



MANAJEMEN INOVASI

Ambar Sri Lestari, Hendra Halim,
Raden Isma Anggraini, Selfi Budi Helpiastuti,
Helin Garlinia Yudawisastra, Yaen Miftakhul Laily,
Ester Manik, Alfatih S. Manggabarani, Lisa Sarinah,
Masadib Akmal Vyandri, Siti Yolanda Rahman Utami

MANAJEMEN INOVASI

Ambar Sri Lestari, Hendra Halim,
Raden Isma Anggraini, Selfi Budi Helpiastuti,
Helin Garlinia Yudawisastra, Yaen Miftakhul Laily,
Ester Manik, Alfatih S. Manggabarani, Lisa Sarinah,
Masadib Akmal Vyandri, Siti Yolanda Rahman Utami



MANAJEMEN INOVASI

Tim Penulis:

**Ambar Sri Lestari, Hendra Halim, Raden Isma Anggraini, Selfi Budi Helpiastuti,
Helin Garlinia Yudawisastra, Yaen Miftakhul Lally, Ester Manik, Alfatih S. Manggabarani,
Lisa Sarinah, Masadib Akmal Vyandri, Siti Yolanda Rahman Utami**

Desain Cover:

Usman Taufik

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Aas Masruroh

ISBN:

978-634-246-253-9

Cetakan Pertama:

September, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Manajemen Inovasi” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Manajemen Inovasi.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

September, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN INOVASI.....	1
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Inovasi.....	2
B. Peran Inovasi dan Keunggulan Kompetitif	6
C. Jenis-Jenis Inovasi Dalam Organisasi	7
D. Hubungan Antara Inovasi dan Manajemen.....	10
E. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Inovasi.....	12
F. Prinsip-prinsip Dalam Manajemen Inovasi.....	15
G. Rangkuman Materi	17
BAB 2 TEORI DAN MODEL INOVASI.....	23
A. Pendahuluan	24
B. Model Linear dan Non-Linear Dalam Inovasi	25
C. Difusi Inovasi dan Faktor Yang Mempengaruhinya	27
D. Inovasi Disruptif dan Pengaruhnya Dalam Organisasi.....	29
E. <i>Open Innovation</i> dan <i>Closed Innovation</i>	31
F. Model Manajemen Inovasi Dalam Perusahaan.....	34
G. Hubungan Antara Inovasi dan Siklus Hidup Produk	36
H. Rangkuman Materi	38
BAB 3 SUMBER-SUMBER INOVASI	49
A. Inovasi Berbasis Penelitian dan Pengembangan (R&D)	50
B. Inovasi Berbasis Teknologi dan Digitalisasi	54
C. Inovasi Berbasis Pasar dan Konsumen	57
D. Inovasi Berbasis Organisasi dan Proses Internal	62
E. Inovasi Berbasis Kolaborasi dan Aliansi Strategis.....	64
F. Inovasi Berbasis Pembelajaran dan Pengalaman	67
G. Rangkuman Materi	72
BAB 4 MANAJEMEN INOVASI DALAM ORGANISASI.....	79
A. Struktur Organisasi Yang Mendukung Inovasi.....	81
B. Peran Kepemimpinan Dalam Mendorong Inovasi.....	85
C. Budaya Organisasi Yang Mendukung Inovasi.....	88
D. Kolaborasi Tim Dalam Proses Inovasi	91

E. Keterlibatan Karyawan Dalam Pengembangan Inovasi.....	95
F. Pengelolaan Sumber Daya Untuk Inovasi.....	96
G. Rangkuman Materi	99
BAB 5 PROSES MANAJEMEN INOVASI.....	105
A. Ideasi dan Pengembangan Konsep Inovasi	106
B. Validasi dan Pengujian Ide Inovatif	108
C. Implementasi dan Pengelolaan Inovasi Dalam Organisasi	111
D. Komersialisasi Produk dan Jasa Inovatif.....	112
E. Pengukuran Keberhasilan Inovasi.....	115
F. Pengembangan Berkelanjutan Dalam Inovasi.....	116
G. Rangkuman Materi	117
BAB 6 BUKU STRATEGI DALAM MANAJEMEN INOVASI.....	121
A. Pendahuluan	122
B. Perencanaan dan Formulasi Strategi Inovasi	123
C. Pengelolaan Portofolio Inovasi Dalam Organisasi	126
D. Integrasi Teknologi Dalam Operasional Perusahaan.....	128
E. Optimalisasi Sumber Daya Dalam Implementasi	130
F. Evaluasi dan Keberlanjutan Inovasi	132
G. Rangkuman Materi	134
BAB 7 INOVASI DALAM OPERASIONAL DAN PRODUKSI.....	139
A. Penerapan Inovasi Dalam Proses Produksi	140
B. Pengembangan Sistem Produksi Yang Efisien	143
C. Optimalisasi Rantai Pasokan Dengan Inovasi	146
D. Peningkatan Kualitas Produk Melalui Inovasi.....	149
E. Inovasi Dalam Pengelolaan Logistik dan Distribusi	152
F. Integrasi Teknologi Dalam Operasional Perusahaan.....	154
G. Rangkuman Materi	157
BAB 8 INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK DAN LAYANAN.....	163
A. Pendahuluan	164
B. Konsep Dasar Pengembangan Produk Inovatif	165
C. Proses Pengembangan Produk Baru	167
D. Diferensiasi Produk Melalui Inovasi	171
E. Adaptasi Produk Terhadap Kebutuhan Konsumen	174
F. Strategi Pemasaran Untuk Produk Inovasi	176
G. Evaluasi Keberhasilan Inovasi Dalam Pengembangan Produk	178

H. Rangkuman Materi	179
BAB 9 INOVASI DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	183
A. Pendahuluan	184
B. Peran SDM Dalam Mendorong Inovasi	187
C. Pengembangan Keterampilan dan Kompensasi Untuk Inovasi	189
D. Pengelolaan Kreativitas Dalam Organisasi	191
E. Sistem Insentif Untuk Meningkatkan Inovasi Karyawan	196
F. Pembentukan Tim Yang Inovatif dan Kolaboratif	197
G. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan dan Produktivitas Karyawan	200
H. Rangkuman Materi	202
BAB 10 MANAJEMEN KEUANGAN DALAM INOVASI	207
A. Pendahuluan	208
B. Indikator Kinerja Inovasi Dalam Organisasi	209
C. Matriks Keberhasilan Dalam Implementasi Inovasi	213
D. Analisis Produktivitas dan Efisiensi Dalam Inovasi	215
E. Pengaruh Inovasi Terhadap Profitabilitas Perusahaan	217
F. Metode Pengumpulan Data Dalam Evaluasi Inovasi	218
G. Optimalisasi Inovasi Berdasarkan Evaluasi Yang Dilakukan	220
H. Rangkuman Materi	222
BAB 11 INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PASAR DAN PELANGGAN ...	231
A. Pendahuluan	232
B. Pengaruh Inovasi Terhadap Perilaku Konsumen	232
C. Penggunaan Data Dalam Menyesuaikan Produk Inovatif	235
D. Segmentasi Pasar Dalam Pengembangan Produk	237
E. Strategi Peluncuran Produk Berbasis Inovasi	239
F. Penerapan Teknologi Dalam Interaksi Dengan Pelanggan	241
G. Evaluasi Respons Pasar Terhadap Produk Inovatif	243
H. Rangkuman Materi	246
GLOSARIUM	253
PROFIL PENULIS	260



MANAJEMEN INOVASI

BAB 1: KONSEP DASAR MANAJEMEN INOVASI

Dr. Ambar Sri Lestari, M.Pd

UIN Syarif Hidayatullah

BAB 1

KONSEP DASAR MANAJEMEN INOVASI

A. PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP INOVASI

Inovasi adalah proses mengubah ide-ide baru, pengetahuan baru menjadi produk dan layanan baru. Joseph Schumpeter mendefinisikan inovasi sebagai suatu kegiatan yang mengarah pada fungsi produksi baru atau produk baru, baginya inovasi adalah (McDaniel, 2002, hlm. 57–58):

1. Pengenalan barang baru: pengusaha harus memproduksi, yaitu memperkenalkan produk baru yang dapat dengan mudah dijual dan tidak ditawarkan di pasar.
2. Pengenalan metode produksi baru: inovasi harus menawarkan skema produksi baru yang dapat menghasilkan peningkatan output melalui input yang ada, penurunan biaya per unit produk, pengenalan input baru, dan perubahan input yang sudah ada. Pembukaan pasar baru: inovasi dapat meningkatkan penjualan di wilayah baru, dan juga meningkatkan jumlah pelanggan.
3. Penaklukan sumber pasokan baru bahan baku atau barang setengah jadi: Pemasok bahan baku sering kali dapat menurunkan kualitas bahan baku atau menaikkan harganya, dan ini secara langsung memengaruhi kualitas dan harga jual produk baru. Oleh karena itu, pengusaha harus menemukan sumber input yang tepat, yang diperlukan untuk produksi produk baru.
4. Pelaksanaan organisasi baru di industri mana pun: Schumpeter menggambarkan langkah ini sebagai masuknya pengusaha ke pasar monopoli, tempat yang sebelumnya tidak ada persaingan, atau sebagai penciptaan kondisi yang memungkinkan pengusaha mengambil posisi monopoli di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrunhosa, A., & Sá, M. E. (2008). Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry? *Technovation*, 28, 208–221.
- Ambler G. 2007. Five Principles of Innovation. <http://www.thepracticeofleadership.net/2007/01/28/5-principles-of-innovation/>
- Collins, C. J., & Clark, K. D. (2003). Strategic human resource practices, top management team social networks, and firm performance: The role of human resource practices in creating organizational competitive advantage. *Academy of Management Journal*, 46, 740–751.
- Chen, J., & Tsou, H. (2007). Information technology adoption for service innovation practices and competitive advantage: The case of financial firms. *Information Research*, 12(3), 1368–1613
- Choi, J. N., & Price, R. H. (2005). The effects of person–innovation fit on individual responses to innovation. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 83–96.
- Dewar, R.D. and Dutton, J.E. (1986) The adoption of radical and incremental innovations: an empirical analysis. *Management Science*, 32(11): 1422–1433
- Diefendorff, J. M., & Chandler, M. M. (2011). Motivating employees. In Z., Sheldon (Ed.). *APA handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 3, pp. 65–135). Washington, DC, US: American Psychological Association. viii, 960.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 147–160.
- Drucker FP. 1993. *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row Publishers Inc.: New York, NY
- Fortuin, F. T. J. M., & (Onno) Omta, S. W. F. (2009). Innovation drivers and barriers in food processing. *British Food Journal*, 111(8), 839–851.
- Fingar P. 2006. *Extreme Competition: Innovation and the Great 21st Century Business Reformation*. Meghan-Kiffer Press: Street Tampa, FL.

- 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, 163–176.
- Henderson, R.M. and Clark, K.C. (1990) Architectural innovation: the reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms. *Administrative Science Quarterly*, 35: 9–30
- Inauen, M., & Schenker-Wicki, A. (2011). The impact of outside-in open innovation on innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 14(4), 469–520.
- Jansen, K. J., & Kristof-Brown, A. (2006). Toward a multidimensional theory of person-environment fit. *Journal of Managerial Issues*, 18, 193–212.
- Kanfer, R. (1992). Work motivation: New directions in theory and research. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 7, 1–53
- Kelley, T., & Littman, J. (2006). *The ten faces of innovation: Strategies for heightening creativity*. London, England: Profile Books
- Kogut, B., and Zander U. (1992) Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(2): 383–397.
- Klein, K. J., & Sorra, J. S. (1996). The challenge of innovation implementation. *Academy of Management Review*, 21, 1055–1080.
- Klein, K. J., Conn, A. B., & Sorra, J. S. (2001). Implementing computerized technology: An organizational analysis. *Journal of Applied Psychology*, 86, 811–824.
- Klein, K. J., & Knight, A. P. (2005). Innovation implementation overcoming the challenge. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 243–246.
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49, 1–49.
- Loewe, P., & Chen, G. (2007). Changing your company's approach to innovation. *Strategy & Leadership*, 35(6), 18–26.

- Lionnet P. 2003. Innovation — The Process. ESA Training Workshop: Lisbon.
- McDaniel BA. 2002. Entrepreneurship and Innovation: An Economic Approach. M.E Sharpe: London.
- Northouse, P. G. (2007). Leadership: Theory and practice. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Petersilia, J. (1990). Conditions that permit intensive supervision programs to survive. *Crime & Delinquency*, 36, 126–145.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2004). The multidimensionality of TQM practices in determining quality and innovation performance – An empirical examination. *Technovation*, 24, 443–453.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2006). The integration of TQM and technology/R&D management in determining quality and innovation performance. *Omega, International Journal of Management Science*, 34, 296–312.
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of innovations (4th ed.). New York, NY: The Free Press
- Rowley, J., Baregheh, A., & Sambrook, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. *Management Decision*, 49(1), 73–86.
- Santos-Vijande, M. L., & Álvarez-González, L. I. (2007). Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: The moderating role of market turbulence. *Technovation*, 27, 514–532.
- Siguaw, J. A., Simpson, P. M., & Enz, C. A. (2006). Conceptualizing innovation orientation: A framework for study and integration of innovation research. *Journal of Product Innovation Management* 23(6), 556–574
- Sung, S. Y., Cho, D. S., & Choi, J. N. (2011). Who initiates and who implements? A multi-stage, multiagent model of organizational innovation. *Journal of Management & Organization*, 17, 344–363.
- Scriabina, N. (2011). Organize how you innovate. *Quality Progress*, 44(6), 16–22.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37, 580–607.

- Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA
- Shrivastava, P., and W.E. Souder (1987) The Strategic Management of Technological Innovations : a Review and a Model. *Journal of Management Studies*, 25(1): 25–41.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2013). *Managing innovation: Integrating technological market and organizational change*. Chicester: Wiley.
- Utterback, J., & Suarez, F. (1993). Innovation, competition, and market structure. *Research Policy*, 22(1), 1–21
- Valencia, J. C. N., Valle, R. S., & Jimenez, D. J. (2010). Organizational culture as determinant of product innovation. *European Journal of Innovation Management*, 13(4), 466–480.
- Yi, Y., Liu, Y., He, H., & Li, Y. (2011). Environment, governance, controls, and radical innovation during institutional transitions. *Asia Pacific Journal of Management*. doi: 10.1007/s10490-010-9231-7
- Zheng, S., Zhang, W., Wu, X., & Du, J. (2011). Knowledge-based dynamic capabilities and innovation in networked environments. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 1035–1051.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 2: TEORI DAN MODEL INOVASI

Hendra Halim, M.E.

Universitas Syiah Kuala

BAB 2

TEORI DAN MODEL INOVASI

A. PENDAHULUAN

Inovasi telah menjadi elemen fundamental dalam mempertahankan keunggulan kompetitif dan menjawab dinamika pasar yang terus berubah. Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan dan teknologi, kemampuan organisasi untuk berinovasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan prasyarat keberlangsungan bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau layanan baru, tetapi mencakup transformasi model bisnis, proses internal, dan bahkan hubungan dengan pelanggan serta mitra eksternal (Tidd & Bessant, 2021). Oleh karena itu, pemahaman terhadap teori dan model inovasi menjadi krusial sebagai dasar konseptual bagi manajemen inovasi yang efektif.

Bab ini membahas berbagai pendekatan teoretis dan model-model praktis yang telah dikembangkan dalam kajian inovasi. Dimulai dari model linear dan non-linear, difusi inovasi, inovasi disruptif, hingga pendekatan open dan *closed innovation*. Setiap model tersebut memberikan sudut pandang berbeda dalam menjelaskan bagaimana inovasi muncul, menyebar, dan diimplementasikan dalam lingkungan organisasi. Perbedaan konteks historis, teknologi, dan struktur organisasi telah melahirkan keragaman model yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik perusahaan atau sektor industri tertentu (Crossan & Apaydin, 2010).

Selain teori dan pendekatan, bab ini juga mengulas hubungan antara inovasi dengan siklus hidup produk serta berbagai model manajemen inovasi yang telah terbukti efektif di dunia industri. Dengan memahami dimensi teoretis ini, pembaca diharapkan mampu mengembangkan perspektif holistik terhadap inovasi sebagai proses sistemik, bukan hanya sebagai aktivitas kreatif yang berdiri sendiri. Kerangka ini menjadi

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, R., Bessant, J., & Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review. *International Journal of Management Reviews*, 8(1), 21–47. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2006.00119.x>
- Ahmed, N., Qamar, S., Jabeen, G., & Yan, Q. (2022). Systematic analysis of factors affecting biogas technology acceptance: Insights from the diffusion of innovation. *Renewable Energy Technologies and Systems*. <https://doi.org/10.1016/j.est.2022.104754>
- Almeida, J. F. de, Amaral, D. C., & Coelho, R. T. (2021). Innovative framework to manage new product development integrating agile and additive manufacturing. *Procedia CIRP*, 99, 475–480. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2021.03.079>
- Arnold, T., & Marinova, D. (2023). Disrupting the organizational frontlines. *Journal of Service Research*. <https://doi.org/10.1177/10946705231175286>
- Attour, A., & Barbaroux, P. (2021). The role of knowledge processes in a business ecosystem's lifecycle. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(3), 1121–1138. <https://doi.org/10.1007/s13132-016-0395-3>
- Balconi, M., Brusoni, S., & Orsenigo, L. (2010). In defence of the linear model: An essay. *Research Policy*, 39(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.09.013>
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2018). Open innovation: Research, practices, and policies. *California Management Review*, 60(2), 5–16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Brinkerink, J., Rondi, E., & Benedetti, C. (2020). Family business or business family? Organizational identity elasticity and strategic responses to disruptive innovation. *Journal of Family Business Strategy*, 11(3), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100319>
- Chemma, N. (2021). Disruptive innovation in a dynamic environment: A winning strategy? *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10, 15. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00150-y>

- Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H. W. (2010). Business model innovation: Opportunities and barriers. *Long Range Planning*, 43(2–3), 354–363. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.010>
- Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. In H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, & J. West (Eds.), *New Frontiers in Open Innovation* (pp. 3–28). Oxford University Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press.
- Cooper, R. G. (2014). What's next? After Stage-Gate. *Research-Technology Management*, 57(1), 20–31. <https://doi.org/10.5437/08956308X5606963>
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Currie, L. M., Doyle, G. J., & Garrett, B. (2014). Integrating mobile devices into nursing curricula: Opportunities for implementation using Rogers' diffusion of innovation model. *Nurse Education Today*, 34(5), 761–765. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2013.10.021>
- Dahlander, L., & Gann, D. M. (2010). How open is innovation? *Research Policy*, 39(6), 699–709. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.013>
- De Keyser, B., & Vandenbempt, K. (2025). Persisting under pressure: How organizations coordinate their response to disruptive innovation. *Research Policy*, 54(2), 104725. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2025.104725>

- Dibra, M. (2015). Rogers theory on diffusion of innovation—the most appropriate theoretical model in the study of factors influencing the integration of sustainability in tourism businesses. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1453–1462. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.443>
- Felin, T., & Zenger, T. R. (2014). Closed or open innovation? Problem solving and the governance choice. *Research Policy*, 43(5), 914–925. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.09.006>
- Franco, M., Mendes, L., & Pinho, C. (2021). Application of innovation diffusion theory to the E-learning process: Higher education context. *Education and Information Technologies*, 26(2), 1519–1539. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10269-2>
- Fuchs, C., & Golenhofen, F. (2019). *Mastering Disruption and Innovation in Product Management*. Springer. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-319-93512-6.pdf>
- Gaubinger, K., Rabl, M., Swan, S., & Werani, T. (2015). *Innovation and Product Management: A Holistic and Practical Approach to Uncertainty Reduction*. Springer. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-642-54376-0.pdf>
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of Business Research*, 110, 519–537. <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2018.06.013>
- Godin, B. (2006). The linear model of innovation: The historical construction of an analytical framework. *Science, Technology, & Human Values*, 31(6), 639–667. <https://doi.org/10.1177/0162243906291865>
- Herzog, P. (2008). *Open and Closed Innovation: Different Cultures for Different Strategies*. Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8090-8>
- Iqbal, M., & Zahidie, A. (2022). Diffusion of innovations: A guiding framework for public health. *Scandinavian Journal of Public Health*, 50(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/14034948211014104>

- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*. Harvard Business Press.
- Karlova, M., & Fomina, T. (2020). Efficiency of innovation sector development: The linear and non-linear models of innovative economy building development. *Journal of Physics: Conference Series*, 1614(1), 012039. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1614/1/012039>
- Ketkaew, C., Naruetharadhol, P., & Srisathan, W. A. (2023). Assessing the effectiveness of open innovation implementation strategies in Thai SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 112–127. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100324>
- Klein, H. S., & Wagner, G. (2011). Extending the product life cycle within an international marketing strategy: Relaunching the German AUDI A4 as the Spanish SEAT Exeo. *Fallstudien zum Internationalen Management*. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-8349-6793-0.pdf>
- Kline, S. J., & Rosenberg, N. (1986). An Overview of Innovation. In R. Landau & N. Rosenberg (Eds.), *The Positive Sum Strategy: Harnessing Technology for Economic Growth* (pp. 275–305). National Academy Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lucas, H. C., & Goh, J. M. (2009). Disruptive technology: How Kodak missed the digital photography revolution. *The Journal of Strategic Information Systems*, 18(1), 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2009.01.002>
- Makowsky, M. J., Guirguis, L. M., & Hughes, C. A. (2013). Factors influencing pharmacists' adoption of prescribing: Qualitative application of the diffusion of innovations theory. *Implementation Science*, 8, 109. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-8-109>
- Marzi, G., Dabić, M., Daim, T., & Garces, E. (2017). Product and process innovation in manufacturing firms: A 30-year bibliometric analysis. *Scientometrics*, 113(3), 1229–1278. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2500-1>

- Martinez-Roman, J. A., Gamero, J., & Tamayo, J. A. (2011). Analysis of innovation in SMEs using an innovative capability-based non-linear model: A study in the province of Seville (Spain). *Technovation*, 31(9), 459–475. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.05.005>
- Michalski, M., Montes, J. L., & Narasimhan, R. (2019). Relational asymmetry, trust, and innovation in supply chain management: A non-linear approach. *International Journal of Logistics Management*, 30(2), 499–524. <https://doi.org/10.1108/IJLM-01-2018-0011>
- Nagy, D., Schuessler, J., & Dubinsky, A. (2016). Defining and identifying disruptive innovations. *Industrial Marketing Management*, 57, 119–126. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.11.017>
- Oliveira, L. S. de, & Echeveste, M. E. S. (2019). Open innovation in regional innovation systems: Assessment of critical success factors for implementation in SMEs. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(4), 1412–1432. <https://doi.org/10.1007/s13132-019-00619-y>
- Paluch, S., Antons, D., Brettel, M., Hopp, C., & Salge, T. O. (2020). Stage-Gate and Agile development in the digital age: Promises, perils, and boundary conditions. *Journal of Business Research*, 110, 495–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.056>
- Pinho, C., Franco, M., & Mendes, L. (2021). Application of innovation diffusion theory to the E-learning process: Higher education context. *Education and Information Technologies*, 26, 1519–1539. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10269-2>
- Piperopoulos, P., & Wynarczyk, P. (2013). Open innovation in SMEs: An overview of practices and barriers. *International Small Business Journal*, 31(3), 240–264. <https://doi.org/10.1177/0266242612472214>
- Radnejad, A. B., & Sarkar, S. (2022). Design thinking in responding to disruptive innovation: A case study. *Industry and Innovation*, 29(4), 523–542. <https://doi.org/10.1080/13662716.2021.1951825>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Publishing.

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Saebi, T., & Foss, N. J. (2015). Business models for open innovation: Matching heterogeneous open innovation strategies with business model dimensions. *European Management Journal*, 33(3), 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.11.002>
- Sanni, S. A., Ngah, Z. A., & Karim, N. H. A. (2013). Using the diffusion of innovation concept to explain the factors that contribute to the adoption rate of e-journal publishing. *Serials Review*, 39(4), 250–257. <https://doi.org/10.1016/j.serrev.2013.10.001>
- Srinivasan, S., & Jayaraman, V. (2021). Orchestrating sustainable stakeholder value creation: A product life cycle extension perspective. In *OR/MS Applications in Sustainable Design* (pp. 135–149). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58023-0_10
- Styhre, A. (2002). Non-linear change in organizations: Organization change management informed by complexity theory. *Leadership & Organization Development Journal*, 23(6), 343–351. <https://doi.org/10.1108/01437730210441300>
- Szymańska, E., & Berbel Pineda, J. M. (2024). Innovation processes: From linear models to artificial intelligence. *Engineering Management in Production and Services*, 16(1), 25–38. <https://doi.org/10.2478/emj-2024-0021>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.
- Valente, T. W., & Rogers, E. M. (1995). The origins and development of the diffusion of innovations paradigm as an example of scientific growth. *Science Communication*, 16(3), 242–273. <https://doi.org/10.1177/1075547095016003002>
- Walker, J., & Whetton, S. (2002). The diffusion of innovation: Factors influencing the uptake of telehealth. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 8(1), 4–7. <https://doi.org/10.1258/13576330260440934>
- Werker, C. (2003). Innovation, market performance, and competition: Lessons from a product life cycle model. *Technovation*, 23(8), 631–636. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(01\)00109-2](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(01)00109-2)

Zach, F. J., Nicolau, J. L., & Sharma, A. (2020). Disruptive innovation, innovation adoption and incumbent market value: The case of Airbnb. *Annals of Tourism Research*, 80, 102818. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102818>



MANAJEMEN INOVASI

BAB 3: SUMBER-SUMBER INOVASI

Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M., CHRMP.

Sekolah Bisnis - Institut Pertanian Bogor

BAB 3

SUMBER-SUMBER INOVASI

A. INOVASI BERBASIS PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN (R&D)

Penelitian dan pengembangan (*research and development/ R&D*) merupakan sumber utama inovasi dalam berbagai sektor, mulai dari industri manufaktur hingga layanan publik. Inovasi berbasis R&D bukan hanya menciptakan penemuan atau teknologi baru, tetapi juga memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing ekonomi, produktivitas perusahaan, serta pembangunan nasional yang berkelanjutan. Di tengah era digital dan disrupsi global, peran R&D semakin krusial dalam membentuk model bisnis, produk, dan layanan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan.

1. Peran Strategis R&D dalam Mendorong Inovasi

a. Fondasi Pertumbuhan Ekonomi dan Keunggulan Kompetitif

R&D secara historis telah terbukti menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Dalam pendekatan ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), aktivitas R&D menjadi sumber penciptaan nilai baru melalui teknologi, peningkatan proses, serta diferensiasi produk (Guenther 2015; Hariharan dan Biswas 2024). Negara-negara maju seperti Jerman, Korea Selatan, dan Singapura menjadikan investasi R&D sebagai tulang punggung strategi pembangunan nasional mereka (Chua 2007). Peningkatan investasi R&D tidak hanya berdampak pada sektor teknologi tinggi, tetapi juga pada sektor tradisional seperti pertanian, perikanan, dan manufaktur, yang kini mengalami transformasi berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Berawi MA. 2022. Innovative Digital Technology and Economy Capacity Development. *International Journal of Technology*, 13(7), 1369-1372.
- Bermúdez-Hernández J, Valencia-Arias A, Montaña-Arias WM. 2021. Conceptual model for innovation in the approach of market-oriented strategies. *Indian Journal of Marketing*, 51(12), 8-25.
- Branstad, A., & Solem, B. A. (2020). Emerging theories of consumer-driven market innovation, adoption, and diffusion: A selective review of consumer-oriented studies. *Journal of Business Research*, 116, 561-571.
- Capriati, M., & Divella, M. (2022). Firms' organisational capabilities and innovation generation: the case of Italy. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(6), 447-466.
- Chua KC. 2007. The Singapore National Research Foundation: Supporting R&D for economic payoffs. In *2007 First International Symposium on Advanced Networks and Telecommunication Systems* (pp. 1-3). IEEE.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Dearing, A. (2007). Enabling Europe to innovate. *Science*, 315(5810), 344-347.
- Deliu, D., & Olariu, A. (2024). The role of artificial intelligence and Big Data analytics in shaping the future of professions in Industry 6.0: Perspectives from an emerging market. *Electronics*, 13(24), 4983.
- Fenwick, T. (2003). Innovation: examining workplace learning in new enterprises. *Journal of workplace learning*, 15(3), 123-132.
- Fermam, R. K. S., & De Queiroz, A. B. M. M. (2016, July). Development and implementation of Cgcre accreditation program for greenhouse gas verification bodies. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 733, No. 1, p. 012047). IOP Publishing.
- Guenther GL. 2015. *Research Tax Credit: Current Law and Policy Issues for the 113th Congress*. Congressional Research Service.
- Guinet J, Meissner D. 2012. Open innovation: Implications for corporate strategies, government policy and international R&D

- spillovers. *Foresight and STI Governance (Foresight-Russia till No. 3/2015)*, 6(1), 26-36.
- Hariharan AN, Biswas A. 2024. Capturing Regional Inequality of Knowledge-Based Innovation Activities by the USA-Based Multinational Enterprises in a Globalized World. In *Neoliberal Policies and Inequality* (pp. 165-174). Routledge India.
- Hassanin M. 2012. A dynamic open innovation framework to accelerate research and regional development in the Egyptian open university. In *International Conference on e-Learning* (p. 125). Academic Conferences International Limited.
- Kaschny, M., Nolden, M., Kaschny, M., & Nolden, M. (2018). Organizational structures. *Innovation and Transformation: Basics, Implementation and Optimization*, 137-175.
- Kemp, S. E. (2013). Consumers as part of food and beverage industry innovation. In *Open innovation in the food and beverage industry* (pp. 109-138). Woodhead Publishing.
- Lee, S., Oh, H. Y., & Choi, J. (2020). Service design management and organizational innovation performance. *Sustainability*, 13(1), 4.
- Lee, Y. N., & Walsh, J. P. (2016). Inventing while you work: Knowledge, non-R&D learning and innovation. *Research policy*, 45(1), 345-359.
- Li, M. L., Peng, H. J., & Zhang, X. K. (2011). Research on Virtual Learning Community Based on Physical Knowledge. *Advanced Materials Research*, 214, 688-692.
- Liu, J., & Qian, J. (2005, September). A theoretical framework for linking technological and organizational innovation in the IT-based networked environment. In *Proceedings. 2005 IEEE International Engineering Management Conference, 2005*. (Vol. 2, pp. 646-650). IEEE.
- Mali, S., Kulkarni, S., Patil, T., Patil, S., Desai, S., & Patil, R. (2024). Transforming Industrial Operations through Industry 4.0's Integration of Emerging Solutions. In *2024 IEEE Pune Section International Conference (PuneCon)* (pp. 1-6). IEEE.
- Malkorra, M. L. (2013). Understanding organizational innovation from its practice. In *Management Innovation: Antecedents*,

- Complementarities and Performance Consequences* (pp. 45-59). Cham: Springer International Publishing.
- Meyer, M. H., Crane, F. G., & Lee, C. (2016). Connecting ethnography to the business of innovation. *Business Horizons*, 59(6), 699-711.
- Nagano, M. S., Stefanovitz, J. P., & Vick, T. E. (2014). Innovation management processes, their internal organizational elements and contextual factors: An investigation in Brazil. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 63-92.
- Nagimovich, B. N., & Nasimovna, K. C. (2017). Peculiarities of consumer innovations and the necessity of formation of management tools, oriented for the future consumer. *Astra Salvensis-review of history and culture*, (10), 167-177.
- Pruett, M., & Thomas, H. (2008). Experience-based learning in innovation and production. *R&d Management*, 38(2), 141-153.
- Rusu, VD, Mocanu, M, Bibiri AD. (2022). Determining factors of participation and success rates in research funding competitions: Case study. *Plos one*, 17(7), e0272292.
- Salomaa, M., & Caputo, A. (2021). Business as usual? Assessing the impact of the COVID-19 pandemic to research, development and innovation (RDI) activities of universities of applied sciences. *Tertiary Education and Management*, 27(4), 351-366.
- Santos, V., & Malta, P. (2023). The Impact of Digital Transformation on Innovation in European Companies: A New Generation of AI Predictive Model Test Against Predictive Machine Learning Algos. In *International Conference on Marketing and Technologies* (pp. 447-458). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Schaffers, H. (2022). Digitalization and Management of Innovation: The Role of Technology, Environment, and Governance. In *Digital Innovation and the Future of Work* (pp. 285-317). River Publishers.
- Schaffers, H., Vartiainen, M., & Bus, J. (Eds.). (2022). *Digital innovation and the future of work*. CRC Press.
- Seidle, R. (2024). Searching wide or staying close: the relative use of distinct organisational learning types in high and low novelty innovations. *Industry and Innovation*, 31(9), 1101-1140

- Sharma, S., & Chamoli, N. (2023). 8 Merging of artificial intelligence (AI) with virtual reality (VR) in healthcare. *Artificial Intelligence for Virtual Reality*, 14, 103.
- Suvattanadilok, M. (2024). Market variables influence customer behavior toward coffee business growth. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2329242.
- Wang, J. H., Dai, X., Wu, Y. H., & Chen, H. L. (2024). Innovation strategies and financial performance: a resource dependence perspective for Fintech management decision-making. *Journal of Organizational Change Management*, 37(7), 1510-1534.
- Zavaglia Torres T, Pierozzi Jr I, Martins Bernardes R, Vacari I. 2010. Collaborative environments in RD&I institutions of the Brazilian agricultural sector. *Journal of technology management & innovation*, 5(3), 69-80.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 4: MANAJEMEN INOVASI DALAM ORGANISASI

Dr. Selfi Budi Helpiastuti, S.Sos., M.Si

FISIP Universitas Jember

BAB 4

MANAJEMEN INOVASI DALAM ORGANISASI

Manajemen inovasi adalah serangkaian aktivitas yang terorganisir untuk mengelola proses inovatif secara sistematis dalam suatu organisasi. Inovasi sendiri merujuk pada penciptaan atau pengembangan sesuatu yang baru dan bermanfaat, baik berupa produk, layanan, proses, maupun model bisnis. Oleh karena itu, manajemen inovasi bukan hanya sekadar menghasilkan ide-ide kreatif, tetapi juga mencakup bagaimana ide tersebut dinilai, dikembangkan, diuji, dan diimplementasikan dalam lingkungan kerja. Menurut Tidd dan Bessant (2020), manajemen inovasi adalah kemampuan organisasi untuk secara konsisten mengelola pengetahuan dan kreativitas dalam rangka menciptakan nilai dan membentuk keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Senada dengan itu, Afifuddin (2018) dalam konteks organisasi Indonesia menyatakan bahwa manajemen inovasi merupakan kombinasi antara kemampuan manajerial, penguasaan teknologi, dan keberanian mengambil risiko yang terukur, untuk menjawab dinamika perubahan lingkungan secara responsif. Dalam konteks ini, inovasi menjadi bagian integral dari strategi organisasi untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara adaptif. Organisasi yang mampu menciptakan budaya kerja yang mendukung eksplorasi gagasan dan kolaborasi lintas fungsi biasanya lebih sukses dalam menghasilkan inovasi yang berdampak.

Pentingnya manajemen inovasi dalam organisasi tidak bisa dilepaskan dari kebutuhan organisasi untuk terus bertahan dan berkembang di tengah tantangan global dan disrupsi teknologi. Inovasi menjadi sumber utama keunggulan kompetitif dalam era yang ditandai oleh perubahan cepat. Organisasi yang mengabaikan inovasi akan mengalami stagnasi, bahkan terancam kehilangan relevansi di pasar. Menurut Crossan dan Apaydin (2019), inovasi yang dikelola dengan baik berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan organisasi, mempercepat pencapaian visi, serta meningkatkan ketangguhan organisasi dalam menghadapi krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2018). *Manajemen Inovasi dalam Organisasi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157–183. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Chesbrough, H. W. (2020). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business Review Press.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2019). A multidimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 56(6), 1215–1245.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Routledge. (Karya asli diterbitkan 1985)
- Edmondson, A. (2019). *The Fearless Organization: Creating Psychological Safety in the Workplace for Learning, Innovation, and Growth*. Wiley.
- Heifetz, R., Grashow, A., & Linsky, M. (2009). *The Practice of Adaptive Leadership: Tools and Tactics for Changing Your Organization and the World*. Harvard Business Press.
- Helpiastuti, S. B. (2023). *Pengembangan SDM Modern: Mengoptimalkan Training Needs Assessment berbasis Social Network untuk Kinerja Unggul*. Arta Media Nusantara.
- Janssen, O. (2021). *Innovative Work Behavior: A Comprehensive Framework*. Journal of Organizational Behavior.
- Kementerian PANRB. (2021). *Laporan Inovasi Pelayanan Publik Kabupaten Banyuwangi: Smart Kampung*. Jakarta: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.
- Kementerian PAN-RB. (2023). *Pedoman Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP)*.

- Mintzberg, H. (2020). *Structure in Fives: Designing Effective Organizations*. Pearson Education (Reprint edition).
- Muluk, M. R. (2019). *Inovasi dalam Birokrasi Pemerintahan: Teori dan Praktik di Indonesia*. Malang: Bayumedia.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2019). *The Wise Company: How Companies Create Continuous Innovation*. Oxford University Press.
- Nugroho, K. Y., & Utomo, W. P. (2017). Inovasi dalam pelayanan publik: peran kolaborasi dalam pengembangan layanan digital. *Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik*, 21(2), 123–138.
- O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2016). *Lead and Disrupt: How to Solve the Innovator's Dilemma*. Stanford University Press.
- Page, S. E. (2017). *The Diversity Bonus: How Great Teams Pay Off in the Knowledge Economy*. Princeton University Press.
- Telkom Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk*. Jakarta: PT Telkom Indonesia.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.
- Vangen, S., & Huxham, C. (2013). *Managing to Collaborate: The Theory and Practice of Collaborative Advantage*. Routledge.
- Waluya, B. (2020). *Manajemen Inovasi Organisasi Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Warta Ekonomi. (2023). Transformasi Digital Telkom Indonesia Menuju Digital Telco Company. Diakses dari <https://wartaekonomi.co.id>
- West, M. A. (2012). *Effective Teamwork: Practical Lessons from Organizational Research* (3rd ed.). BPS Blackwell.
- Yukl, G., & Gardner, W. (2020). *Leadership in Organizations* (9th ed.). Pearson.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 5: PROSES MANAJEMEN INOVASI

Dr. Helin Garlinia Yudawisastra, M.Si

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 5

PROSES MANAJEMEN INOVASI

*"Innovation is the ability to see change as an opportunity
– not a threat."
— Steve Jobs*

A. IDEASI DAN PENGEMBANGAN KONSEP INOVASI

Fenomena inovasi telah bergeser dari fokus pada modernisasi berwujud ke arah modernisasi tak berwujud dengan konteks yang menghidupkannya. Pergeseran ini tampak penting dalam inovasi yang dikembangkan oleh pengguna akhir individu dalam organisasi dan masyarakat, termasuk eksplorasi keberadaan dan dampak inovasi pengguna akhir tak berwujud di sektor rumah tangga pada skala nasional (Aman et al., 2022). Ideasi adalah proses menghasilkan, mengembangkan, dan menyaring ide-ide baru untuk memecahkan masalah atau menciptakan peluang baru. Dalam inovasi, ideasi berperan sebagai langkah awal untuk menemukan solusi kreatif yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Sartori (2013) membedakan empat bentuk inovasi: (1) inovasi produk, yaitu pengenalan barang atau jasa yang baru atau meningkat secara signifikan dalam hal karakteristik atau penggunaan yang dimaksudkan; (2) inovasi proses, yaitu pengenalan produksi atau pengiriman baru atau yang meningkat secara signifikan; (3) inovasi pemasaran, yaitu implementasi metode pemasaran baru; dan (4) inovasi organisasi, yaitu implementasi metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja, atau hubungan eksternal.

Ideasi dan pengembangan konsep inovasi merupakan proses kreatif dalam menghasilkan serta menyempurnakan gagasan baru yang dapat memberikan solusi terhadap permasalahan atau menciptakan nilai tambah. Metode umum dalam ideasi antara lain adalah *Brainstorming* (menghasilkan banyak ide tanpa batasan terlebih dahulu); *Mind Mapping*

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. P., Mulyadi, H., & Widjajanta, B. (2018). Keterampilan wirausaha untuk keberhasilan usaha. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 111–122.
- Aman, R., Miah, S. J., & Dzator, J. (2022). A New Innovation Concept on End-user's Contextual and Behavioural Perspectives. *Proceedings of Seventh International Congress on Information and Communication Technology: ICICT 2022, London, Volume 1*, 213–222.
- Burns, N., & Susan, K. (2005). Grove. *The Practice of Nursing Research Conduct Critique and Utilization. 5th Edition. Pennsylvania: Elsevier.*
- Busco, C., Giovannoni, E., Granà, F., & Izzo, M. F. (2018). Making sustainability meaningful: aspirations, discourses and reporting practices. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(8), 2218–2246.
- Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47–63.
- Darsana, I. M., Mumu, S., Santoso, F. I., Harinie, L. T., Kaniawati, K., Yudawisastra, H. G., & Ilham, B. (2024). *KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI*. https://books.google.co.id/books?id=_EQPEQAAQBAJ
- Fadhilah, H., & Sari, S. P. (2025). Bibliometric Analysis of Sustainability Innovation and Research Trends. *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 6(1), 1–8.
- Hatta, H., Awaludin, D. T., Ardiansyah, T., Mahriani, E., Mokodongan, E. N., Masi, R., Tapaningsih, W. I. D. A., Sudirman, A., Angreyani, A. D., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., & Yudawisastra, H. G. (2024). PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN KONSEP DAN PRAKTIK. In E. Damayanti (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Hidayati, A., Rosmilawati, R., Usman, A., Tanaya, I. G. L. P., & Septiadi, D. (2020). Upaya peningkatan pendapatan petani melalui pengembangan inovasi pembuatan pupuk organik cair (poc) dengan pemanfaatan limbah pertanian di desa lendang arekecamatan kopang kabupaten lombok tengah. *Prosiding Pepadu*, 2, 34–38.

- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan berbasis teknologi (technopreneurship) dalam perspektif ilmu pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic: Pendidikan Dan Informatika*, 3(2), 75–82.
- Miller, E. (2024). Adding error bars to evals: A statistical approach to language model evaluations. *ArXiv Preprint ArXiv:2411.00640*.
- Nurjanah, U., & Fathor, A. S. (2023). Eksplorasi Kinerja Keuangan Desa Wisata Berdasarkan Rasio Profitabilitas Dan Pengaruh Dari Inovasi Produk. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(2), 34–43.
- Pressman, R. S. (2010). A practitioner's approach. *Software Engineering*, 2, 41–42.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Currency.
- Siringoringo, R. H., & Madya, W. (2012). Manajemen proses inovasi. *Pusdiklatwas BPKP*.
- Zacher, H. (2014). Individual difference predictors of change in career adaptability over time. *Journal of Vocational Behavior*, 84(2), 188–198.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 6: BUKU STRATEGI DALAM MANAJEMEN INOVASI

Yaen Miftakhul Laily, S.A.P., M.AP

Administrasi Negara, FISIP – Universitas Jember

BAB 6

BUKU STRATEGI

DALAM MANAJEMEN INOVASI

A. PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan teknologi yang sangat cepat, persaingan pasar yang terus berubah, serta harapan pelanggan yang semakin tinggi, inovasi telah menjadi kebutuhan utama bagi organisasi. Inovasi tidak lagi dianggap sebagai tambahan atau sekadar pembeda, melainkan menjadi bagian penting dari strategi utama sebuah organisasi. Organisasi yang mampu berinovasi dengan baik akan lebih siap menghadapi tantangan, beradaptasi terhadap perubahan, dan menciptakan nilai yang bermanfaat secara berkelanjutan. Namun, inovasi yang berhasil tidak terjadi begitu saja. Inovasi membutuhkan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terarah, dan evaluasi yang terukur. Karena itu, pengelolaan inovasi harus dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur. Pemahaman yang baik mengenai bagaimana menyusun, menjalankan, dan mengevaluasi strategi inovasi sangat penting dimiliki oleh para pemimpin, manajer, dan pengambil kebijakan, baik di sektor swasta maupun pemerintahan.

Bab ini disusun untuk memberikan gambaran lengkap tentang strategi dalam manajemen inovasi. Pembahasan dimulai dari bagaimana menyusun rencana dan strategi inovasi, termasuk bagaimana visi organisasi, analisis kekuatan dan kelemahan, serta pemahaman terhadap kebutuhan pasar dapat menjadi dasar bagi arah inovasi yang tepat. Selanjutnya, dibahas juga bagaimana mengelola berbagai inisiatif inovasi dalam organisasi agar lebih terarah dan efisien melalui pengelolaan portofolio inovasi. Bab ini juga membahas pentingnya peran teknologi dalam mendukung operasional organisasi, serta bagaimana sumber daya seperti tenaga kerja, anggaran, dan sarana lainnya dapat digunakan sebaik mungkin untuk mendukung pelaksanaan inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, P., Alharani.YS, T., Indriyanti, P., & Rindiyan, R. (2022). Analisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap realisasi investasi asing dan investasi dalam negeri di indonesia tahun 2018-2021. Cemerlang Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 2(4), 55-69. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.404>
- Christensen, C. M. (1997). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press.
- Destiana, R. (2023). Kepemimpinan dan pengembangan sumber daya manusia sektor publik. Dialogue Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 5(1). <https://doi.org/10.14710/dialogue.v5i1.15762>
- Handayani, K., Hakim, L., & Rahay, S. (2024). Foreign direct investment, financial development, and economic growth in asean countries. International Journal of Economics Business and Management Research, 08(03), 116-128. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2024.8308>
- Hasibuan, W. and Aisyah, S. (2023). Pengaruh pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pegawai di kantor dprd labuhan batu. Jurnal Minfo Polgan, 12(2), 2115-2120. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13167>
- McKinsey & Company. (2021). "The State of AI in 2021."
- Mubin, C. (2019). Modelling the effect of infrastructure development acceleration on sustainable economic growth in indonesia. Csid Journal of Infrastructure Development, 2(1), 31. <https://doi.org/10.32783/csid-jid.v2i1.27>
- Nurchay, S., Sudiyono, S., Rachmawati, M., Widagdo, T., & Ali, A. (2024). Strategi human capital development guna membangun sustainable organization dengan maqasid syariah pada pegawai kementerian agama kabupaten semarang. JIEMBI, 2(2), 60-69. <https://doi.org/10.30787/jiembiv2i2.1525>
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.

- Sayati, D., Deviliawati, A., & Rawalillah, H. (2023). Hubungan sumber daya dan struktur birokrasi protokol kesehatan terhadap persepsi penurunan angka kejadian covid-19. *Citra Delima Scientific Journal of Citra Internasional Institute*, 7(1), 39-44. <https://doi.org/10.33862/citradelima.v7i1.352>
- Schneider, M. & Pappalardo, G. (2020). "Strategic Innovation: Aligning Strategy and Innovation." *Innovation Management Review*.
- Silaban, D. (2025). Analysis of the impact of infrastructure investment on local and regional economic growth in developing countries. *jlarg*, 3(5), 239-244. <https://doi.org/10.57185/jlarg.v3i5.117>
- Supriatin, S. and Suhendra, A. (2021). Pengaruh sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan publik di kantor desa pasirsari cikarang selatan. *Akrab Juara Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(4), 15. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i4.1587>
- Zainuri, Z. and Aswandi, Z. (2022). Keberlanjutan aksi perubahan dan dampak pelatihan kepemimpinan pengawas (pkp) terhadap pelayanan publik di bpsdm provinsi kalimantan barat. *Diklat Review Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 6(2), 129-136. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v6i2.931>



MANAJEMEN INOVASI

BAB 7: INOVASI DALAM OPERASIONAL DAN PRODUKSI

Prof. Dr. Ester Manik, S.E., M.M.

PT. Artha Demo Engineering Consultant Bandung

BAB 7

INOVASI DALAM OPERASIONAL DAN PRODUKSI

A. PENERAPAN INOVASI DALAM PROSES PRODUKSI

Inovasi dalam proses produksi merujuk pada pengenalan teknologi baru, metode kerja yang lebih efisien, atau sistem yang mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas. Tujuan utama dari penerapan inovasi ini adalah untuk menciptakan keuntungan kompetitif melalui pengurangan biaya, peningkatan efisiensi, dan hasil produk yang lebih baik. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan manufaktur telah banyak mengadopsi berbagai teknologi dan pendekatan inovatif untuk beradaptasi dengan persaingan global yang semakin ketat. Penerapan inovasi ini tidak hanya terbatas pada pengenalan teknologi baru, tetapi juga mencakup peningkatan proses, penggunaan data besar, serta adopsi model bisnis yang lebih responsif terhadap perubahan permintaan pasar.

1. Teknologi Otomatisasi dan Robotik dalam Produksi

Penggunaan otomatisasi dan robotik dalam proses produksi telah terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional secara signifikan. Teknologi ini membantu menggantikan pekerjaan manusia dalam tugas yang berulang dan berisiko tinggi, seperti dalam perakitan, pengepakan, atau pengecekan kualitas produk. Dengan robot yang diprogram untuk melakukan tugas-tugas tersebut, perusahaan dapat meminimalkan *human error*, meningkatkan akurasi, serta mempercepat proses produksi. Di sektor otomotif, misalnya, penggunaan robot industri memungkinkan perakitan yang lebih cepat dan presisi.

Selain itu, teknologi otomatisasi juga memungkinkan perusahaan untuk mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual, yang sering kali mempengaruhi produktivitas dan konsistensi kualitas produk. Sebagai contoh, PT Astra International Tbk., yang terlibat dalam industri otomotif,

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Sari, L. (2020). *Cloud computing* Adoption in Banking Industry: A Case Study of PT Bank Central Asia (BCA). *Indonesian Journal of Digital Banking*, 7(2), 56-65.
- Arifin, M., & Nugroho, D. (2020). *Blockchain* Technology in Supply Chain Management: Application in Indonesian Manufacturing Companies. *Journal of Supply Chain and Operations*, 9(2), 59-68.
- Faisal, M. (2018). Leveraging IoT for *Supply chain optimization* in Indonesia: A Case Study. *Journal of Supply Chain and Logistics*, 12(1), 29-45.
- Faisal, M. (2020). *Cloud computing* for Logistics Management in Indonesia. *Journal of Logistics and Distribution Management*, 15(6), 51-59.
- Goh, M., & Lim, L. (2018). 3D *Printing* in Manufacturing: Trends and Challenges in the Industry. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 95(1-4), 553-565.
- Hadi, S., & Nugroho, A. P. (2019). Implementation of ISO 9001 in Indonesian Manufacturing Companies for Quality Control. *Journal of Industrial Quality Management*, 6(4), 58-66.
- Haryanto, A., & Prasetyo, A. (2018). Optimizing Supply Chain Management with *Just-in-time* and Automation in Indonesian Pharmaceutical Industry. *Journal of Industrial Engineering and Technology*, 14(3), 112-121.
- Hidayat, R. D., & Pratama, M. A. (2020). Adoption of Industry 4.0 in Indonesia: The Case of Manufacturing Sector. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(4), 1201-1215.
- Iskandar, M., & Prabowo, Y. (2020). Integrated Logistics Solutions for *E-commerce* in Indonesia: The JNE Case. *International Journal of Logistics Management*, 15(5), 211-219.
- Kumar, S., & Soni, S. (2016). Implementation of Robotics and Automation in Manufacturing Industries: A Review. *International Journal of Engineering Technology and Management*, 3(5), 210-216.
- Lestari, R., & Gunawan, D. (2020). Automation and Robotics in Manufacturing: Case Study of PT Gudang Garam Tbk. *Indonesian Journal of Robotics and Automation*, 9(1), 85-92.

- Prasetyo, A., & Siregar, A. (2019). *Warehouse Automation* in Indonesian E-Commerce: A Case Study of Tokopedia. *Journal of E-commerce and Logistics*, 22(3), 134-142.
- Rachman, T., & Wibowo, D. (2021). IoT in Manufacturing: A Case Study in PT Semen Indonesia for *Production* Efficiency. *Journal of Industrial Technology*, 14(3), 101-109.
- Sari, R. M., & Utomo, A. W. (2017). *Lean manufacturing* Implementation in Indonesian SMEs: Benefits and Challenges. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 10(3), 509-522.
- Setiawan, R., & Wibisono, M. (2020). *Blockchain* Technology Adoption in Indonesian Supply Chain: Transparency and Security. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 104-112.
- Sudirman, S., & Setyawan, M. (2021). Implementation of ERP System for Integrating Operational Processes: A Case Study of PT Unilever Indonesia. *Journal of Business Technology*, 19(4), 223-230.
- Susanto, T., & Rahman, M. (2021). Optimization of Delivery Routes Using GPS and *Big data* in Indonesian Logistics Industry: A Case Study of Gojek. *Journal of Logistics and Supply Chain*, 18(1), 48-56.
- Sutanto, J., & Kartika, M. (2018). Material Innovation in Indonesian Automotive Industry: Toward Better Product Quality. *International Journal of Industrial Engineering*, 16(3), 227-235.
- Sutanto, M., & Azhari, M. (2019). *Big data* Analytics for Quality Control in Indonesian Manufacturing Firms. *International Journal of Production Economics*, 211, 45-56.
- Sutrisno, H., & Santoso, M. (2021). Artificial Intelligence in Pharmaceutical Industry: Enhancing Decision Making and Market Forecasting at PT Kalbe Farma Tbk. *Journal of Pharmaceutical Technology*, 11(2), 102-110.
- Syamsul, S., & Arief, F. (2020). CAD/CAM Implementation in Indonesian Manufacturing Industry: Enhancing Product Precision and Quality. *International Journal of Manufacturing Technology*, 22(1), 103-111.
- Wahyu, A., & Firdaus, M. (2017). Automation in Manufacturing: Enhancing Product Quality in Indonesian Automotive Industry. *Journal of Manufacturing Science and Engineering*, 12(2), 91-98.

- Widiastuti, R., & Ardiansyah, A. (2021). Green Logistics: The Adoption of Electric Vehicles in Distribution in Indonesia. *Journal of Sustainable Logistics*, 10(4), 192-200.
- Yuliana, S., & Hidayati, S. (2017). *Research and Development Strategy in Indonesian Pharmaceutical Industry: Enhancing Product Quality and Competitiveness*. *Journal of Pharmaceutical Technology*, 8(2), 118-126.
- Yulianto, D., & Sari, R. A. (2019). AI in Supply Chain Management: A Case Study in Indonesian Manufacturing Industry. *International Journal of Artificial Intelligence and Manufacturing*, 8(4), 233-242.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 8: INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK DAN LAYANAN

Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si

UPN Veteran Jakarta

BAB 8

INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK DAN LAYANAN

A. PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, inovasi menjadi salah satu kunci utama dalam mempertahankan keberlangsungan dan keunggulan suatu organisasi. Perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen, kemajuan teknologi, serta tekanan dari kompetitor menuntut perusahaan untuk terus berinovasi, baik dalam pengembangan produk maupun layanan. Inovasi tidak hanya dipandang sebagai upaya menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga mencakup penyempurnaan atau diferensiasi terhadap produk dan layanan yang sudah ada agar lebih relevan, efisien, dan bernilai tambah bagi pelanggan. Pengembangan produk dan layanan yang inovatif mampu meningkatkan daya saing perusahaan, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Lebih dari itu, inovasi juga berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, mengefisienkan proses bisnis, dan membuka peluang baru yang sebelumnya belum tergal. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai konsep, strategi, serta proses inovasi menjadi sangat penting bagi para pelaku bisnis maupun akademisi.

Melalui materi ini, akan dibahas bagaimana inovasi dapat diterapkan dalam pengembangan produk dan layanan, strategi yang dapat digunakan, contoh implementasi di berbagai industri, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam proses inovasi. Diharapkan, pembahasan ini mampu memberikan wawasan dan inspirasi untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan aplikatif dalam menciptakan produk dan layanan yang unggul di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Booz, Allen & Hamilton. (1982). *New product management for the 1980s*. Booz, Allen & Hamilton Inc.
- Cateora, P. R., & Graham, J. L. (2011). *International marketing* (15th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Christensen, C. M. (2022). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Cooper, R. G. (1990). *Stage-gate systems: A new tool for managing new products*. Business Horizons, 33(3), 44–54.
- Cho, Soo-Haeng, and Steven D. Eppinger, "Product Development Process Modeling Using Advanced Simulation," ASME Conference on Design Theory and Methodology, Pittsburgh, PA, no. DETC-21691, September 2001.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Eppinger, Steven D., "Innovation at the Speed of Information," Harvard Business Review, Vol. 79, No. 1, January 2001, pp. 149–158.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2013). *Global marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Levitt, T. (1983). *The globalization of markets*. Harvard Business Review, 61(3), 92–102.
- Moore, G. A. (1991). *Crossing the chasm: Marketing and selling disruptive products to mainstream customers*. Harper Business.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Treacy, M., & Wiersema, F. (1995). *The discipline of market leaders: Choose your customers, narrow your focus, dominate your market*. Basic Books.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2012). *Product design and development* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Usunier, J.-C. (2005). *Marketing across cultures* (4th ed.). Pearson Education.



MANAJEMEN INOVASI

BAB 9: INOVASI DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Dr. Lisa Sarinah, S.P., M.Si.M

Universitas Nasional Jakarta

BAB 9

INOVASI DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat, arus globalisasi, dan dinamika dunia kerja yang terus berubah mendorong perusahaan untuk terus berinovasi, termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya manusia (SDM). Perusahaan kini tidak bisa lagi hanya berkuat pada urusan administratif kepegawaian, melainkan harus mampu membangun sistem manajemen SDM yang fleksibel, efisien, dan berfokus pada karyawan. Inovasi dalam manajemen SDM menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi. Di era ekonomi berbasis pengetahuan saat ini, inovasi menjadi motor penggerak utama dalam dunia bisnis. Seiring dengan perubahan selera dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, inovasi menjadi kekuatan inti yang mendorong kemajuan lintas industri, melampaui batasan-batasan lama, dan menciptakan perubahan yang bersifat transformatif. Gabungan dari kemajuan teknologi, pergeseran preferensi konsumen, dan kesadaran isu lingkungan ke arah masa depan yang lebih inovatif, berkelanjutan, dan penuh potensi.

Berdasarkan *Global Competitiveness Report*, Ekuador diklasifikasikan sebagai negara dengan ekonomi yang digerakkan oleh efisiensi. Artinya, fokus utama negara ini adalah pada peningkatan efisiensi proses produksi dan peningkatan kualitas produk. Namun, Ekuador belum mencapai tahap sebagai negara dengan ekonomi yang digerakkan oleh inovasi, di mana daya saing perusahaan ditentukan oleh kemampuan mereka dalam menciptakan inovasi. Di Ekuador, hanya sekitar 46% perusahaan yang terlibat dalam aktivitas inovatif, dan dari jumlah tersebut, sekitar 60% hanya melakukan inovasi yang sifatnya merupakan peningkatan signifikan dari yang sudah ada, bukan inovasi yang benar-benar baru. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di Ekuador cenderung lebih

DAFTAR PUSTAKA

- Di Simone, L., Petracci, B., & Piva, M. (2022). Economic Sustainability, Innovation, and the ESG Factors: An Empirical Investigation. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su14042270>
- Llorca-Ponce, A., Rius-Sorolla, G., & Ferreiro-Seoane, F. J. (2021). Is innovation a driver of sustainability? An analysis from a spanish region. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16), 1–31. <https://doi.org/10.3390/su13169286>
- Mingaleva, Z., Shironina, E., Lobova, E., Olenov, V., Plyusnina, L., & Oborina, A. (2022). Organizational Culture Management as an Element of Innovative and Sustainable Development of Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14106289>
- Odei, M. A., & Novak, P. (2020). Appraisal of the factors contributing to European small and medium enterprises innovation performance. *Problems and Perspectives in Management*, 18(2), 102–113. [https://doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.10](https://doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.10)
- Qin, Z., Yang, Y., & Li, Y. (2023). Management Innovation and Big Data. *Management for Professionals*, pp. 1–217.
- Reddy, S., Babu, M. N., Yamuna, G., Madhavi, T., Bizon, C. C., Bizon, N., & Thounthong, P. (2023). Hybridizing Technology Management and Knowledge Management to Spur Innovation: A System Dynamics Approach. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 14(3), 696–720. <https://doi.org/10.15388/omee.2023.14.11>
- Robbins, S., & Langton, N. (2012). *Fundamental of Organizational Behaviour* (Third Cana). <https://doi.org/10.1002/9780470661628.ch7>
- Rosero, G. C. G., Pillajo, J. R. Q., Álvarez, J. F. R., & Almachi, O. O. A. (2022). Does novelty and the type of innovation affect the performance of companies? A case study for Ecuador. *Investigaciones Regionales*, 2022(52), 81–102. <https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.22.004>

Saxena, P. K., Seetharaman, A., & Shawarikar, G. (2024). Factors That Influence Sustainable Innovation in Organizations: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Switzerland)* , 16(12). <https://doi.org/10.3390/su16124978>



MANAJEMEN INOVASI

BAB 10: MANAJEMEN KEUANGAN DALAM INOVASI

Dr. Masadib Akmal Vyandri. S.AP., M.A.P

FISIP – Universitas Jember

BAB 10

MANAJEMEN KEUANGAN DALAM INOVASI

A. PENDAHULUAN

Inovasi dalam organisasi menjadi factor penting dalam setiap organisasi baik dalam organisasi pemerintahan maupun organisasi swasta. (Unceta et al., 2020). Evaluasi dalam inovasi adalah tugas yang sulit karena membutuhkan ketelitian, Apakah inovasi yang dijalankan telah mencapai target yang telah ditetapkan, Apakah inovasi yang telah dilakukan memberikan kekuatan baru dan juga kelemahan baru, Apakah inovasi yang telah dijalankan telah menekan pengeluaran anggaran atau justru menambah pengeluaran. (Bryden & Gezelius, 2017). Dalam chapter buku ini, untuk menjalankan evaluasi dalam inovasi, pertama kita harus membahas indicator inovasi kinerja dalam organisasi. Indikator kinerja berfungsi untuk mengukur pencapaian organisasi dan meningkatkan kapasitas karyawan, untuk membantu pengambilan keputusan dalam perusahaan, dan untuk melakukan perbaikan dan pembangunan yang berkelanjutan (Anafo et al., 2022). Setelah membahas Indikator kinerja inovasi dalam organisasi, chapter ini akan membahas matriks keberhasilan dalam implementasi inovasi. Matriks keberhasilan dalam implementasi inovasi adalah instrument yang digunakan mengukur dan bagaimana inovasi yang telah dijalankan. (Johnston, 2022). Chapter berikutnya membahas analisis produktivitas dan efisiensi dalam inovasi. Chapter ini akan membahas bagaimana inovasi dapat meningkatkan produktivitas dan bagaimana sumber daya harus digunakan secara efisien. Chapter berikutnya membahas mengenai pengaruh inovasi terhadap profitabilitas perusahaan. Chapter ini membahas Inovasi memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Chapter berikutnya akan membahas metode pengumpulan data dalam evaluasi inovasi. Sebelum menjalankan evaluasi, perlu adanya sebuah metode pengumpulan data yang kredibel. Chapter berikutnya adalah mengenai optimalisasi inovasi berdasarkan evaluasi yang dilakukan. Chapter ini akan membahas pentingnya

DAFTAR PUSTAKA

- An, J., & Mikhaylov, A. (2024). Technology-based forecasting approach for recognizing trade-off between time-to-market reduction and devising a scheduling process in open innovation management. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100207. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100207>
- Anafo, S. A., Tian, Y., & Ahia, B. N. K. (2022). Business organisation performance behaviour indicators in Ghana and Kenya: A comparative analysis. *Journal of Psychology in Africa*, 32(1), 38–53. <https://doi.org/10.1080/14330237.2021.2017151>
- Ani, U. P. D., He, H. (Mary), & Tiwari, A. (2018). A framework for Operational Security Metrics Development for industrial control environment. *Journal of Cyber Security Technology*, 2(3–4), 201–237. <https://doi.org/10.1080/23742917.2018.1554986>
- Bag, S., Gupta, S., & Kumar, S. (2021). Industry 4.0 adoption and 10R advance manufacturing capabilities for sustainable development. *International Journal of Production Economics*, 231. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107844>
- Bagna, E., Cotta Ramusino, E., & Denicolai, S. (2021). Innovation through Patents and Intangible Assets: Effects on Growth and Profitability of European Companies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(4), 220. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040220>
- Banu, G. S. (2018). Measuring innovation using key performance indicators. *Procedia Manufacturing*, 22, 906–911. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.128>
- Barczak, G., Hopp, C., Kaminski, J., Piller, F., & Pruschak, G. (2022). How open is innovation research? – An empirical analysis of data sharing among innovation scholars. *Industry and Innovation*, 29(2), 186–218. <https://doi.org/10.1080/13662716.2021.1967727>

- Brandenberger, L., Ingold, K., Fischer, M., Schläpfer, I., & Leifeld, P. (2022). Boundary Spanning Through Engagement of Policy Actors in Multiple Issues. *Policy Studies Journal*, 50(1), 35–64. <https://doi.org/10.1111/psj.12404>
- Bryden, J., & Gezeliuss, S. S. (2017). Innovation as if people mattered: the ethics of innovation for sustainable development. *Innovation and Development*, 7(1), 101–118. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2017.1281208>
- Calof, J., Meissner, D., & Razheva, A. (2018). Overcoming open innovation challenges: a contribution from foresight and foresight networks. *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(6), 718–733. <https://doi.org/10.1080/09537325.2017.1351609>
- Cecere, G., & Corrocher, N. (2016). Stringency of regulation and innovation in waste management: an empirical analysis on EU countries. *Industry and Innovation*, 23(7), 625–646. <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1195253>
- Deyong, C. F., & Case, K. E. (1998). Linking Customer Satisfaction Attributes with Process Metrics in Service Industries. *Quality Management Journal*, 5(2), 76–90. <https://doi.org/10.1080/10686967.1998.11918856>
- Drew, J., Kortt, M. A., & Fahey, G. (2019). Does Size Count down Under? Australian School Performance, School Size and Public Policy. *Public Administration Quarterly*, 43(4), 527–554. <https://doi.org/10.1177/073491491904300403>
- Dziallas, M., & Blind, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. *Technovation*, 80–81, 3–29. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.05.005>
- Emre Caglar, A., Gökçe, N., & Balsalobre-Lorente, D. (2024). Towards the vision of going green: The role of different energy research and development investments, urbanization and income in load capacity factor. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 68, 103888. <https://doi.org/10.1016/j.seta.2024.103888>
- Felberbauer, T., Altendorfer, K., & Peirleitner, A. J. (2022). Effect of load bundling on supply chain inventory management: An evaluation

- with simulation-based optimisation. *Journal of Simulation*, 16(4), 327–338. <https://doi.org/10.1080/17477778.2020.1800420>
- Felicetti, A., & Holdo, M. (2023). Reflective Inclusion: Learning from Activists What Taking a Deliberative Stance Means. *Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/00323217221150867>
- Gao, F., Li, Z., Zhang, P., & Wu, Y. (2024). The evaluation and optimization of the agricultural sustainable development based on a data-driven approach: A case from Northern Anhui. *Heliyon*, 10(12), e32963. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32963>
- Gao, J., Tang, L., & Lyu, Y. (2023). Impact of minimalism on consumers' low-carbon innovation behavior: Interactive role of quantitative behavior. *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, 21(2), 82–91. <https://doi.org/10.1016/j.cjpre.2023.06.005>
- Ginevičius, R., & Auškalnytė, R. (2001). THE EVALUATION OF A COMPANY'S STRATEGY BY THE ANSOFF'S PRODUCT MARKET MATRIX. *Statyba*, 7(2), 158–165. <https://doi.org/10.1080/13921525.2001.10531717>
- Han, J., Li, T., & Philbin, S. P. (2023). Does low-carbon pilot policy in China improve corporate profitability? The role of innovation and subsidy. *Innovation and Green Development*, 2(2), 100050. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100050>
- Hartley, J., Parker, S., & Beashel, J. (2019). Leading and recognizing public value. *Public Administration*, 97(2), 264–278. <https://doi.org/10.1111/padm.12563>
- He, H., Ye, Y., & Huo, B. (2024). Can employee training facilitate production repurposing in crises? An ability-motivation-opportunity perspective. *International Journal of Production Economics*, 278, 109444. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2024.109444>
- Horvath, S., & Röthlin, P. (2018). How to Improve Athletes' Return of Investment: Shortening Questionnaires in the Applied Sport Psychology Setting. *Journal of Applied Sport Psychology*, 30(2), 241–248. <https://doi.org/10.1080/10413200.2017.1382020>
- John W. Creswell, & Cheryl N. Poth. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.

- Johnston, A. (2022). Open innovation in science: assessing the formation and function of SME-university collaborations through the proximity matrix. *Industry and Innovation*, 29(2), 310–332. <https://doi.org/10.1080/13662716.2021.1997725>
- Jooriyani, N., Noori, J., Bahrami, F., & Karimi, T. (2024). Towards a successful implementation of public procurement for innovation: the case of Iran's oil industry. *Innovation and Development*, 14(3), 587–605. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2023.2216988>
- Kiani, K. M., Chen, E. H., & Madjd-Sadjadi, Z. (2012). Financial factors and firm growth: evidence from financial data on Taiwanese firms. *Quantitative Finance*, 12(8), 1299–1314. <https://doi.org/10.1080/14697688.2011.556143>
- Kim, K., Lee, J., & Lee, C. (2023). Which innovation type is better for production efficiency? A comparison between product/service, process, organisational and marketing innovations using stochastic frontier and meta-frontier analysis. *Technology Analysis & Strategic Management*, 35(1), 59–72. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1965979>
- Kobarg, S., Stumpf-Wollersheim, J., Schlägel, C., & Welp, I. M. (2020). Green together? The effects of companies' innovation collaboration with different partner types on ecological process and product innovation. *Industry and Innovation*, 27(9), 953–990. <https://doi.org/10.1080/13662716.2020.1713733>
- Kokkinis, A., & Sergakis, K. (2020). A flexible model for efficient employee participation in UK companies. *Journal of Corporate Law Studies*, 20(2), 453–493. <https://doi.org/10.1080/14735970.2020.1735161>
- Kuch, F., Lindenthal, A.-K., Oberländer, A. M., Cortenraad-Wenninger, A., & Buck, C. (2024). The SmartSI Compass: A method for generating smart service innovation ideas. *Information & Management*, 61(5), 103965. <https://doi.org/10.1016/j.im.2024.103965>
- Lee, G. J. (2020). Employee Training and Development as an Antecedent of Firm Customer Capabilities: Longitudinal Moderation by Firm Size and Market Type. *Journal of African Business*, 21(4), 462–475. <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1785656>

- Liang, C., & Wang, Q. (2023). The relationship between total factor productivity and environmental quality: A sustainable future with innovation input. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122521. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122521>
- Mamasioulas, A., Mourtzis, D., & Chrysosolouris, G. (2020). A manufacturing innovation overview: concepts, models and metrics. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 33(8), 769–791. <https://doi.org/10.1080/0951192X.2020.1780317>
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldana. (2018). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publication.
- McKercher, B. (1995). The Destination-Market Matrix: *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(2), 23–40. https://doi.org/10.1300/J073v04n02_02
- Moreno-Fernández, O., & Moreno-Crespo, P. (2015). From research question to scientific publication: educational innovation with university students / De la pregunta de investigación a la publicación científica: innovación educativa con el alumnado universitario. *Cultura y Educación*, 27(4), 899–928. <https://doi.org/10.1080/11356405.2015.1089386>
- Münzel, C., Plötz, P., Sprei, F., & Gnann, T. (2019). How large is the effect of financial incentives on electric vehicle sales? – A global review and European analysis. *Energy Economics*, 84, 104493. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2019.104493>
- Oktari, R. S., Syamsidik, Idroes, R., Sofyan, H., & Munadi, K. (2020). City Resilience towards Coastal Hazards: An Integrated Bottom-Up and Top-Down Assessment. *Water*, 12(10), 2823. <https://doi.org/10.3390/w12102823>
- Pyka, A., Kudic, M., & Müller, M. (2019). Systemic interventions in regional innovation systems: entrepreneurship, knowledge accumulation and regional innovation. *Regional Studies*, 53(9), 1321–1332. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1566702>
- Rijswijk, K., & Brazendale, R. (2017). Innovation networks to stimulate public and private sector collaboration for advisory services innovation and coordination: the case of pasture performance

- issues in the New Zealand dairy industry. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 23(3), 245–263.
<https://doi.org/10.1080/1389224X.2017.1320643>
- Schulze, A., Townsend, J. D., & Talay, M. B. (2022). Completing the market orientation matrix: The impact of proactive competitor orientation on innovation and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 103, 198–214.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.03.013>
- Tomkiv, Y., Liland, A., Oughton, D. H., & Wynne, B. (2017). Assessing Quality of Stakeholder Engagement: From Bureaucracy to Democracy. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 37(3), 167–178. <https://doi.org/10.1177/0270467618824027>
- Unceta, A., Luna, Á., Castro, J., & Wintjes, R. (2020). Social Innovation Regime: an integrated approach to measure social innovation. *European Planning Studies*, 28(5), 906–924.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1578338>
- Weber, M. R., Crawford, A., Lee, J. (Jay), & Dennison, D. (2017). CFA and soft skill competencies for entry-level managers. *Anatolia*, 28(3), 453–455. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1327873>
- Weißmüller, K. S., Ritz, A., & Yerramsetti, S. (2023). Collaborating and co-creating the digital transformation: Empirical evidence on the crucial role of stakeholder demand from Swiss municipalities. *Public Policy and Administration*.
<https://doi.org/10.1177/09520767231170100>
- Xia, C., & Bing, Y. (2024). Strategic leadership, environmental optimisation, and regional innovation performance with the regional innovation system coupling synergy degree: evidence from China. *Technology Analysis & Strategic Management*, 36(6), 1206–1219.
<https://doi.org/10.1080/09537325.2022.2088343>
- Xu, S., Asiedu, M., & Kyeremeh, G. (2021). Firm productivity, innovation, and financial development. *Cogent Economics & Finance*, 9(1).
<https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1976359>

- Yang, X., Yang, Y., Wang, F., Zhou, M., & Wang, Y. (2024). Evaluation and convergence analysis of science and technology innovation efficiency in China's national central cities based on the super-efficiency SBM-ML model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/09537325.2024.2408732>
- Zhang, F., Liu, J., An, M., & Gu, H. (2021). The effect of time management training on time management and anxiety among nursing undergraduates. *Psychology, Health & Medicine*, 26(9), 1073–1078. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1778751>
- Zhang, G., Chen, S., Qiu, J., & Wang, L. (2025). Does performance-based environmental regulation improve the quality of innovation responses in the auto industry? The moderating role of corporate governance effectiveness. *Journal of Environmental Planning and Management*, 68(3), 661–690. <https://doi.org/10.1080/09640568.2023.2268270>
- Ziegler, R. (2017). Citizen Innovation as Niche Restoration – A Type of Social Innovation and Its Relevance for Political Participation and Sustainability. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(3), 338–353. <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1364286>



MANAJEMEN INOVASI

BAB 11: INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PASAR DAN PELANGGAN

Siti Yolanda Rahman Utami, S.AB., M.AB.

Administrasi Bisnis, FISIP – Universitas Jember

BAB 11

INOVASI DALAM PENGEMBANGAN PASAR DAN PELANGGAN

A. PENDAHULUAN

Bab ini membahas peran penting inovasi dalam pengembangan pasar dan pelanggan. Inovasi dianggap sebagai faktor utama yang mampu membentuk perilaku konsumen, menjaga daya saing produk, dan mendorong pertumbuhan pasar melalui penciptaan produk baru maupun varian yang lebih menarik dan relevan. Dalam era persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi dan melakukan inovasi yang tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada strategi pemasaran dan pengalaman pelanggan. Selain itu, keberhasilan inovasi sangat bergantung pada pemahaman mendalam terhadap perilaku dan kebutuhan konsumen, serta pengelolaan respons pasar secara efektif melalui evaluasi yang berkelanjutan. Selain itu, terdapat berbagai aspek terkait pengaruh inovasi terhadap perilaku konsumen, tantangan dalam peluncuran produk inovatif, serta pentingnya penggunaan data dan teknologi dalam mendukung pengembangan pasar yang berkelanjutan.

B. PENGARUH INOVASI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

Inovasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam membentuk perilaku konsumen (Pantano et al., 2019). Inovasi merupakan gabungan dari berbagai proses yang saling mempengaruhi di mana perusahaan membuat produk baru untuk dipasarkan dan mempertahankan konsistensi produk dan menjaga pelanggan tidak jenuh terhadap produk yang sudah ada (Kotler & Keller, 2012). Inovasi produk merupakan serangkaian proses yang saling mempengaruhi, di mana Perusahaan menciptakan sebuah produk baru agar dapat dipasarkan (Maino et al., 2022). Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan Upaya

DAFTAR PUSTAKA

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer Engagement. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- chatterjee, S., Rana, N., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2021). The role of artificial intelligence in customer engagement and experience: Evidence from the retail industry. *International Journal of Information Management*.
- Cooper, R. G., & Kleinschmidt, E. J. (1995). Benchmarking the Firm's Critical Success Factors in New Product Development. *Journal of Product Innovation Management*, 12(5), 374–391. <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1250374>
- Davenport, T., Grewal, D., & Bressgott, T. (2020). How artificial intelligence will change the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24–42.
- Davenport, T. H., & Harris J. G. (2007). *Competing on analytics: The new science of winning*. Harvard Business Press.
- Erevelles, S., Fukawa, N., & Swayne, L. (2016). Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. *Journal of Business Research*, 69(2), 897–904. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.001>
- Hultink, E. J., Griffin, A., Hart, S., & Robben, H. S. J. (1997). Industrial New Product Launch Strategies and Product Development Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 14(4), 243–257. <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1440243>
- Im, S., Bayus, B. L., & Mason, C. H. (2003). An Empirical Study of Innate Consumer Innovativeness, Personal Characteristics, and New-Product Adoption Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(1), 61–73. <https://doi.org/10.1177/0092070302238602>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14 th Edition* (Global Edition). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.

- Kumar, V., Aaker, D. A., & Day, G. S. (2000). *Essentials of marketing research*. John Wiley & Sons.
- Lee, J., Park, J., & Lee, H. (2019). The effect of product innovation on consumer purchase intention. *Journal of Business Research*, 98, 231–239. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.056>
- Lynn, M., Maltz, E., & Mazursky, D. (1996). The use of market segmentation for innovation and new product development. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 11(1), 45–59.
- Maino, G., Sepang, J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery And Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184–190.
- Moorman, C., & Day, G. S. (2016). Organizing for Marketing Excellence. *Journal of Marketing*, 80(6), 6–35. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0423>
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2012). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*, 36(1), 185–200.
- Pantano, E., Priporas, C. V., & Foroudi, P. (2019). Innovation starts at the storefront. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47(2), 202–219. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2018-0120>
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A Strategic Framework for Customer Relationship Management. *Journal of Marketing*, 69(4), 167–176. <https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.167>
- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking*. O'Reilly Media.
- PwC. (2023). *Global Consumer Insights Pulse Survey*.
- Ries E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

GLOSARIUM

A

Agile Innovation Pendekatan inovasi berbasis iterasi cepat, kolaborasi tim, dan respons terhadap umpan balik pengguna.

B

Balanced Scorecard Alat manajemen strategis yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja inovasi dari berbagai perspektif

C

Closed Innovation Pendekatan di mana semua aktivitas inovasi dilakukan secara internal dan eksklusif oleh organisasi.

D

Difusi Inovasi Proses penyebaran inovasi dalam suatu sistem sosial dari waktu ke waktu melalui saluran komunikasi.

E

Early Adopters Kelompok yang mengadopsi inovasi setelah para innovator, biasanya menjadi opini leader.

F

G

H

I

Inovasi Proses menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide baru yang menghasilkan nilai bagi organisasi.

Innovators Pengadopsi awal dalam teori Rogers yang berani mengambil risiko dan mencoba ide baru pertama kali.

Inovasi Disruptif Inovasi yang secara signifikan mengubah pasar atau menggantikan produk/layanan dominan sebelumnya.

Inbound Innovation Masuknya ide eksternal ke dalam organisasi untuk pengembangan inovasi.

Inovasi Inkremental Perbaikan bertahap terhadap produk atau proses yang sudah ada.

Inovasi Radikal Perubahan besar atau terobosan yang menciptakan paradigma baru dalam produk atau layanan.

J

K

L

Line Extension Penambahan varian baru pada lini produk yang sudah ada untuk memperluas pasar.

Lean Innovation Strategi inovasi efisien dengan menguji ide melalui *Minimum Viable Product* (MVP) dan siklus *build–measure–learn*.

M

Model Linear Pendekatan inovasi berurutan dari riset → pengembangan → komersialisasi, dengan sedikit umpan balik antar tahap.

Model Non-Linear Pendekatan inovasi yang bersifat interaktif dan dinamis, dengan alur bolak-balik antar proses dan aktor.

Minimum Viable Product (MVP) Versi paling sederhana dari produk untuk menguji hipotesis pasar secepat mungkin.

N

O

Open Innovation Pendekatan inovasi terbuka melalui kolaborasi eksternal dengan pelanggan, mitra, atau institusi lain.

Outbound Innovation Pemanfaatan ide internal oleh pihak luar, misalnya melalui lisensi atau spin-off.

P

Q

R

Repositioning Strategi mengubah persepsi pasar terhadap produk agar tetap relevan.

S

Stage-Gate Model manajemen inovasi dengan tahapan (stage) dan titik evaluasi (gate) sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.

Siklus Hidup Produk (PLC) Tahapan perjalanan produk di pasar: introduksi, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan.

T

Teori Rogers Teori tentang difusi inovasi yang menjelaskan pengadopsian inovasi melalui lima kategori pengguna.

Time-to-Market Waktu yang dibutuhkan dari ide inovasi hingga produk tersedia di pasar.

U

V

W

X

Y

Z



PROFIL PENULIS

Dr. Ambar Sri Lestari, M.Pd



Penulis memulai karier sejak tahun 2011 kini mengajar di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2025. Mengajar dibidang Manajemen Pendidikan Islam pada beberapa matakuliah seperti Manajemen Mutu, Manajemen Strategik, Manajemen SDM, Manajemen Program, Kepemimpinan Pendidikan.

Hendra Halim, M.E.



Seorang penulis, akademisi, dan peneliti kelahiran tahun 1992. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dari Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala, Hendra melanjutkan pendidikan pascasarjana di bidang ekonomi syariah dengan gelar Master Ekonomi (M.E.) di Islamic State University Ar-Raniry. Hendra terlibat dalam berbagai peran di lingkungan akademis bidang kewirausahaan Islam, perilaku konsumen, dan pengembangan bisnis. Saat ini, ia menjabat sebagai Manajer Operasional Inkubator Kewirausahaan Universitas Syiah Kuala dan menjadi dosen tetap di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala sejak tahun 2022. Ia telah melaksanakan beberapa penelitian terkait kewirausahaan dan bisnis, seperti "Digital Transformation Strategy to Optimize Company Performance", "The influence of money attitude, lifestyle, and personal values on purchase decision of exclusive gadgets in Aceh" serta ratusan artikel lainnya yang terbit di jurnal internasional dan nasional bereputasi (Scopus, EBSCO, Copernicus, Sinta 2, dll.). Selain karir akademisnya, Hendra memiliki keahlian yang diakui dengan 4 (empat) sertifikasi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), diantaranya Produktivitas, Pendamping UMKM, Digital Marketing, dan Konsultan Inkubator Bisnis. Ia juga telah berkontribusi dalam literatur kewirausahaan dengan bukunya yang berjudul "Socio-Technopreneurship", "Hukum dan Regulasi Bisnis", "Cara Membahas & Menulis Kasus Manajemen Bisnis", "Pengembangan Bisnis Islam", "Manajemen Keuangan Syariah", "Bisnis Informasi", "Literasi Keuangan" dan puluhan buku lainnya. Hendra selain

sebagai penulis, juga aktif sebagai peneliti pada Pusat Riset Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Universitas Syiah Kuala sejak tahun 2022 dan peneliti pada Pusat Riset Hukum, Islam, dan Adat Universitas Syiah Kuala sejak 2023. E-mail: hendra.halim@usk.ac.id

Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M., CHRMP.



Penulis adalah dosen tetap pada Sekolah Bisnis – Institut Pertanian Bogor (SB-IPB). Penulis menyelesaikan pendidikan S1 nya pada tahun 2004 pada program studi Manajemen Agribisnis dari Institut Pertanian Bogor (IPB). Pendidikan S2 diselesaikan pada tahun 2016 pada program studi Manajemen dan Bisnis dengan konsentrasi pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia di SB-IPB.

Penulis menyelesaikan pendidikan S3 di SB-IPB pada tahun 2025 pada program Doktor Manajemen dan Bisnis dengan konsentrasi di bidang Manajemen Pengetahuan dan Inovasi. Mata kuliah yang kini diajarkan oleh penulis antara lain Organisasi dan Sumber Daya Manusia, Teori Organisasi, Dinamika dan Transformasi Bio Bisnis, Analisis Risiko Bisnis, dan Perencanaan Kinerja dan Pengambilan Keputusan, Etika dan Hukum Bisnis, Makroekonomi Bisnis, Dinamika Operasi dan Rantai Pasok, dan Analisis Dampak Sosial. Penulis berhasil meraih sertifikasi kompetensi dalam bidang SDM “*Certified Human Resource Management Professional (CHRMP)*” pada tahun 2021 dan sertifikasi internasional dalam bidang *Entrepreneurship and Small Business (ESB)* pada tahun 2023 dari Certiport (<https://certiport.pearsonvue.com/>). Sejumlah buku yang telah terbit diantaranya: IPB 4.0: Pemikiran, Gagasan dan Implementasi (2019), Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank (2021), Manajemen Sumber Daya Manusia: Data, Analisis dan Pengembangan SDM (2021), Etika dan Komunikasi Organisasi (2021), Dasar Manajemen dan Bisnis (2022), Perilaku Organisasi (2022), Pemasaran dan Tata Niaga Pertanian (2023), Kewirausahaan Syariah (2023), Manajemen Talenta (2023), Manajemen Sumber Daya Manusia Internasional (2023), Manajemen Sumber Daya Aparatur Sipil Negara, Manajemen Kualitas (2023), Manajemen UMKM: Menciptakan Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan (2024), dan

Metode Penelitian Kualitatif (2024); MSDM Berkelanjutan (*Green Human Resource Management*) (2024), Konsep Dasar Manajemen Operasional (2025), dan Bisnis UMKM di Era Digital (2025). Penulis dapat dihubungi melalui alamat email: isma.anggraini@apps.ipb.ac.id

Dr. Selfi Budi Helpiastuti, S.Sos., M.Si



Penulis menyelesaikan S1 Administrasi Negara di FISIP Universitas Jember, S2 Pengembangan Sumber Daya Manusia Sektor Pemerintahan Universitas Airlangga dan S3 Pengembangan Sumber Daya Manusia Sektor Publik Universitas Airlangga. Alumni Sekolah Kepribadian *John Robert Powers* Surabaya. Saat ini bekerja sebagai Dosen di Program Studi Administrasi Negara, FISIP Universitas Jember dan Master Trainer

Pengembangan Sumber Daya Manusia bidang *Soft Skill* diantaranya: *Personality Development*, Pelayanan Prima, Komunikasi Efektif, *Leadership*, *Public Relations*, *Public Speaking*. Mata Kuliah yang diampu diantaranya: MSDM Sektor Publik, Pengembangan Kualitas Sumber Daya Aparatur, Kepemimpinan, Etika Administrasi, Manajemen Kinerja Organisasi Publik, Manajemen Inovasi dan Model Pelayanan, Komunikasi & Advokasi Kebijakan Publik, Teori Governansi, Kecakapan Komunikasi, Manajemen Perkantoran. Sertifikasi yang didapatkan penulis antara lain: Sertifikasi BNSP *Human Capital Staff*, Sertifikasi BNSP *Human Capital Manager*, Sertifikasi BNSP *Public Relations*, Sertifikasi BNSP *Master Trainer*, Sertifikasi BNSP Analisis Kebijakan Publik Level 8, Sertifikasi BNSP Asesor Kompetensi. Menulis Buku Pengembangan SDM Modern: Mengoptimalkan *Training Needs Assessment* (TNA) Berbasis *Social Network* untuk Kinerja Unggul (2025). Menulis Buku Kolaborasi Penerbit Widina: MSDM Sektor Publik, Manajemen Pelayanan Umum, Administrasi Negara (Prinsip dan Praktik), Organisasi Sosial & Kepemimpinan. *Green Human Resources Management* (MSDM Berkelanjutan), Dasar-Dasar Penelitian Administrasi, Audit Sumber Daya Manusia, Manajemen Perubahan dan Pengembangan Organisasi. Sebagai Narasumber dalam berbagai Pelatihan, Seminar, *Workshop*, *Short Course* dengan bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia. Alamat korespondensi: FISIP

Universitas Jember, Departemen Administrasi Negara. Jl. Kalimantan no. 37 – Kampus Tegal Boto, Kec. Sumbersari, Kab. Jember – Jawa Timur.
Email: selfibudihelpiastuti@unej.ac.id
LinkedIn: Selfi Budi Helpiastuti

Dr. Helin Garlinia Yudawisastra., S.E., M.Si



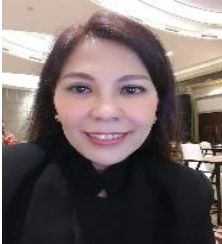
Penulis merupakan dosen Universitas Muhammadiyah Bandung. Menyelesaikan program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran serta S3 pada program Doktor Ilmu Manajemen. Bidang keahlian adalah entrepreneurship dan sustainability business.

Yaen Miftakhul Laily, S.A.P., M.AP



Penulis lahir di Ponorogo, Jawa Timur. Saat ini, beliau berprofesi sebagai dosen di Universitas Jember, dengan minat keilmuan yang berfokus pada administrasi publik dan kebijakan publik. Semasa menempuh pendidikan magister, Yaen aktif mengikuti berbagai program hibah penelitian, yang memperkuat komitmennya dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis riset. Sebelum mengabdikan di Universitas Jember, beliau pernah menjalani pengalaman sebagai dosen kontrak di Universitas Negeri Surabaya (UNESA), yang memperkaya wawasannya dalam dunia pendidikan tinggi serta membentuk karakter pengajar yang adaptif dan inovatif. Selain mengajar dan meneliti, Yaen juga aktif menulis karya ilmiah dan pengabdian masyarakat yang berkaitan dengan penguatan tata kelola publik di Indonesia.

Prof. Dr. Ester Manik, M.M.



Penulis lahir di Sidikalang, Sumatera Utara, menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi pada tahun 1989 di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. Setelah lulus, ia langsung berkarier sebagai dosen di Kopertis Wilayah I Medan (dpk ASM Khalsa) hingga tahun 1992. Pada tahun yang sama, ia pindah ke Kopertis Wilayah IX Ujung Pandang (dpk ASMI El Fatah) di Manado dan mengajar hingga tahun 1994. Pada tahun 1995, bergabung dengan Kopertis Wilayah IV Jawa Barat (sekarang Lldikti IV) di STIE Pasundan Bandung, di mana ia mengajar di Program Studi Manajemen hingga saat ini. Ia meraih gelar Magister Manajemen dari STIE Pasundan pada tahun 2006, diikuti oleh gelar Doktor dari Universitas Pasundan pada tahun 2010. Menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen di STIE Pasundan dari tahun 2003 hingga 2015. Sejak tahun 2016, ia menjabat sebagai Ketua Pusat Penjaminan Mutu Internal STIE Pasundan. Selain itu, ia merupakan Tenaga Ahli Ekonomi di PT. Artha Demo Engineering Consultant Bandung, yang telah menangani berbagai proyek nasional dari tahun 2010 hingga sekarang. Ester juga terlibat sebagai tim Seleksi Tenaga Harian Lepas di beberapa instansi pemerintah daerah wilayah Jawa Barat sejak tahun 2018 hingga kini. Pada tahun 2023, memperoleh gelar Guru Besar dalam bidang Ilmu Manajemen. Ia telah menulis berbagai artikel ilmiah yang dipublikasikan secara nasional dan internasional, dengan beberapa di antaranya terindeks Scopus. Jurnal-jurnal tersebut meliputi Jurnal Ilmiah STIE Pasundan, Jurnal Ekuitas STISIA Surabaya, International Review of Management and Marketing, International Journal of Applied Business and Economic Research, Management and Marketing, International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting, Journal of Social Sciences, Management Science Letters, AIP Conference Proceedings, Humanities and Social Sciences Letters, serta International Journal of Management and Sustainability. Pada tahun 2024, mendapatkan hibah penelitian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi sebagai ketua tim dengan judul "Pengaruh Green Transformational Leadership dan Motivational Factors Terhadap Iklim Kerja Ramah Lingkungan serta Implikasinya pada Kinerja

Lingkungan". Di tahun yang sama, ia juga memperoleh hibah PKM dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dengan proyek "Mengoptimalkan Bank Sampah Dalam Rangka Menciptakan Lingkungan yang Ramah". Ester juga menjadi keynote speaker pada International Conference on Business, Economy, Management and Social Studies Toward Sustainable Economy pada tahun 2024. Sejak tahun 2013, aktif menulis buku-buku akademis, antara lain "Ekonomi Manajerial", "Manajemen Operasional", "Ekonomi Mikro", "Pasar Modal", dan berbagai buku lainnya.

Id Scopus : <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57188838152>

Id Sinta : <https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/139290>

Id Orcid : <https://orcid.org/0000-0002-1242-2265>

Id Google Scholar :

<https://scholar.google.com/citations?user=XzKX8uQAAAAJ&hl=id&oi=ao>

Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si., CMiP., CSEM., CPMP.



Penulis lahir di Makassar, 3 Juli, 1963. Sekarang berdomisili di Jl. Papandayan Blok A No30 RT 06/ RW 009 Perum Masnaga Jakasampurna Bekasi Barat 17145 .S1 Manajemen Universitas Muslim Indonesia(UMI) Makassar. S2 Manajemen di Program Pascasarjana UNAIR Surabaya serta Tahun 2011 menyelesaikan S3 di Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang. Tahun 2019 meraih sertifikasi Pengadaan perlengkapan (CMiP)dan Tahun 2019 meraih sertifikasi Service Excellent (CSEM)dan sertifikasi Performance Management Professional (CPMP) Tahun 2021. Sejak tahun 2014 sebagai staf pengajar MM FEB UPN Veteran Jakarta hingga sekarang. Disamping itu memiliki profesi Konsultan strategi dan marketing bisnis UMKM (Stat Up dan Ekspansi Bisnis), Konsultan beberapa Yayasan Sosial.

Dr. Lisa Sarinah, S.P., M.Si.M



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 30 April 1965, dibesarkan di kota kelahiran sang ayah di Singkawang Kalimantan Barat dan menamatkan SD, SMP dan SMA di Jakarta. Setelah lulus dari SMAN 39 Cijantung Jakarta Timur pada tahun 1983 melanjutkan pendidikan di Diploma III Agronomi IPB Bogor yang selesai pada tahun 1986, dan kemudian mengajar di SMT Pertanian Mempawah Kalimantan Barat selama 2 tahun. Lalu tahun 1991 melanjutkan pendidikan S1 Agronomi di Universitas Nusa Bangsa Bogor, dan selanjutnya bekerja di bidang pertanian selama beberapa tahun. Pada tahun 2000 beralih pekerjaan sebagai Broker Property di ERA Indonesia dengan wilayah kerja Jakarta Selatan, sampai akhirnya melanjutkan pendidikan S2 MSDM di Pascasarjana UNAS Jakarta tahun 2010 dan selesai pada tahun 2012, kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2012 meneruskan pendidikan ke jenjang S3 MSDM di Universitas Negeri Jakarta dan selesai pada awal tahun 2016. Selanjutnya memutuskan mengajar di Pasca Sarjana FEB Prodi Manajemen Universitas Islam Assyafi'iyah Jatiwaringin Bekasi pada tahun 2017, sebelum akhirnya bergabung di FEB Prodi Manajemen Universitas Nasional Jakarta pada awal tahun ajaran 2021 – 2022 sampai saat ini.

Dr. Masadib Akmal Vyandri, S.AP., M.A.P



Penulis adalah dosen di Universitas Jember, Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Administrasi Negara. Penulis lahir di Surabaya 27 Juli 1991. Penulis menempuh pendidikan S1 Administrasi Publik Universitas Brawijaya, S2 Ilmu Administrasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan S3 Ilmu Sosial di Universitas Airlangga. Penulis memiliki minat di bidang administrasi publik dan digital governance.

Siti Yolanda Rahman Utami, S.AB., M.AB.



Penulis adalah seorang dosen di FISIP Universitas Jember. Ia menyelesaikan studi S1 di Universitas Jember dan melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Brawijaya. Sejak masa kuliah, beliau aktif sebagai anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jember dan terus berkontribusi dalam pengembangan kewirausahaan di daerah tersebut. Selain itu, beliau sering meraih kemenangan dalam kompetisi business plan tingkat nasional, menunjukkan kompetensi dan pengalaman dalam bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan. Pengalaman beliau meliputi penulisan artikel ilmiah terkait manajemen pemasaran dan inovasi, yang memperkaya keahlian dalam bidang pengembangan pasar dan pelanggan. Saat ini, beliau aktif mengajar dan melakukan penelitian di bidang manajemen, khususnya dalam inovasi dan pengembangan pasar, serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui publikasi ilmiah.

MANAJEMEN INOVASI

Manajemen inovasi adalah proses sistematis dalam merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru untuk menciptakan nilai tambah bagi organisasi dan pelanggan. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup pengembangan proses, model bisnis, strategi pemasaran, dan pendekatan operasional yang lebih efisien dan efektif. Dalam dunia yang terus berubah dan kompetitif, manajemen inovasi menjadi kunci keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi. Perusahaan yang mampu mengelola inovasi dengan baik akan lebih adaptif terhadap perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Proses ini mencakup pengelolaan sumber daya manusia, teknologi, informasi, serta budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan pengambilan risiko. Manajemen inovasi menuntut kolaborasi lintas fungsi, kepemimpinan visioner, serta pemanfaatan teknologi dan data untuk mempercepat proses inovatif. Dengan pendekatan yang terstruktur dan strategis, inovasi dapat menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi organisasi.



SCANME

 www.penerbitwidina.com
 [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)
 [penerbit widina](https://www.facebook.com/penerbitwidina)
 penerbitwidina@gmail.com
 [widina store](#)
 [widina bookstore](#)
Layanan Pustaka & Penerbitan Buku
 0815-7000-699

Manajemen & Marketing

ISBN 978-634-246-253-9



9

786342

462539