BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi untuk menunjang penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 0.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Yolanda, S., Shaddiq, S., Faisal, H., & Kurnianti, I. (2023). Peran manajemen keuangan digital dalam pengelolaan keuangan pada umkm di banjarmasin	Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif	Penelitian ini menyoroti bahwa, manajemen keuangan digital sangat penting untuk pengelolaan keuangan UMKM di Banjarmasin. Dengan memanfaatkan teknologi dan aplikasi digital, UMKM dapat mencatat transaksi secara akurat, mengelola arus kas lebih efektif, serta mengoptimalkan persediaan dan pengeluaran. Hal ini secara keseluruhan meningkatkan efisiensi, akurasi, kemudahan akses, dan keterjangkauan pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya membantu UMKM meningkatkan kinerja dan mendorong pertumbuhan usaha melalui pengelolaan keuangan yang terstruktur dan efisien.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah Penelitian terdahulu fokus pada pengelolaan keuangan digital, sedangkan penelitian sekarang fokus pada peran manajemen keuangan dalam pengembangan inovasi produk, penelitian terdahulu dilakukan pada UMKM di Banjarmasin, sedangkan penelitian sekarang dilakukan pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba Kota Malang dan penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.			
2	Safrianti, S., & Puspita, V. (2021). Peran Manajemen Keuangan Umkm Di Kota Bengkulu Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19	Metode penelitian kualitatif	Penelitian ini mengungkapkan bahwa, penerapan manajemen keuangan UMKM di Bengkulu selama New Normal Covid-19 masih sangat mendasar, hanya sebatas mencatat pemasukan dan pengeluaran. Rendahnya pemahaman pemilik UMKM membuat mereka enggan menerapkan prinsip keuangan yang lebih lengkap karena dianggap sulit. Padahal, manajemen keuangan yang baik sangat penting agar UMKM bisa bertahan dan berkembang di masa pandemi dengan menggunakan dana secara efektif dan efisien.
Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah Penelitian terdahulu fokus pada peran manajemen keuangan sebagai strategi pada masa new normal Covid-19, sedangkan penelitian sekarang fokus pada pengembangan inovasi produk, penelitian terdahulu dilakukan di Kota Bengkulu, sedangkan penelitian sekarang dilakukan pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba Kota Malang.			

3	Sholeha, A., Nurafifah, A., & Misra, I. (2025). Peran manajemen keuangan dalam pengelolaan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis	Metode penelitian kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa, manajemen keuangan sangat penting untuk meningkatkan ketahanan dan pertumbuhan UMKM. Pengelolaan keuangan yang tepat, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan pemanfaatan teknologi, membantu UMKM mengatasi masalah akses modal dan efisiensi biaya. Literasi keuangan yang baik dan penerapan strategi modern juga krusial untuk menjaga likuiditas, meningkatkan profitabilitas, dan memperkuat daya saing. Dengan dukungan pelatihan dan akses modal dari pemerintah, manajemen keuangan yang efektif menjadi fondasi utama bagi stabilitas dan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.
Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah Penelitian terdahulu fokus pada peran manajemen keuangan dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis, sedangkan penelitian sekarang fokus pada pengembangan inovasi produk dan penelitian terdahulu meneliti pada pengelolaan UMKM, sedangkan penelitian sekarang meneliti pada UMM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba Kota Malang.			
4	Putri, A. S., Selviyanti, E. W., Ningrum, H. A. M., & Suhatmi, E. C. (2025, April). Peran Manajemen Keuangan Digital dalam Pengelolaan Keuangan Pada UMKM di Surakarta	Metode penelitian kualitatif	Penelitian ini membahas tentang, manajemen keuangan digital sangat berperan dalam pengelolaan keuangan UMKM di Surakarta. Digitalisasi membantu UMKM mencatat transaksi, mengelola arus kas, dan stok secara lebih efisien. Meskipun masih ada tantangan literasi dan penerapan teknologi, studi ini menyarankan agar UMKM lebih mengenal teknologi keuangan, termasuk potensi kecerdasan buatan, untuk meningkatkan efisiensi dan kontribusi ekonomi mereka.

Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah Penelitian terdahulu fokus pada peran manajemen keuangan digital dalam pengelolaan keuangan UMKM, sedangkan penelitian sekarang fokus pada peran manajemen keuangan dalam pengembangan inovasi produk, penelitian terdahulu dilakukan di Surakarta, sedangkan penelitian sekarang dilakukan pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba Kota Malang.			
5	Umami, N. (2019). Peran Manajemen Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Dalam Memajukan Sektor Kewirausahaana.	Metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini membahas tentang, pengelolaan keuangan pada UMKM Batik Satrio Manah di Tulungagung masih belum memadai, terlihat dari kurangnya pencatatan, penganggaran, dan pengalokasian dana yang efisien. Masalah utamanya adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan manajemen keuangan dari pemilik usaha. Penelitian ini menekankan bahwa peningkatan manajemen keuangan sangat penting agar UMKM Batik dapat bersaing, memanfaatkan peluang di pasar bebas ASEAN, dan memajukan sektor kewirausahaan secara berkelanjutan.
Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah Penelitian terdahulu fokus pada peran manajemen keuangan dalam memajukan sektor kewirausahaan pada UMKM Batik, sedangkan penelitian sekarang fokus pada peran manajemen keuangan dalam pengembangan inovasi produk pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba, penelitian terdahulu dilakukan pada UMKM Batik, sedangkan penelitian Anda dilakukan pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba Kota Malang dan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.			

6	Morina, F., & Elezaj, E. (2025). Peran Manajemen Keuangan Strategis dalam Mendorong Pertumbuhan Berkrlanjutan dalam Ekonomi Hijau	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif	Penelitian ini membahas tentang, strategi manajemen keuangan berperan penting dalam mendukung pertumbuhan berkelanjutan dan ekonomi hijau. Pengelolaan keuangan yang fokus pada keberlanjutan membantu mendanai proyek ramah lingkungan, mengelola risiko lingkungan, dan mempermudah pembiayaan hijau. Dengan mengintegrasikan prinsip ekonomi hijau dalam kebijakan keuangan, pembangunan berkelanjutan dapat lebih efektif, menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan ramah lingkungan.
Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah penelitian terdahulu fokus pada peran manajemen keuangan strategis dalam mendorong pertumbuhan berkelanjutan dalam ekonomi hijau, sedangkan penelitian sekarang fokus pada peran manajemen keuangan dalam pengembangan inovasi produk pada UKM dan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.			

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah proses pengelolaan seluruh aktivitas keuangan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya keuangan yang dimiliki oleh usaha tersebut. Purba dkk. (2021) menyatakan bahwa manajemen keuangan mencakup pengadaan dan pemanfaatan dana usaha secara efektif untuk mendukung kelangsungan dan perkembangan bisnis. Dalam konteks UKM, pengelolaan keuangan yang baik meliputi rincian keuangan pribadi dan usaha,

perencanaan penggunaan dana, pencatatan arus kas yang teratur, serta pengelolaan penyimpanan dan persediaan guna menjaga kelancaran operasional usaha (Purba et al., 2021).

Menurut Mulyawan (2020), manajemen keuangan adalah proses pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi, yang di dalamnya termasuk kegiatan *Planning* (Perencanaan), *Analysis* (Analisis), dan *Controlling* (Pengendalian) terhadap kegiatan keuangan yang dilakukan oleh manajer keuangan. Definisi ini menyoroti bahwa manajemen keuangan adalah sebuah siklus berkesinambungan yang melibatkan fungsi-fungsi manajerial klasik perencanaan, analisis, dan control khususnya dalam konteks keuangan. Ini menunjukkan bahwa manajer keuangan tidak hanya sekadar mencatat, tetapi aktif dalam merancang strategi dan memastikan implementasinya berjalan sesuai rencana.

KD Wilson (2020) menjelaskan bahwa pengertian manajemen keuangan terutama melibatkan penggalangan dana dan pemanfaatannya secara efektif dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Pendekatan ini adalah inti dari manajemen keuangan modern, di mana semua keputusanm ulai dari investasi, pendanaan (permodalan), hingga dividen harus berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan di pasar saham, yang merupakan cerminan dari kekayaan pemegang saham. Tujuannya bukan hanya laba, tetapi juga nilai jangka panjang.

Asniwati dan Viddy (2022) menyatakan bahwa manajemen keuangan merupakan kegiatan memperoleh sumber modal yang paling rendah biayanya

serta memanfaatkannya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan manajemen perusahaan. Definisi ini menggarisbawahi dua aspek kritis: keputusan pendanaan (*financing decision*) yang harus mencari sumber dana termurah (biaya modal minimum), dan keputusan investasi (*investment decision*) serta operasi yang harus memastikan penggunaan dana tersebut seefisien mungkin untuk mencapai profitabilitas.

Selain itu, menurut Qowa'id (2020), manajemen keuangan merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pencarian, dan pengendalian dana perusahaan untuk memastikan penggunaan dana secara efisien dan efektif.

Secara konseptual, manajemen keuangan dapat dipahami sebagai keseluruhan aktivitas yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh dana dan mengalokasikannya secara efisien (Alexandri, 2019). Konsep ini diperkuat oleh pandangan lain yang mendefinisikannya sebagai manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan, yang mencakup bagaimana mendapatkan modal (*rising of funds*) dan bagaimana menggunakannya (*allocation of funds*) (Astawinetu & Handini, 2020). Dalam konteks Dapur Gizi, pengertian ini menegaskan bahwa manajemen keuangan bukan sekadar pencatatan transaksi, melainkan sebuah proses strategis yang memastikan ketersediaan modal kerja dan investasi yang memadai, terutama untuk proyek pengembangan varian keripik baru atau modernisasi peralatan produksi. Adapun perencanaan (*planning*), yang diartikan sebagai penyusunan anggaran bisnis, proyeksi keuangan jangka pendek dan panjang, serta perhitungan arus kas (Bank Mega Syariah, 2024). Dalam konteks inovasi produk di Dapur

Gizi, fungsi ini termanifestasi dalam penyusunan anggaran penelitian dan pengembangan (*research and development* - R&D).

2.2.1.1 Fungsi Manajemen Keuangan

Dalam kegiatan manajemen keuangan, banyak keputusan yang harus diambil oleh manajer keuanganan berbagai kegiatan yang harus dijalankannya. Karena hal itu menjadi penting ketika seorang manajer harus melakukan suatu keputusan yang berhubungan dengan fungsi manajemen. Menurut Martono dan Harjito (2020) terdapat tiga fungsi utama dalam manajemen keuangan yaitu,

a. Keputusan investasi (*investasi decision*)

   Keputusan investasi merupakan keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi ini merupakan keputusan yang paling penting diantara ketiga fungsi yang ada. Hal ini dikarenakan keputusan investasi ini berpengaruh secara langsung terhadap rentabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu yang akan datang.

b. Keputusan pendanaan (*financing decision*)

   Keputusan pendanaan menitikberatkan pada dua hal :

   a) Keputusan mengenai penetapan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai investasi. Sumber dana yang akan digunakan untuk membiayai investasi tersebut dapat berupa utang jangka pendek, utang jangka panjang dan modal sendiri.

   b) Penetapan tentang perimbangan pembelanjaan yang terbaik atau sering disebut dengan struktur modal optimum. Karena itu perlu ditetapkan apakah perusahaan akan menggunakan sumber dana eksternal yang berasal

dari utang dengan menertibkan saham baru sehingga beban biaya modal yang ditanggung perusahaan akan lebih minimal.

c. Keputusan pengelolaan asset (*Asset management decision*)

Manajer keuangan bersama manajer lainnya dalam suatu perusahaan bertanggung jawab terhadap berbagai tingkatan operasi dari asset-asset yang ada. Pengalokasian dana yang digunakan untuk pengadaan dan pembatasan asset menjadi tanggung jawab manajer keuangan. Tanggung jawab tersebut menuntut manajer keuangan untuk lebih memperhatikan pengelolaan aktiva lancar dari pada aktiva tetap.

2.2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan memiliki beberapa tujuan utama yang saling terkait dan berujung pada peningkatan efisiensi dan profitabilitas. Berikut adalah beberapa tujuan utamanya:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan, (KD Wilson, 2020)

Tujuan utama manajemen keuangan menurut pandangan modern, seperti yang ditekankan oleh KD Wilson (2020), adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Ini dicapai melalui peningkatan nilai pasar saham perusahaan. Tujuan ini dianggap lebih komprehensif daripada sekadar maksimalisasi laba, karena nilai pasar saham mencerminkan tidak hanya laba saat ini tetapi juga prospek pertumbuhan di masa depan, arus kas, dan tingkat risiko perusahaan. Dengan kata lain, setiap keputusan keuangan (investasi, pendanaan, dan dividen) harus diarahkan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

2. Mencapai profitabilitas dan efisiensi, (Asniwati dan Viddy, 2022)

   Menekankan bahwa manajemen keuangan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan manajemen perusahaan melalui pemanfaatan sumber modal yang efektif dan efisien. Dalam konteks ini, tujuannya adalah memastikan bahwa dana yang diperoleh (dengan biaya rendah) dialokasikan ke dalam aset yang produktif sehingga menghasilkan laba bersih (*profit*) yang optimal. Hal ini melibatkan analisis rasio profitabilitas dan pengelolaan biaya operasional.

3. Menjaga likuiditas dan solvabilitas

   Selain mencari keuntungan, tujuan manajer keuangan adalah menjaga likuiditas untuk memastikan organisasi memiliki cukup dana untuk memenuhi kewajiban jangka pendek (utang lancar), seperti yang disebutkan dalam kajian manajemen keuangan pada tahun 2025. Likuiditas penting untuk operasional sehari-hari yang lancar. Sementara itu, solvabilitas perlu dijaga untuk memastikan perusahaan mampu memenuhi seluruh kewajiban jangka panjangnya. Keseimbangan antara likuiditas (kesediaan kas) dan profitabilitas (potensi laba dari investasi) merupakan tujuan manajerial yang harus dicapai.

2.2.1.3 Tugas Pokok Manajemen Keuangan

Tugas pokok manajemen keuangan antara lain meliputi keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian deviden suatu perusahaan, dengan demikian tugas manajer keuangan adalah merencanakan untuk memaksimumkan nilai perusahaan.

Menurut Sa'adah (2020), manajemen keuangan adalah proses merencanakan, mengevaluasi, dan mengatur kegiatan keuangan dalam suatu organisasi yang umumnya dilakukan oleh manajer keuangan. Dari definisi tersebut, tugas pokok manajemen keuangan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan investasi (Mengatur dan mengalokasikan dana)

   Tugas ini adalah yang paling kritis, di mana manajer keuangan harus mengalokasikan dana perusahaan ke dalam berbagai bentuk aset, baik aset lancar (misalnya kas, piutang, dan persediaan) maupun aset tetap (misalnya mesin, gedung, dan tanah). Tugasnya adalah menganalisis peluang investasi (*capital budgeting*) yang diharapkan dapat memberikan tingkat pengembalian (*return*) melebihi biaya modal, sehingga memaksimalkan keuntungan dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2. Keputusan pendanaan (merencanakan sumber pendanaan)

   Tugas ini berkaitan dengan pencarian sumber modal yang diperlukan untuk mendanai investasi. Manajer keuangan bertanggung jawab untuk menentukan struktur modal optimal, yaitu keseimbangan terbaik antara utang (pinjaman) dan modal sendiri (saham atau laba ditahan) yang memiliki biaya termurah dan risiko yang terkelola. Ini termasuk menjalin hubungan dengan pasar modal dan pasar uang.

3. Keputusan kebijakan dividen (Mengevaluasi hasil keuntungan)

   Tugas ini melibatkan penentuan bagaimana laba bersih akan didistribusikan. Manajer keuangan harus memutuskan berapa porsi laba yang akan dibayarkan sebagai dividen kepada pemegang saham dan berapa porsi yang akan ditahan

(*reinvested*) kembali ke dalam perusahaan. Keputusan ini memengaruhi persepsi investor dan tingkat pertumbuhan internal perusahaan di masa depan.

2.2.1.4 Prinsip Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bukan hanya berkutat pada seputar pencatatan akutansi. Dia merupakan bagian penting dari manajemen program dan tidak boleh dipandang sebagai suatu aktivitas tersendiri yang menjadi bagian dari pekerjaan orang keuangan.

Ada 7 prinsip manajemen keuangan yang perlu diperhatikan :

1. Konsistensi (*Consistency*)

   Sistem dan kebijakan keuangan dari organisasi harus konsisten dari waktu ke waktu. Ini tidak berarti bahwa sistem keuangan tidak boleh disesuaikan apabila terjadi perubahan di organisasi. Pendekatan yang tidak konsisten tehadap manajemen keuangan merupakan suatu tanda bahwa manipulasi di pengelolaan keuangan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

   Akuntabilitas adalah kewajiban , moral atau hukum, yang melekat pada individu, kelompok atau organisasi. Organisasi harus dapat menjelaskan bagaimana dia menggunakan sumber dayanya dan apa yang telah dia capai sebagai pertanggumg jawaban kepada pemangku kepentingan dan penerima manfaat.

3. Transparansi (*Transparancy*)

   Organisasi harus terbuka berkenaan dengan pekerjaannya,menyediakan informasi berkaitan dengan rencana dan aktivitasnya kepada para pemangku

kepentingan. Termasuk didalamnya, menyiapkan laporan keuangan yang akurat, lengkap, dan tepat waktu serta dapat dengan mudah dpat diakses oleh pemangku kepentingan dan penerima manfaat.Apabila organisasi tidak transparan, hal ini mengindikasikan ada sesuatu hal yang disembunyikan.

4. Kelangsungan hidup (*Survivability*)

   Agar keuangan terjaga pengeluaran organisasi ditingkat stratejik maupun operational harus sejalan /disesuaikan dengan dana yang diterima. Kelangsungan hidup atau (*viability*) merupakan suatu ukuran tingkat keamanan dan keberlanjutan keuangan organisasi.

5. Integritas (*Integrty*)

   Dalam melaksanankan kegiatan operationalnya, individu yang terlibat harus mempunyai integritas yang baik. selain itu, laporan dan catatan keuangan harus tetap dijaga integritasnya melalui kelengkapan dan keakuratan pencatatan keuangan.

6. Pengelolaan (*Stewardship*)

   Organisasi harus dapat mengelola dengan baik dana yang telah diperoleh dan menjamin bahwa dana tersebut digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.2.1.5 Peran dan Arti Manajemen Keuangan

1. Peran Manajemen Keuangan

   Manajemen keuangan berperan dalam mengambil tiga keputusan utama yang menentukan nilai dan nasib perusahaan:

   a. Keputusan investasi (*Investment decision*)

Menentukan alokasi dana ke dalam aset-aset (baik aset lancar maupun aset tetap) yang dapat menghasilkan laba di masa depan.

b. Keputusan pendanaan (*Financing decision*)

Menentukan bagaimana perusahaan akan memperoleh dana yang dibutuhkan, yaitu menentukan komposisi modal sendiri (ekuitas) dan modal pinjaman (utang) yang optimal (Struktur modal).

c. Keputusan dividen (*Dividend decision*)

Menentukan sejauh mana laba perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham (sebagai dividen) atau ditahan kembali sebagai laba ditahan untuk investasi di masa depan.

2. Arti Penting Manajemen Keuangan

Menurut Purba et al. (2021), pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha.

Arti Penting Berdasarkan Pandangan Ini :

a. Fokus pada fungsi manajemen (POAC)

Pandangan ini menegaskan bahwa manajemen keuangan adalah proses yang integral, tidak hanya sekadar mencatat, melainkan melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

b. Keseimbangan pengadaan dan pemanfaatan dana

Arti pentingnya terletak pada kemampuan manajer untuk mengamankan sumber dana yang paling efisien (pengadaan) dan menggunakannya secara optimal (pemanfaatan), yang semuanya harus direncanakan, diorganisir, diarahkan, dan dikendalikan.

c. Dasar kontrol dan pengambilan keputusan

Melalui fungsi pengendalian, manajemen keuangan penting untuk mengevaluasi apakah tujuan telah tercapai, mengidentifikasi penyimpangan, dan memberikan informasi akurat sebagai dasar untuk pengambilan keputusan strategis perusahaan di masa depan.

2.3.1 Inovasi Produk

Inovasi produk pada UKM merupakan proses penting yang melibatkan penciptaan atau pengembangan produk baru maupun penyempurnaan produk yang sudah ada guna meningkatkan nilai dan daya saing usaha. Menurut Tustiati (2025), inovasi produk tidak hanya fokus pada aspek fisik produk, tetapi juga mencakup perbaikan fungsi, desain, proses produksi, dan pemasaran yang diadaptasi dengan cepat mengikuti dinamika pasar, terutama di era digital. Digitalisasi menjadi faktor kunci yang mendukung proses inovasi produk UKM melalui pemanfaatan informasi teknologi dan platform digital seperti media sosial dan e-commerce, sehingga memperluas akses pasar dan mempercepat respon terhadap kebutuhan konsumen.

Inovasi produk menjadi aspek krusial bagi keberhasilan UKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis dan kompleks. Secara kontekstual, inovasi produk dipahami sebagai proses penciptaan dan penerapan

ide baru untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai, baik berupa produk tambah baru maupun penyempurnaan produk yang sudah ada. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif dan meningkatkan daya saing perusahaan (Prasetyo, 2020).

Menurut perspektif Rogers yang diadaptasi dalam kajian terbaru, inovasi produk adalah gagasan atau praktik yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengguna dan dapat memberikan pengaruh signifikan dalam perubahan perilaku konsumen. Persepsi terhadap kebaruan inilah yang menentukan adopsi produk oleh pasar, sehingga keberhasilan inovasi sangat bergantung pada bagaimana produk tersebut diterima oleh konsumen (Apriliani, 2023).

Dalam konteks pemanfaatan inovasi produk, penelitian menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan nilai ekonomi produk dengan memperkenalkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perubahan yang dilakukan pada produk harus memperhatikan aspek manfaat, efisiensi, dan pengalaman pengguna agar dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap penjualan dan loyalitas pelanggan (Abdjul et al., 2022).

Pengembangan inovasi produk juga meliputi penyesuaian dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Inovasi produk dapat berupa inovasi inkremental yang mengubah sebagian komponen produk atau inovasi radikal yang menciptakan produk dengan karakteristik yang sama sekali baru. Keduanya penting dalam menjaga relevansi produk sekaligus menarik segmen pasar yang baru (Kotler & Keller, 2024).

Lebih lanjut, inovasi produk di sektor makanan dan minuman, seperti dalam kasus Dapur Gizi Keripik Lumba-lumba, tidak hanya berkaitan dengan fisik produk tetapi juga kemasan, bahan baku, serta nilai gizi yang dihadirkan. Hal ini menampilkan bahwa inovasi produk bersifat multidimensi, yang tidak hanya memperhatikan aspek penampilan tetapi juga manfaat kesehatan bagi konsumen (Lamb, Hair, & McDaniel, 2023).

Selain itu, inovasi produk merupakan upaya yang penuh risiko dan membutuhkan strategi perencanaan yang matang. Perusahaan harus melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap potensi pasar dan kemampuan internal sebelum mengalokasikan dana untuk inovasi. Manajemen risiko dalam konteks keuangan menjadi bagian penting untuk meminimalkan kegagalan sekaligus memaksimalkan hasil dari inovasi produk (Johne, 2020).

Secara keseluruhan, inovasi produk merupakan proses strategi yang memerlukan integrasi antara kreativitas, teknis, dan manajemen sumber daya, khususnya aspek keuangan. Peran manajemen keuangan dalam mendukung inovasi produk sangat penting untuk memastikan lancarnya proses inovasi dari tahap ide hingga komersialisasi produk baru yang mampu bertahan dan berkembang di pasar (Prasetyo, 2020).

Selaras dengan itu, Indrasari (2019) menjelaskan bahwa inovasi produk yang berhasil pada UKM sangat dipengaruhi oleh manajemen keuangan yang baik. Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan UKM mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk penelitian, pengembangan produk, serta pengadaan bahan baku dan teknologi yang mendukung inovasi. Manajemen

keuangan menjadi fondasi vital bagi kelangsungan inovasi produk, karena tanpa pengelolaan dana yang tepat UKM akan kesulitan mengimplementasikan perbaikan dan menghasilkan produk yang kompetitif di pasar. Lebih lanjut, penelitian Wijaya dan Rahmawati (2021) menunjukkan pentingnya inovasi produk sebagai kunci strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja UKM di masa krisis. UKM yang mampu menggabungkan inovasi produk dengan manajemen keuangan yang terencana cenderung memiliki ketahanan bisnis yang lebih baik dan dapat beradaptasi secara fleksibel terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, inovasi produk dan manajemen keuangan saling berhubungan dan menjadi indikator penting dalam pengembangan UKM seperti Dapur Gizi Keripik Lumba-lumba di Kota Malang.

2.3.1.1 Ciri-Ciri Inovasi Produk

Menurut para ahli memiliki beberapa perspektif. Berikut beberapa ciri inovasi produk yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers, seorang ahli dalam bidang inovasi dan difusi inovasi :

1. Keuntungan relatif (*Relative advantage*)

   Inovasi produk harus memberikan keuntungan relatif yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang sudah ada. Keuntungan ini dapat berupa peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, atau peningkatan kualitas.

2. Kesesuaian (*Compatibility*)

   Inovasi produk harus sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan pengalaman pengguna. Jika inovasi produk tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka produk tersebut tidak akan diterima dengan baik.

3. Kompleksitas (*Complexity*)

   Inovasi produk harus mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Jika inovasi produk terlalu kompleks, maka pengguna akan mengalami kesulitan dalam menggunakan produk tersebut.

4. Kemampuan untuk diujicobakan (*Trialability*)

   Inovasi produk harus dapat diujicobakan sebelum pengguna memutuskan untuk menggunakannya. Hal ini dapat membantu pengguna memahami manfaat dan kelebihan produk.

5. Kemampuan untuk diamati (*Observability*)

   Inovasi produk harus dapat diamati dan dilihat manfaatnya oleh pengguna. Jika inovasi produk tidak dapat diamati, maka pengguna tidak akan yakin dengan manfaat produk tersebut.

2.3.1.2 Tipe Inovasi Produk

Tipe inovasi produk menurut para ahli. Berikut adalah beberapa tipe inovasi produk yang dikemukakan oleh para ahli :

1. Menurut Prasetyo (2020), produk inovasi dapat dikelompokkan ke dalam beberapa tipe berdasarkan tingkat kebaruan dan penerimaan pasar. Tipe pertama adalah perluasan lini produk (*line extension*), yaitu inovasi yang menghasilkan variasi produk baru dalam lini produk yang sudah ada. Perluasan ini bertujuan untuk menawarkan pilihan yang lebih beragam kepada konsumen tanpa harus menciptakan produk yang sepenuhnya baru.
2. Menurut Maryana dan Permatasari (2021), tekanan pada pentingnya adaptasi inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen dan tren pasar. Tipe inovasi

yang bersifat adaptif dan responsif terhadap lingkungan cenderung lebih sukses karena mampu memenuhi preferensi konsumen yang terus berkembang.

3. Rasyid dan Indah (2021), menyoroti bahwa tipe inovasi produk yang tepat harus didukung oleh manajemen keuangan yang efektif. Alokasi dana yang tepat untuk penelitian dan pengembangan pada jenis inovasi yang dipilih menjadi kunci agar inovasi dapat dilaksanakan secara optimal dan memberikan kontribusi pada keunggulan kompetitif.

2.3.1.3 Jenis-Jenis Inovasi Produk

Jenis - jenis inovasi produk menurut Kotler dan Keller (2023), diklasifikasikan ke dalam enam kategori yang mencerminkan tingkat kebaruan di pasar. Kategorisasi ini dimulai dengan inovasi yang paling radikal, yaitu:

1. Produk Baru Bagi Dunia (*New-to-the-World Products*), yang menciptakan segmen pasar baru secara mutlak.
2. Lini Produk Baru (*New Product Lines*), di mana perusahaan memasuki pasar yang sudah ada dengan produk baru bagi mereka.
3. Perluasan Lini (*Line Extensions*), yaitu penambahan variasi pada produk yang sudah mapan (seperti rasa atau ukuran baru).
4. Perbaikan dan Revisi Produk yang Ada (*Improvements/Revisions*), yang bertujuan menggantikan produk lama dengan versi yang lebih baik.
5. Penentuan Kembali Posisi (*Repositioning*), di mana produk yang sudah ada dipasarkan ke segmen baru.

6. Pengurangan Biaya (*Cost Reductions*), yaitu inovasi yang menghasilkan kinerja serupa dengan biaya yang lebih rendah, sehingga meningkatkan nilai bagi konsumen.

Secara keseluruhan, Kotler dan Keller (2023), memandang bahwa inovasi produk harus mencakup spektrum luas mulai dari terobosan hingga modifikasi kecil yang strategis untuk mempertahankan daya saing.

2.3.1.4 Indikator Inovasi Produk

Adapun indikator inovasi produk menurut (Prasetyo, 2020), tiga indikator utama inovasi produk, yaitu :

1. Fitur Produk

   Fitur produk merupakan aspek yang membedakan produk dengan produk lain, dilihat dari fungsi produk tersebut.

2. Desain Produk

   Desain produk menambah nilai bagi konsumen lewat gaya atau penampilan produk yang juga mempengaruhi fungsi produk tersebut.

3. Kualitas Produk

   Kualitas produk mengacu pada kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, meliputi keandalan, ketahanan, dan ketepatan produksi.

2.4 Kerangka Konseptual

Peran manajemen keuangan dalam pengembangan inovasi produk pada Dapur Gizi keripik lumba-lumba Kota Malang menggambarkan hubungan saling terkait antara manajemen keuangan, inovasi produk, dan kinerja organisasi. Dalam konteks ini, manajemen keuangan berfungsi sebagai pengelola sumber

daya keuangan yang strategis untuk mendukung investasi pada inovasi produk. Manajemen keuangan yang efektif memungkinkan alokasi dana yang optimal untuk penelitian dan pengembangan, pengelolaan biaya produksi, serta pengadaan teknologi baru yang mampu mendorong proses inovatif. Inovasi produk sendiri dianggap sebagai variabel kunci yang berkontribusi pada peningkatan daya saing dan nilai tambah produk di pasar. Inovasi tersebut berpotensi memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Kerangka ini mengasumsikan bahwa keberhasilan inovasi produk , pengawasan anggaran, dan pengendalian biaya, sehingga memaksimalkan efisiensi dan efektivitas sumber daya. Dengan demikian, kerangka konseptual ini mengintegrasikan fungsi manajemen keuangan sebagai fondasi penting dalam proses penciptaan inovasi produk yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha Dapur Gizi. Kajian ini mendasarkan pemahamannya pada teori manajemen keuangan dan inovasi produk yang saling melengkapi dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan bisnis (Sono, 2024; Khan et al., 2023).

Peran fundamental manajemen keuangan dalam memfasilitasi dan mendorong pengembangan inovasi produk pada UKM Dapur Gizi keripik lumba-lumba di Kota Malang. Secara teoretis, manajemen keuangan, yang direfleksikan melalui praktik seperti perencanaan anggaran yang akurat, efisiensi alokasi modal kerja, dan pengambilan keputusan investasi (Ritonga & Utomo, 2019), diasumsikan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel pengembangan inovasi produk. Inovasi produk itu sendiri diukur melalui

indikator-indikator krusial, meliputi pengembangan *product superiority* (keunggulan produk), diversifikasi atau *line extension* produk, serta adaptasi desain dan kemasan (Taufiq et al., 2019). Hubungan ini berlandaskan pada premis bahwa pengelolaan finansial yang baik adalah prasyarat bagi UKM untuk mampu mengalokasikan sumber daya secara konsisten, menanggung risiko R&D, dan berinvestasi dalam aktivitas inovasi, yang pada akhirnya akan menjamin keberlanjutan usaha (Ariyanti & Wijayanti, 2023).

Gambar 0.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Diolah 2025

