of innovation on the firm performance and corporate social responsibility of Vietnamese manufacturing firms. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13). <https://doi.org/10.3390/su11133666>
- Cooper, J. R. 1998. A Multidimensional Approach to The Adoption of Innovation. *Management Decision*, 36(8), 493–502. <https://doi.org/10.1108/00251749810232565>
- Cooper, R. G. 2011. Perspective: The innovation dilemma: How to innovate when the market is mature. *Journal of Product Innovation Management*, 28(SUPPL. 1), 2–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00858.x>
- Cottam, A., Ensor, J., & Band, C. 2001. A benchmark study of strategic commitment to innovation. *European Journal of Innovation Management*, 4(2), 88–94. <https://doi.org/10.1108/14601060110390594>
- Cozzarin, B. P. 2004. Innovation quality and manufacturing firms' performance in Canada. *Economics of Innovation and New Technology*, 13(3), 199–216. <https://doi.org/10.1080/10438590410001628378>
- Dawes, J. 1999. The relationship between subjective and objective company performance measures in market orientation research: Further empirical evidence. *Marketing Bulletin-Department of Marketing Massey University*, 10(January), 65–75.
- Day, G. S. 2011. Day 201 1. *Journal of Marketing*, 75(July), 183–195.
- Diederer, P., van Meijl, H., & Wolters, A. 2002. Innovation and Farm Performance: The Case of Dutch Agriculture. *Innovation and Firm Performance*, 73–85. https://doi.org/10.1057/9780230595880_4
- Ellitan, L. 2006. Strategi Inovasi Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia: Pendekatan Model Simultan Dan Model Sekuensial. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov 2006, 6(1), 1–22.
- Fagerberg, J. 2009. Innovation: A Guide to the Literature. *The Oxford Handbook of Innovation*, May 2020, 1–27. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0001>
- Frambach, R. T., & Schillewaert, N. 2002. Organizational innovation adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research. *Journal of Business Research*, 55(2), 163–176. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00152-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00152-1)
- Galende, J., & Manuel, J. 2003. Internal factors determining a firm's innovative behaviour. *Research Policy*, 32, 715–736.
- Greve, H. R. 2003. A behavioral theory of R&D expenditures and innovations: Evidence from shipbuilding. *Academy of Management Journal*, 46(6), 685–702. <https://doi.org/10.2307/30040661>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. 2011. Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hariyati, & Tjahjadi, B. 2015. *Dimediasi Oleh Modal Intelektual Dan Kinerja Pelanggan*, Universitas Negeri Surabaya, .
- Herman, E. 2016. The Importance of the Manufacturing Sector in the Romanian Economy. *Procedia Technology*, 22(October 2015), 976–983. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2016.01.121>
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Kim, H. 1997. International diversification: Effects on innovation and firm performance in product-diversified firms. *Academy of Management Journal*, 40(4), 767–798. <https://doi.org/10.2307/256948>
- Hittmár, Š., Varmus, M., & Lendel, V. 2014. Proposal of Model for Effective Implementation of Innovation Strategy to Business. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1194–1198. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.611>
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. 2004. Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429–438. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015>
- Jin, Z., Hewitt-Dundas, N., & Thompson, N. J. 2004. Innovativeness and performance: Evidence from manufacturing sectors. *Journal of Strategic Marketing*, 12(4), 255–266. <https://doi.org/10.1080/0965254042000308075>
- Jones, G. K., Lancot, A., & Teegen, H. J. 2001. Determinants and performance impacts of external technology acquisition. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 255–283. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00048-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00048-8)
- Kim, W., & Lee, J. D. 2009. Measuring the role of technology-push and demand-pull in the dynamic development of

- the semiconductor industry: The case of the global dram market. *Journal of Applied Economics*, 12(1), 83–108. [https://doi.org/10.1016/S1514-0326\(09\)60007-6](https://doi.org/10.1016/S1514-0326(09)60007-6)
- Kiptoo, L., & Koech, P. 2019. Effect Of Strategic Innovations On Organizational Performance Kiptoo, L., & Koech, P. *Strategic Journal of Business & Change Management*, 6(2), 443–460.
- Kotler, P. 1991. *Marketing Management. 7th Edition*. Prentice-Hall.
- Kremen Bolton, M. 1993. Lessons to be learned from the Japanese construction industry. *Organizational Dynamics*, 21(3), 30–45. [https://doi.org/10.1016/0263-7863\(94\)90030-2](https://doi.org/10.1016/0263-7863(94)90030-2)
- Li, M., & Richard Ye, L. 1999. Information technology and firm performance: Linking with environmental, strategic and managerial contexts. *Information and Management*, 35(1), 43–51. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(98\)00075-5](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(98)00075-5)
- Matsuo, M. 2006. Customer orientation, conflict, and innovativeness in Japanese sales departments. *Journal of Business Research*, 59(2), 242–250. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.06.002>
- McKinley, W., Latham, S., & Braun, M. 2014. Organizational decline and innovation: Turnarounds and downward spirals. *Academy of Management Review*, 39(1), 88–110. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0356>
- Measurement, T. H. E., Scientific, O. F., Guidelines, P., Collecting, F. O. R., Technological, I., & Data, I. 1997. Oslo manual. Proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data. *Oslo Manual. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*.
- Murphy, G., Trailer, J., & Hill, R. 1996. Measuring Research Performance in Entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 36(1), 15–23. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00159-X](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00159-X)
- Nybakk, E., & Jenssen, J. I. 2012. Innovation strategy, working climate, and financial performance in traditional manufacturing firms: An empirical analysis. *International Journal of Innovation Management*, 16(2). <https://doi.org/10.1142/S1363919611003374>
- Okoli, C., & Schabram, K. 2010. Working Papers on Information Systems A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research. *Working Papers on Information Systems*, 10(2010). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1954824>
- Paladino, A. 2009. Financial champions and masters of innovation: Analyzing the effects of balancing strategic orientations. *Journal of Product Innovation Management*, 26(6), 616–626. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00687.x>
- Payzin, E., Ulusoy, G., Kaylan, A. R., & Akova, B. 2002. *New product development capabilities of the Turkish electronics industry*. 481. <https://doi.org/10.1109/picmet.1997.653468>
- Perwiranegara, A. H. 2015. Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 66.
- Prajogo, D. I. 2006. The Relationship between Innovation and Business Performance A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3), 218–225. <https://doi.org/10.1002/kpm>
- Rita, R. 2010. Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur. *Binus Business Review*, 1(2), 474. <https://doi.org/10.21512/bbr.v1i2.1095>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. 2011. Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Saliba de Oliveira, J. A., Cruz Basso, L. F., Kimura, H., & Sobreiro, V. A. 2018. Innovation and financial performance of companies doing business in Brazil. *International Journal of Innovation Studies*, 2(4), 153–164. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2019.03.001>
- Santos, D. F. L., Basso, L. F. C., Kimura, H., & Kayo, E. K. 2014. Innovation efforts and performances of Brazilian firms. *Journal of Business Research*, 67(4), 527–535. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.009>
- Sezen, B., & Çankaya, S. Y. 2013. Effects of Green Manufacturing and Eco-innovation on Sustainability Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 154–163. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.481>
- Şismanoglu, E., & Burçay Yasar, A. 2016. the Effect of Innovation on Financial Performance of Some Information and Technology Companies in Turkey. *Ekonometri ve İstatistik E-Dergisi*, 0(24), 82–93–93.
- Sohn, S. Y., Gyu Joo, Y., & Kyu Han, H. 2007. Structural equation model for the evaluation of national funding on R&D project of SMEs in consideration with MBNQA criteria. *Evaluation and Program Planning*, 30(1), 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2006.10.002>
- Stock, G. N., Greis, N. P., & Fischer, W. A. 2002. Firm size and dynamic technological innovation. *Technovation*, 22(9), 537–549. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(01\)00061-X](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(01)00061-X)
- Suendro, G. 2010. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 230–243. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/16169/12879>

- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Taouab, O., & Issor, Z. 2019. Firm Performance: Definition and Measurement Models. *European Scientific Journal ESJ*, 15(1), 93–106. <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n1p93>
- Thornhill, S. 2006. Knowledge, innovation and firm performance in high- and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21(5), 687–703. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.06.001>
- Trott, P. 2011. *Innovation Management and New Product Development, 5th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Varis, M., & Littunen, H. 2010. Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 128–154. <https://doi.org/10.1108/14601061011040221>
- Walker, R. M. 2008. An empirical evaluation of innovation types and organizational and environmental characteristics: Towards a configuration framework. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 591–615. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum026>
- Warren, J. H. 2013. *Made in America 2.0: 10 Big Ideas for Saving the United States of America from Economic Disaster*. Xlibris LLC.
- Xie, X., Huo, J., Qi, G., & Zhu, K. X. 2016. Green Process Innovation and Financial Performance in Emerging Economies: Moderating Effects of Absorptive Capacity and Green Subsidies. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 63(1), 101–112. <https://doi.org/10.1109/TEM.2015.2507585>
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. 2019. Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of Business Research*, 101(January), 697–706. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.010>