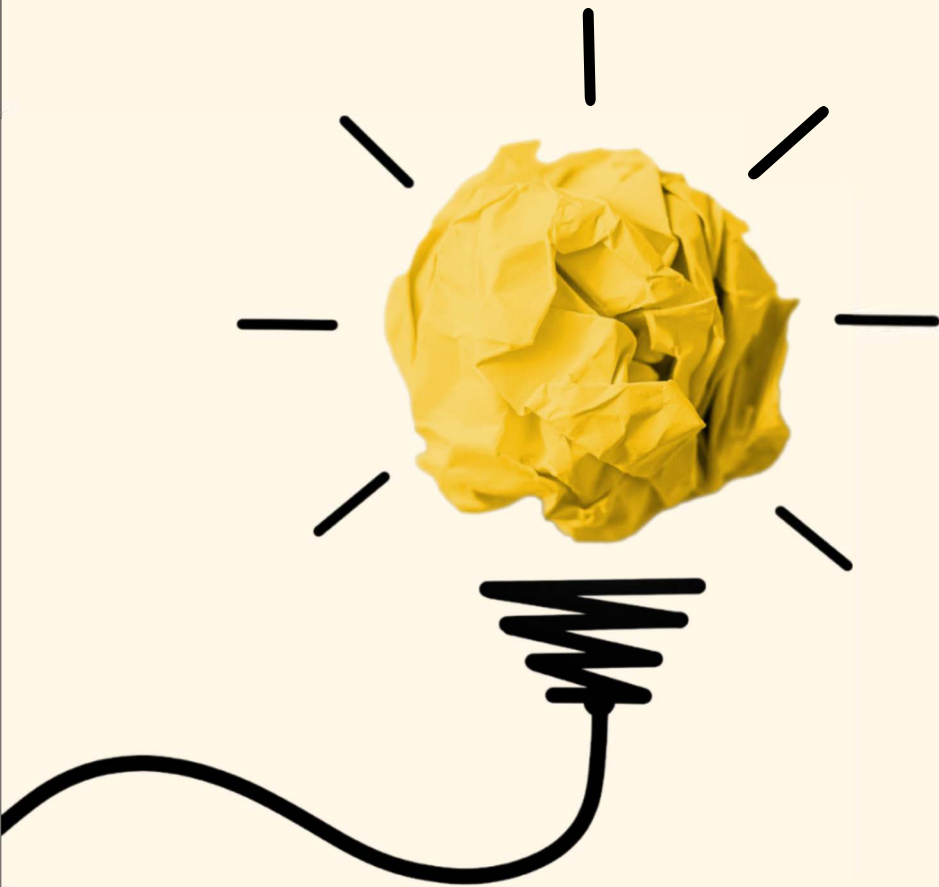


Manajemen

INOVASI



**Andi Asari, I Nyoman Wahyu Widiana, Syamsiara Nur, Puji Muniarty,
Deti Lotaningrat, Syamsu Rijal, Helmi Buyung Aulia Safrizal,
Abdurohimi, Arifin, Andhika Cahyono Putra,
Ilham Ahmad, Moh. Muslimin**

MANAJEMEN INOVASI

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hal melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana denda pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN INOVASI

**Andi Asari - I Nyoman Wahyu Widiana -
Syamsiara Nur - Puji Muniarty - Deti Lotaningrat
- Syamsu Rijal - Helmi Buyung Aulia Safrizal -
Abdurohim - Arifin - Andhika Cahyono Putra -
Ilham Ahmad - Moh. Muslimin**



MANAJEMEN INOVASI

© 2023, Andi Asari; I Nyoman Wahyu Widiani; Syamsiara Nur; Puji Muniarty; Deti Lotaningrat; Syamsu Rijal; Helmi Buyung Aulia Safrizal; Abdurohim; Arifin; Andhika Cahyono Putra; Ilham Ahmad; Moh. Muslimin

Cetakan, 2023

15,5 x 23 cm, xii + 210 Halaman

ISBN: 978-623-8242-03-0

Penulis : Andi Asari
I Nyoman Wahyu Widiani
Syamsiara Nur
Puji Muniarty
Deti Lotaningrat
Syamsu Rijal
Helmi Buyung Aulia Safrizal
Abdurohim
Arifin
Andhika Cahyono Putra
Ilham Ahmad
Moh. Muslimin

Editor : Maulana Aenul Yaqin

Layout Isi : Al Amin Rois

Desain Cover : Tim Istana Agency

Diterbitkan oleh:

CV. ISTANA AGENCY

Anggota IKAPI No.138/ DIY/ 2021

Jl. Nyi Adi Sari Gg. Dahlia I, Pilahan KG.I/722 RT 39/12

Rejowinangun-Kotagede-Yogyakarta



0851-0052-3476



percetakanistana09@gmail.com



0857-2902-2165



istanaagency



istanaagency



www.istanaagency.com

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa, karena atas pertolongan dan limpahan rahmatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan buku yang berjudul Peran “*Manajemen Inovasi*”.

Buku ini di susun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Kami menyadari bahwa buku yang ada ditangan pembaca ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kami sangat mengharapkan saran untuk perbaikan buku ini dimasa yang akan datang.

Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat membawa dampak positif bagi para pembaca.

Penyusun, 18 Maret 2023

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| BAB 1 KONSEP DASAR INOVASI | 1 |
| A. Pengantar | 1 |
| B. Konsep Dasar Inovasi | 1 |
| BAB 2 KONSEP MANAJEMEN INOVASI | 7 |
| A. Latar Belakang Manajemen Inovasi | 7 |
| B. Konsep Inovasi Manajemen | 9 |
| C. Ciri - Ciri Manajemen Inovasi | 14 |
| D. Tujuan Inovasi | 14 |
| E. Manfaat Inovasi..... | 15 |
| F. Jenis Inovasi..... | 16 |
| G. Prinsip Inovasi | 17 |
| H. Jenis Inovasi..... | 17 |
| E. Generasi Inovasi..... | 18 |
| BAB 3 KREATIVITAS..... | 23 |
| A. Pendahuluan..... | 23 |
| B. Konsep Dasar Kreativitas | 24 |
| 1. Pengertian Kreativitas..... | 24 |
| 2. Ciri-ciri Kreativitas | 25 |
| 3. Jenis-Jenis Kreativitas | 26 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| C. | Pendekatan Kreativitas | 27 |
| 1. | Landasan Pengembangan Konsep Kreatif..... | 27 |
| 2. | Strategi Pengembangan Kreativitas..... | 28 |
| D. | Permasalahan Pengembangan Kreativitas di Indonesia | 30 |
| E. | Cara Mengembangkan Kreativitas | 32 |
| BAB 4 | MANAJEMEN IDE | 35 |
| A. | Pendahuluan..... | 35 |
| B. | Ide Bisnis | 36 |
| C. | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas | 42 |
| BAB 5 | MANAJEMEN PORTOFOLIO | 45 |
| A. | Pengertian dan Fungsi Manajemen..... | 45 |
| 1. | Pengertian Portofolio..... | 45 |
| 2. | Manajemen Portofolio | 46 |
| B. | Tahapan manajemen portofolio | 47 |
| 1. | Menentukan Tujuan Yang Akan Dicapai | 47 |
| 2. | Menyusun Strategi Pencapaian Tujuan..... | 53 |
| 3. | Sistem Pengelolaan / Kontroling Pencapaian Tujuan . | 54 |
| 4. | Dokumentasi dan Apresiasi Hasil Tujuan | 55 |
| E. | Contoh manajemen portofolio inovasi..... | 55 |
| 1. | Manajemen Portofolio Dalam Inovasi Sistem Pendidikan..... | 56 |
| 2. | Inovasi Dalam Bidang Wirausaha | 57 |
| 3. | Inovasi Dalam kehidupan sehari-hari | 57 |
| BAB 6 | MANAJEMEN DAN STRATEGI INOVASI..... | 61 |
| A. | Pendahuluan..... | 61 |
| 1. | Apa Itu Strategi Inovasi?..... | 61 |
| 2. | Mengapa Strategi Inovasi Penting?..... | 62 |
| B. | Berbagai Jenis Strategi Inovasi..... | 63 |
| 1. | Mempertahankan Inovasi | 63 |
| 2. | Inovasi Yang Mengganggu | 64 |
| 3. | Inovasi Radikal..... | 64 |
| 4. | Inovasi Arsitektur..... | 65 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| C. | Bagaimana Membuat Strategi Inovasi | 65 |
| 1. | Analisis Strategi Saat Ini..... | 65 |
| 2. | Teliti Kebutuhan Pelanggan..... | 66 |
| 3. | Kembangkan Proposisi Nilai Anda..... | 66 |
| 4. | Memformalkan Metode Inovasi..... | 67 |
| 5. | Template Strategi Inovasi | 67 |
| 6. | Cascade Pilihan Strategi..... | 68 |
| 7. | Matriks Ambisi Inovasi | 68 |
| C. | Pentingnya Inovasi Manajemen..... | 68 |
| C. | Strategi Manajemen Inovasi | 74 |
| BAB 7 | PERILAKU INOVASI..... | 79 |
| A. | Pendahuluan..... | 79 |
| B. | Inovasi dan Penemuan..... | 81 |
| C. | Inovasi dan Kinerja..... | 83 |
| D. | Inovasi dan Kreativitas..... | 84 |
| E. | Perilaku Kerja Inovatif..... | 85 |
| 1. | Definisi Perilaku Kerja Inovatif..... | 86 |
| 2. | Dimensi Perilaku Kerja Inovatif..... | 89 |
| F. | Penutup | 90 |
| BAB 8 | PROSES INOVASI..... | 93 |
| A. | Pendahuluan..... | 93 |
| B. | Ciri-ciri Inovasi | 97 |
| 1. | Sebelumnya Belum Ada | 97 |
| 2. | Implementasi Untuk Membuat Inovasi Harus Dibuat <i>Time Line nya</i> | 98 |
| 3. | Memiliki Keunggulan Dibandingkan Dengan Yang Lama | 98 |
| 4. | Inovasi Memiliki Arah Serta Yang Diinginkan..... | 100 |
| C. | Bentuk Inovasi | 100 |
| 1. | Inovasi Dalam Bentuk Sederhana (<i>Incremented Innovation</i>)..... | 101 |
| 2. | Inovasi Pemecah/Pendobrak | 102 |
| D. | Resiko melakukan Inovasi..... | 103 |

BAB 9 PENERAPAN INOVASI DALAM DUNIA PEMBELAJARAN 107

A. Pendahuluan.....107

B. Inovasi dan Kreativitas Pembelajaran109

 1. Media Program TV.....110

 2. Konten Media Sosial111

C. Penerapan Inovasi Menyambut KM113

 1. Pendekatan Inovasi Mandiri Belajar113

 2. Pendekatan Inovasi Mandiri Berubah114

 3. Pendekatan Inovasi Mandiri Berbagi114

 4. Aplikasi Pembelajaran Online115

 5. Perpustakaan Digital.....116

C. Inovasi Pengajaran Guru116

 1. Modality Pembelajaran117

 2. Pembelajaran Open Sources117

D. Pendamping Penerapan Inovasi Sekolah118

 1. Karakter Inovasi Sekolah Dasar119

 2. Karakter Inovasi Sekolah Menengah Pertama.....120

 3. Karakter Inovasi Sekolah Menengah Atas.....121

BAB 10 PRODUK INOVASI..... 125

A. Pengertian produk inovasi125

B. Pentingnya inovasi produk125

 1. Faktor Internal127

 2. Faktor Eksternal128

D. Model pengembangan produk.....133

 1. Membuat Sebuah Konsep.....134

 2. Melakukan Seleksi Dari Konsep.....134

 3. Membuat Desain Awal134

 4. Melakukan Evaluasi Dan Perbaikan Desain135

 5. Membuat model/prototype dan final desain139

 6. Meningkatkan dan mengembangkan proses operasi dalam pembuatan sebuah produk.....139

E. Cara terbaik dalam pengembangan produk139

| | | |
|--|---|------------|
| F. | Model Inovasi..... | 140 |
| 1. | Model kebetulan..... | 141 |
| 2. | Model linier | 141 |
| 3. | Model gabungan simultan | 143 |
| 4. | Model interaktif | 143 |
| G. | Strategi pemasaran dalam inovasi produk | 144 |
| 1. | Strategi branding..... | 144 |
| 2. | Strategi low cost | 145 |
| 3. | Strategi channel (distribusi) | 145 |
| H. | Produk baru dan performa..... | 145 |
| BAB 11 PENGEMBANGAN MANAJEMEN INOVASI | | 147 |
| A. | Pendahuluan..... | 147 |
| B. | Empat generasi manajemen inovasi..... | 148 |
| C. | Memperkenalkan Manajemen Inovasi Kontekstual..... | 156 |
| BAB 12 Evaluasi Manajemen Inovasi..... | | 163 |
| A. | Pendahuluan | 163 |
| B. | Mengukur Manajemen Inovasi | 165 |
| C. | Kerangka untuk Analisa Manajemen Inovasi | 167 |
| D. | Pendekatan Kinerja Manajemen Inovasi | 170 |
| 1. | Pendekatan dalam pencapaian tujuan..... | 170 |
| 2. | Pendekatan Sistem/Proses Internal..... | 170 |
| 3. | Pendekatan Kepuasan Konstituen Strategis | 171 |
| 4. | Pendekatan Faktor Bersaing..... | 172 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 175 |
| BIODATA PENULIS | | 199 |

BAB 1

KONSEP DASAR INOVASI

A. PENGANTAR

Inovasi saat ini tidak sekedar menciptakan sesuatu yang baru tetapi juga merupakan obat mujarab untuk solusi pengembangan ekonomi. Istilah inovasi semakin sering digunakan oleh pembuat kebijakan, tim pemasaran, spesialis periklanan dan konsultan manajemen. Namun sepanjang sejarah inovasi dan inovator tidak selalu dihargai dan telah lama ditolak oleh masyarakat. Jadi inovasi telah lama dianggap sebagai penyimpangan dari norma politik, sosial atau agama. Ini terutama terbukti sampai abad ke-19 di mana inovasi bukanlah subjek penelitian ilmiah. Awal 1900-an muncul teori inovasi pertama. Sejak paruh kedua abad ke-20, konsep inovasi mulai menyebar ke berbagai bidang ilmu. Rentang waktu antara tahun 1960-an dan 1990-an dapat disebut sebagai masa keemasan dalam studi inovasi (Kotsemir et al., 2013).

B. KONSEP DASAR INOVASI

Inovasi berkaitan dengan proses pembuatan produk dan penggunaannya, dalam literatur internasional didasarkan pada prinsip-prinsip yang berbeda dan setiap kelompok definisi memiliki karakteristik tertentu (Kotsemir et al., 2013). Pada tahun 1980-an fokus pada langkah-langkah inovasi, fokus utama

beralih ke inovasi tipologi implementasi dan inovasi. Menurut Cooper (1998) secara umum ada dua aspek utama dari inovasi dan dapat dibedakan menjadi:

- 1) inovasi sebagai proses yang mendorong perubahan
- 2) inovasi sebagai peristiwa, objek, atau produk diskrit, yang dicirikan oleh kebaruan.

Namun karena klasifikasi ini sangat luas maka dapat dibagi lebih lanjut. Inovasi sebagai peristiwa, objek atau produk diskrit dapat dipisahkan menjadi beberapa aspek, antara lain inovasi sebagai peristiwa, inovasi sebagai objek fisik dan inovasi sebagai sesuatu yang seiring waktu, klasifikasi aspek inovasi lebih rinci. Misalnya, Godin (2008) mendefinisikan konsep inovasi dan penjelasannya sebagai berikut.

- 1) inovasi sebagai proses melakukan sesuatu yang baru:
 - (a) inovasi sebagai peniruan
 - (b) inovasi sebagai penemuan
- 2) inovasi sebagai kemampuan manusia untuk aktivitas kreatif:
 - (a) inovasi sebagai imajinasi
 - (b) inovasi sebagai kecerdikan
 - (c) inovasi sebagai kreativitas
- 3) inovasi sebagai perubahan di semua bidang kehidupan:
 - (a) inovasi sebagai perubahan budaya
 - (b) inovasi sebagai perubahan sosial
 - (c) inovasi sebagai perubahan organisasi
 - (d) inovasi sebagai perubahan politik
 - (e) inovasi sebagai perubahan teknologi
 - (f) inovasi sebagai komersialisasi produk baru.

Klasifikasi rinci lain dari aspek dan dimensi inovasi dijelaskan oleh Ram et al., (2010), yang membedakan lima aspek inovasi.

- 1) inovasi sebagai sesuatu yang baru
- 2) inovasi sebagai saluran perubahan
- 3) inovasi sebagai suatu proses
- 4) inovasi sebagai penggerak nilai
- 5) inovasi sebagai penemuan.

Analisis aspek inovasi menunjukkan bahwa definisi inovasi inovasi telah berkembang secara substansial. Inovasi terlihat tidak hanya sebagai proses perubahan atau objek fisik tetapi juga sebagai instrumen perubahan dan kondisi untuk perubahan. Dengan demikian aspek-aspek inovasi dapat disimpulkan sebagai berikut (Kotsemir et al., 2013).

- 1) inovasi sebagai sesuatu yang baru
- 2) inovasi sebagai proses melakukan, menciptakan sesuatu yang baru
- 3) inovasi sebagai instrumen untuk melakukan, menciptakan sesuatu yang baru
- 4) inovasi sebagai kondisi untuk melakukan sesuatu yang baru
- 5) inovasi sebagai ide atau konsep dari sesuatu yang baru
- 6) inovasi sebagai kemampuan manusia untuk melakukan sesuatu yang baru
- 7) inovasi sebagai proses perubahan.

Dari berbagai pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa ciri utama dari inovasi adalah adanya unsur kebaruan yang juga memungkinkan adanya interpretasi yang berbeda (O'Sullivan & Dooley 2009). Robertson (1967) mendefinisikan inovasi sebagai suatu proses dimana ide baru, perilaku, atau benda yang secara kualitatif berbeda dari bentuk-bentuk yang ada,

diimplementasikan dan diterapkan dalam praktek. Menurut Mohr (1969), inovasi dapat menjadi sumber untuk menciptakan produk atau proses yang baru yang dapat dikembangkan bagi para pengikutnya. Ini menunjukkan bahwa pada tahun 1960-an, inovasi ditafsirkan dengan mengacu pada aspek konseptual, tanpa memperhitungkan kompleksitas dan keragaman definisi, dan umumnya dipertimbangkan dalam hubungannya dengan perusahaan tetapi tidak dengan pasar atau negara (Robertson, 1967; Mohr, 1969). Sesuai dengan definisi tersebut, maka kriteria kebaruan inovasi ditentukan oleh pilihan dan persepsi inovasi pengadopsinya. Artinya ide, objek atau praktik dianggap inovatif selama periode persepsinya sebagai kebaruan oleh perwakilan pengadopsi. Dalam konteks ini, juga dipahami bahwa ketersediaan informasi dan pengetahuan tentang inovasi tidak mendistorsi kriteria kebaruan.

Menurut Walker inovasi adalah suatu proses di mana ide, objek, dan praktik baru diciptakan, dikembangkan atau diciptakan kembali untuk unit adopsi (Walker, 2006). Dengan demikian, pada level kelembagaan, inovasi harus dilihat sebagai proses sosial, bukan sebagai penemuan ilmiah. Itu memungkinkan untuk memperkirakan dampaknya terhadap struktur dan prosedur organisasi yaitu pengguna. Kemudian tujuan inovasi adalah penciptaan nilai tambah dan dampak positif pada operasi dan pengembangan organisasi. Oleh karena itu, inovasi dapat mencakup perubahan yang memiliki konsekuensi menguntungkan bagi organisasi.

Inovasi sebagai konsep penggerak nilai sangat penting untuk menilai efisiensi inovasi. Dalam konsep ini, inovasi didefinisikan sebagai sumber keunggulan kompetitif dan sebagai faktor penentu pertumbuhan ekonomi dan kondisi dasar perkembangan perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif (Johannessen, 2009). Dilihat dari segi organisasinya, adopsi

inovasi dapat menyebabkan peningkatan efisiensi operasional; menciptakan kerja yang lebih baik, keunggulan kompetitif, dan fleksibilitas yang menjamin pembangunan berkelanjutan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang berubah secara dinamis. Konsep lain yang banyak digunakan mendefinisikan inovasi sebagai alat untuk penciptaan pengetahuan yang baru (Strambach, 2002). Dalam konteks ini, sebuah konsep baru adalah berdasarkan posisi yang menggunakan produk baru, layanan, proses dan paradigma yang ada tertanam ke dalam inovasi dan mengarah ke cara berpikir baru dan pengetahuan baru. Inovasi itu kompleks, tidak pasti, agak tidak teratur, dan mengalami banyak perubahan. Proses inovasi harus dipandang sebagai rangkaian perubahan yang kompleks tidak hanya perangkat keras, tetapi juga lingkungan pasar, fasilitas produksi, pengetahuan dan konteks sosial organisasi inovasi. Inovasi bukan hanya tentang pengembangan teknologi melainkan mencakup cara pembiayaan, cara pemasaran dan hubungan pemasaran, cara menciptakan strategi kemitraan, cara berurusan dengan pemerintah (Kline dan Rosenberg, 1986).

Peter Ferdinand Drucker (2012) berpendapat bahwa inovasi adalah ilmu yang tunduk pada pengembangan. Dan Menurut Kondratyev (2022), inovasi adalah salah satu alasan penting dari siklus besar kondisi pasar dan durasinya. Dalam hal ini, seorang pengusaha dianggap sebagai hubungan yang signifikan antara penemuan dan inovasi dalam proses inovatif (Kondratyev, 2002). Dalam ekonomi pasar, konsep inovasi memiliki kemandirian alam, tetapi juga digunakan untuk mencirikan istilah serupa, seperti proses inovatif, kegiatan inovatif, dll. Yang signifikan untuk teori inovasi adalah pengembangan konsep gelombang teknologi oleh ekonom domestik.

Inovasi adalah tindakan memperkenalkan sesuatu yang baru, ide baru, perangkat atau proses yang lebih efektif. Para pakar

percaya bahwa inovasi adalah kebaruan yang telah memperoleh kualitas baru. Ada juga pendapat yang berlawanan secara fundamental, yang menurutnya penemuan adalah kebaruan progresif, digunakan dalam dinamika dan keberadaan baru untuk sistem organisasi, yang menerima dan menerapkannya. Sebagai aturan, hal baru menciptakan pasar baru, dan inovasi menciptakan pasar inovasi yang kompetitif, dan investasi menciptakan pasar modal, bersama-sama membentuk bidang kegiatan inovatif (Savtsova, 2015).

Kebaruan adalah ide baru, diwujudkan dalam proses pengembangan produk baru, metode, teknologi baru, dll (Trifilova & Von Stamm, 2012). Dengan kata lain, kebaruan teknologi adalah sumber inovasi teknologi yang memperoleh kualitas seperti itu sejak dimulainya distribusi sebagai produk baru. Tsvetkov (2014) juga membedakan kategori kebaruan dan penemuan dan mendefinisikan inovasi melalui sebuah proses berdasarkan implementasi praktis kebaruan, yang dihasilkan dalam dasar penemuan yang bermakna sebagai suatu proses. Kebaruan sebagai fenomena baru, penemuan, ide, metode, dirancang sebagai hasil penelitian, pengembangan atau karya eksperimental pada peningkatan efisiensi secara khusus dan inovasi sebagai implementasi kebaruan. Dalam hal ini termasuk proses penciptaan, distribusi, dan penggunaan yang kompleks kebaruan sebagai alat praktis baru untuk memenuhi kebutuhan manusia yang berubah dengan perkembangan sistem dan mata pelajaran sosial dan budaya. Inovasi berdasarkan hal baru, penemuan baru. Penemuan adalah hal yang baru digunakan sejak peluncuran pasarnya, mendapatkan kualitas baru, dan akhirnya berubah menjadi inovasi. Dengan demikian, inovasi adalah konsep yang lebih luas dari penemuan (Manuylenko et al., 2015).

BAB 12

EVALUASI MANAJEMEN INOVASI

A. PENDAHULUAN

Evaluasi pada dasarnya merupakan kajian yang merupakan kegiatan mencari faktor-faktor penyebab timbulnya permasalahan, bukan hanya sekedar gejala yang tampak dalam permukaan. Karena itu evaluasi merupakan kegiatan diagnostik, menjelaskan interpretasi hasil analisis data dan kesimpulan. Evaluasi bersifat diagnosa untuk mengetahui persoalan dan memecahkan persoalan (Goffin & Mitchell, n.d.). Evaluasi dalam konteks ini lebih tertuju sebagai evaluasi permasalahan organisasi setelah dilaksanakan perubahan organisasi (inovasi). Dimana tinjauan dilakukan setelah dilaksanakan perubahan atau pengembangan harus ada evaluasi pelaksanaan terhadap organisasi untuk memetakan persoalan yang terjadi. Oleh karena itu para peserta harus dilandasi pola berpikir objektif, sehingga hasil evaluasi bertitik tolak pada landasan hasil evaluasi, dimana dihindarkan unsur subjektivitas dalam merumuskan hasil evaluasi (Trott, n.d.). Bagaimanapun evaluasi, harus berlandaskan pada produktifitas dan kinerja organisasi, yang tentunya lebih baik dari pada kondisi sebelum inovasi tersebut dilaksanakan.

Inovasi yang sukses yaitu berasal dari gagasan serta implementasi yang berasal saat proses inovasi terjadi, adanya

produk yang dihasilkan saat berinovasi, layanan dan metode dalam pelayanan publik (sebagai contoh). Dalam hal ini apakah inovasi yang dihasilkan merupakan inovasi dengan gagasan baru atau merupakan kelanjutan dari program, yang sebelumnya sudah dijalankan, namun dilakukan pembaharuan dengan tujuan lebih mengefektifkan pelayanan terhadap pelanggan. Dalam hal ini pelanggan tersebut merupakan masyarakat itu sendiri. Inovasi dalam aspek kebijakan disini mengacu kepada visi dan misi dari organisasi yang menjalankan sebuah inovasi. Organisasi tersebut bisa berupa unit usaha, *profit center*, atau dapat pula berupa instansi pemerintah resmi, ataupun dari pejabat publik. (Benlamri & Sparer, 2017)

Rosabeth Moss Kanter, Barry Stein dan Told Jick menyatakan bahwa organisasi selalu dituntut untuk lebih mudah dan cepat dalam mengatasi situasi, dengan melakukan perubahan atau inovasi. Organisasi yang lebih fleksibel, dapat beradaptasi dengan perubahan, dengan jumlah tingkat hirarki formal yang relatif sedikit serta memiliki batas-batas yang longgar antara fungsi dan hubungan antar unit. Selain itu, organisasi tersebut lebih peka dan tanggap terhadap lingkungan, peduli dengan para pemangku kepentingan dari semua karyawan, komunitas, pelanggan, pemasok dan pemangku kepentingan. Organisasi yang dinamis seperti ini, memberdayakan pegawai (SDM) untuk mengambil tindakan dan menjadi wirausaha, beri mereka penghargaan atas kontribusi, dan bantu mereka memperoleh keterampilan “kemampuan kerja”. Secara keseluruhan, ini adalah ciri-ciri organisasi global dengan memelihara hubungan internal dan eksternal, termasuk usaha patungan, aliansi, konsorsium, dan kemitraan (Kanter, 2020).

Pengukuran proses inovasi sangat penting baik bagi praktisi maupun akademisi, namun dicirikan oleh keragaman pendekatan, resep, dan praktik yang dapat membingungkan dan

kontradiktif jika tidak dilakukan komunikasi internal organisasi dengan baik. Inovasi harus disampaikan dengan baik sebagai sebuah proses yang bertahap (James Harrington & Voehl, n.d.).

Pengukuran inovasi melibatkan serangkaian studi terpisah yang terdiri dari berbagai kegiatan yang diperlukan untuk menjadi kesenjangan dengan meninjau hasil yang diperoleh setelah proses inovasi dilaksanakan (Myers & Paul S, n.d.). Oleh sebab itu dibutuhkan kerangka kerja yang dihasilkan dari proses manajemen inovasi yang terdiri dari 7 katagori, yakni: manajemen input, manajemen pengetahuan, strategi inovasi, budaya dan struktur organisasi, manajemen portofolio, manajemen proyek, dan komersialisasi. Kedua, kami mengisi setiap kategori kerangka kerja dengan faktor-faktor yang secara empiris terbukti signifikan dalam proses inovasi, dan langkah-langkah ilustratif untuk memetakan wilayah pengukuran manajemen inovasi. Tinjauan tersebut memiliki dua kontribusi penting. Pertama, dibutuhkan langkah yang sulit untuk menggabungkan literatur yang sangat beragam ke dalam satu kerangka kerja . Kedua, menyediakan kerangka kerja di mana manajer dapat mengevaluasi aktivitas inovasi mereka sendiri, dengan mengeksplorasi sejauh mana organisasi mereka inovatif secara nominal atau apakah inovasi yang dilaksanakan telah tertanam di seluruh organisasi mereka atau tidak. Kemudian dilaksanakan identifikasi terhadap area-area tertentu untuk perbaikan (*2 Joe Tidd 2009, n.d.*).

B. MENGUKUR MANAGEMEN INOVASI

Berdasarkan berbagai literatur tentang inovasi, yang diterapkan secara luas bahwa inovasi dipandang sebagai dasar kebijakan ekonomi yang kompetitif (Idris Mootee, 2013).

Sastra ini termasuk menunjukkan bukti bahwa keberhasilan kompetitif adalah tergantung pada manajemen organisasi dari proses inovasi dengan mengusulkan faktor-faktor yang

berhubungan dengan keberhasilan pengelolaan proses inovasi itu sendiri (Goffin, 2019).

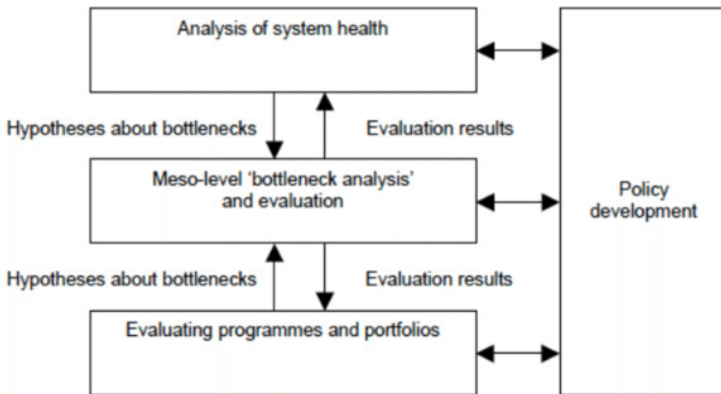
Proses pengukuran, mengevaluasi dan benchmarking kompetensi dan praktik inovasi adalah masalah yang signifikan dan kompleks bagi banyak organisasi yang beroperasi saat ini (Trott, 2017). Inovasi menjadi tantangan penting adalah untuk mengukur proses dengan kompleks yang mempengaruhi kemampuan inovasi organisasi, agar mereka dapat dikelola secara optimal (Harrington, 2016). Pengukuran proses inovasi juga penting dari perspektif penelitian akademik. Hal ini ditempatkan dengan konstruksi yang berkaitan dengan fenomena diukur dengan menggunakan yang diterima oleh metode yang umum digunakan, terdapat risiko bahwa operasionalisasi perusahaan yang berbeda dari efek yang sama akan menghasilkan temuan yang bertentangan, dan secara teoritis tidak ada kemajuan yang terjadi dari adanya proses inovasi yang dilaksanakan (*Entrepreneurship and Innovation: Global Insights from 24 Leaders*, n.d.).

Dalam teori dan literatur disebutkan bahwa manajemen inovasi, termasuk ukuran aspek manajemen inovasi sering disampaikan sebagai jawaban atas kebutuhan perusahaan untuk memahami efektivitas tindakan inovasi yang dilakukan (Barrod, 2010). Namun dalam prakteknya, perhatian para manager seringkali terpecah-pecah. Hal ini mungkin terjadi sebagai akibat dari kebijakan pemisahan unit-unit kerja dalam organisasi yang yang cenderung fokus pada hasil kerja, dengan melakukan pengukuran input inovasi dan output dalam hal pembelanjaan, produksi, keuangan, penjaminan mutu, pengiriman (logistik), serta akselerasi kecepatan pengiriman produk ke pasar dan pengembangan produk baru. Hal ini sering kali cenderung mengabaikan proses yang dibutuhkan antara kedua kepentingan, yakni produksi dan pengiriman ke pelanggan dengan segera. (Benlamri, 2016).

C. KERANGKA UNTUK ANALISA MANAJEMEN INOVASI

Kerangka (framework) untuk Analisa Manajemen Inovasi disajikan pada Gambar 12.1 berikut.

Gambar 14.1 Kerangka Analisa Manajemen Inovasi



(Harrington, 2016)

Kerangka pengukuran tersebut secara umum ditentukan pada tingkat organisasi, menyediakan dasar pelaksanaan kegiatan evaluasi yang berguna bagi manajer untuk memantau dan mengevaluasi proses inovasi. Dalam upaya untuk memperluas teori dan praktik pengukuran manajemen inovasi dalam konteks kerangka kerja konseptual. Proses diawali dengan mengidentifikasi kesenjangan dalam analisa kesehatan sistem secara keseluruhan, dengan seperangkat inovasi tindakan manajemen yang komprehensif. Identifikasi ditujukan untuk memahami *bottleneck*, yang menjadi hambatan terjadinya proses tersebut. Analisa *bottleneck* ini menentukan tingkat keberhasilan dalam proses inovasi keseluruhan. Berdasarkan identifikasi tersebut dilakukan analisa untuk mengembangkan dalam suatu hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian dianalisa, dikembangkan skenario alternatif, untuk dipilih skenario yang terbaik. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan pengembangan

kebijakan pada *Meso-Level*, yakni kebijakan yang berlaku pada jajaran operasional. Setelah pengembangan kebijakan dilaksanakan, maka selanjutnya dilaksanakan evaluasi kebijakan (1 Mootee 2013, n.d.).

Pendekatan holistik seperti ini sangat penting dari sudut pandang praktisi, karena meniadakan kebutuhan untuk menyusun langkah-langkah secara bertahap dari literatur yang beragam. Jadi, untuk sementara ini model tinjauan ini ditentukan secara luas, dengan menghadirkan sejumlah tantangan metodologis. Demi mengatasi tantangan ini dengan menggunakan pendekatan tinjauan sistematis yang telah diadaptasi maka dibutuhkan pengembangan gagasan baru. Berbagai gagasan baru tentang tinjauan sistematik ini perlu mendapatkan pengakuan dalam literatur manajemen organisasi, maupun perencanaan inovasi tersebut (Mootee, 2013,).

Mereka menyatakan bahwa tinjauan tersebut secara sistematis meliputi: pengembangan maksud dan tujuan yang jelas dan tepat; metode yang direncanakan sebelumnya; pencarian komprehensif dari semua artikel yang berpotensi relevan; penggunaan kriteria yang eksplisit dan dapat diproduksi ulang dalam hal pemilihan artikel lainnya yang sesuai untuk ditinjau; penilaian kualitas penelitian dan kekuatan temuan; sintesis studi individu menggunakan kerangka analitik eksplisit; dan presentasi hasil yang seimbang, serta tidak memihak dan dapat dengan mudah dipahami oleh jajaran operasional. Strategi peninjauan tersebut secara luas dapat mengadopsi model ini, tetapi dengan beberapa perubahan untuk menyesuaikan dengan urgensi pertanyaan dan sumber data kami, terutama: pertama, dimasukkannya studi Delphi (tingkat pertama) dan, studi berikutnya dikembangkan evaluasi inovasi tingkat kedua. Pada pengembangan ini, dilaksanakan pelanggaran persyaratan untuk kriteria yang dapat direproduksi untuk pemilihan dan

penilaian dokumen (*Entrepreneurship and Innovation: Global Insights from 24 Leaders*, n.d.).

Para peneliti kebijakan inovasi ini, telah membentuk panel peninjau yang terdiri dari pakar yang relevan dengan domain dari berbagai disiplin ilmu dengan minat pada inovasi dan pengukuran inovasi, dalam rangka mengatasi masalah yang sering ditimbulkan dalam proses manajemen inovasi. Hal terpenting yang ingin dicapai adalah memperkecil dampak buruk yang diakibatkan oleh adanya inovasi yang tidak tepat sasaran (2 Joe Tidd 2009, n.d.).

Agar lebih efektif dan efisien dalam mendefinisikan tujuan pemeriksaan dan melakukan rancangan tindakan inovasi, dibutuhkan pengembangan kerangka analisis yang komprehensif sebelum dilakukan proses inovasi itu sendiri McManus et al. (1998). Hal ini sudah barang tentu membutuhkan evaluasi diri, analisa SWOT yang mendalam untuk merefleksikan tinjauan sistematis, mengidentifikasi segala keterbatasan sumber daya yang dimiliki (waktu, SDM, kompetensi, dll) (Goffin & Mitchell, n.d.).

Peninjauan sistematis menekankan pentingnya jejak audit dalam proses peninjauan untuk memastikan kejelasan dan pencatatan ulang proses yang dibutuhkan. (Tranfield et al. 2003). Namun, terlepas dari metodologi proses evaluasi inovasi tersebut, dibutuhkan studi untuk memasukkan langkah-langkah manajemen inovasi yang dapat berkontribusi pada pembangunan kerangka pengukuran, dan literatur pada area yang masih abu-abu, hal ini dimaksudkan agar tidak ada aspek yang tertinggal dalam laporan kinerja inovasi yang akan dievaluasi.

D. PENDEKATAN KINERJA MANAJEMEN INOVASI

Dalam rangka mengevaluasi kinerja sebuah organisasi berdasarkan inovasi yang dilaksanakan bisa digunakan beberapa pendekatan. Pendekatan tersebut antara lain:

1. Pendekatan dalam pencapaian tujuan

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling umum digunakan dalam menilai kinerja organisasi, di mana output dan atau hasil yang ada/dicapai dibandingkan dengan hasil sebelumnya dan rencana/target yang telah ditetapkan. Dengan kriteria ini kinerja organisasi ditentukan dengan seberapa jauh pencapaian tujuan organisasi. Untuk bisa menggunakan pendekatan ini, ada beberapa hal yang harus dipenuhi, antara lain:

- a) Organisasi mempunyai tujuan akhir yang jelas, yang tercermin dari visi dan misi yang dimiliki
- b) Tujuan-tujuan tersebut diidentifikasi dan ditetapkan dengan baik agar dapat dimengerti
- c) Tujuan-tujuan tersebut sedikit saja agar mudah dikelola
- d) Ada konsensus untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.
- e) Kemajuan mengarah pada pencapaian tujuan tersebut yang dapat diukur kinerjanya.

2. Pendekatan Sistem/Proses Internal

Organisasi yang berkinerja tinggi harus memiliki proses internal yang sehat. Organisasi memiliki proses internal yang sehat, jika arus informasi berjalan baik, pegawai mempunyai loyalitas, komitmen, kepuasan kerja dan saling percaya. Kriteria yang lain adalah minimalnya konflik yang tidak perlu terjadi, serta tidak ada manuver politik yang merusak dari para anggota. Selain itu, pendekatan ini lebih menekankan kriteria yang akan meningkatkan kelangsungan hidup jangka panjang dari organisasi, seperti memperoleh sumber daya, mempertahankan

dirinya secara internal dan berintegrasi dengan lingkungan eksternalnya. Tujuan akhir tidak diabaikan, tetapi hanya dipandang sebagai satu elemen di dalam kumpulan kriteria yang lebih kompleks. Pendekatan ini lebih menekankan pada cara untuk mencapai tujuan. Hal-hal tersebut di atas didasarkan pada asumsi-asumsi sebagai berikut (Barrood, 2010):

- a) Organisasi terdiri dari sub-sub bagian yang saling berhubungan, dimana jika salah satu bagian mempunyai kinerja yang jelek akan berpengaruh terhadap keseluruhan organisasi.
- b) Interaksi yang berhasil dengan lingkungan, sehingga manajemen tidak boleh gagal dalam mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, serikat pekerja, dan lainnya.
- c) Kelangsungan hidup membutuhkan sumber daya, oleh karena itu harus dilakukan penggantian terus menerus terhadap bahan baku, lowongan/ kekurangan pegawai diisi, perubahan pelanggan diantisipasi dan sebagainya.
- d) Pendekatan sistem ini akan sangat berguna jika ada hubungan yang jelas antara masukan (input) dan keluaran (out-put) dan sebaliknya ada beberapa kendala karena kesulitan mengembangkan alat ukur, misalnya untuk melihat kejelasan komunikasi intern.

3. Pendekatan Kepuasan Konstituen Strategis

Organisasi tergantung dan sekaligus mempengaruhi hidup orang-orang atau pihak di luar organisasi. Oleh karena itu tingkat kepuasan tiap-tiap pihak yang terlibat merupakan kriteria penting bagi kinerja organisasi. Dengan pendekatan ini organisasi pemerintah dikatakan efektif dan atau berkinerja tinggi jika dapat memenuhi tuntutan dari konstituen yang mendukung kelanjutan eksistensi organisasi tersebut.

Yang dimaksud dengan konstituen disini adalah orang atau sekelompok orang yang mempunyai pengaruh terhadap kelangsungan hidup organisasi, seperti penyedia sumber daya, pelanggan dan sebagainya (Myers & Paul S, n.d.).

Dan hal tersebut penting kiranya bagi organisasi mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi konstituennya yang penting. Organisasi mampu menilai pola preferensi konstituen tersebut dan mampu memenuhi tuntutananya serta pada akhirnya organisasi harus mengejar sejumlah tujuan yang dipilih sebagai respon terhadap kelompok-kelompok kepentingan.

Pendekatan ini akan sangat berguna ketika konstituen mempunyai pengaruh yang kuat terhadap organisasi. Seperti yang terjadi sekarang ini dimana masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat dan Dewan Perwakilan Rakyat begitu kuat tuntutananya kepada pemerintah (baca: organisasi pemerintah) untuk bisa memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Karena adanya tuntutan tersebut organisasi pemerintah diharapkan menanggapi dan memenuhi tuntutan konstituen tersebut.

Ada beberapa kesulitan yang mungkin akan dihadapi ketika menggunakan pendekatan ini. Penentuan konstituen strategis pada lingkungan yang besar pada prakteknya sangat sulit, karena lingkungan berubah dengan cepat. Hal lain adalah pada masing-masing bagian/unit organisasi bisa saja mempunyai konstituen strategis yang berbeda. Dengan kondisi ini dengan sendirinya organisasi akan kesulitan menetapkan konstituen mana yang harus dipenuhi tuntutananya. (Benlamri & Sparer, 2017)

4. Pendekatan Faktor Bersaing

Pada pendekatan ini seluruh variabel yang mempengaruhi efektivitas organisasi diidentifikasi, kemudian menentukan bagaimana variabel variabel tersebut saling berhubungan. Hal ini dilakukan karena menurut pendekatan ini, tidak ada

pendekatan/kriteria yang paling baik untuk menilai kinerja organisasi. Tidak ada tujuan tunggal yang dapat disetujui semua orang dan tidak ada konsensus yang menetapkan tujuan mana yang harus didahulukan. Oleh karena itu berbagai pendekatan tersebut dikonsolidasikan/ dikombinasikan sehingga membentuk kumpulan dasar nilai bersaing. Faktor bersaing di sini adalah inovasi yang dilakukan mampu meningkatkan kemampuan organisasi dalam menghadapi persaingan pasar, sehingga dapat mencapai tujuan organisasi secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, A. (2022b). *BUSINESS PLANNING MODELS AND STRATEGIES TO ACHIEVE OPTIMAL RESULTS*.
- Abdurohim, A., & Purwoko, B. (2022a). *Optimalisasi Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Nelayan Melalui Sarana Digital*.
- Abdurohim, A., & Purwoko, B. (2022b). *Peningkatan Layanan Laku Pandai Dalam Rangka Menurunkan Kemiskinan*.
- Abdurohim, A., & Purwoko, B. (2022c). *THE EFFECT OF PROFESSIONAL COMPETENCE, MOTIVATION, AND DISCIPLINE OF WORK ON TEACHER PERFORMANCE IN HIGH SCHOOL ABPURA DISTRICT, JAYAPURA CITY*.
- Abdurohim. (2021). *BAB 8: STRATEGI BRANDING UNTUK PENGUASAAN PELANGGAN POTENSIAL* (U. Sutiksno & R. Dewi, Eds.; 1st ed., Vol. 1). ZAHIR PUBLISHING. <https://www.google.com/search?tbm=bks&q=knowlwdge+management>
- Abdurohim. (2022a). *BUSINESS PLANNING MODELS AND STRATEGIES TO ACHIEVE OPTIMAL RESULTS*. *Osf.Oi*.
- Adirestuty, F. 2017. Pengaruh *Self-Efficacy* Guru dan Kreativitas Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa dan Implikasinya Terhadap Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ekonomi. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 4(1), 54-67.

- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic Management Journal*, 31(3), 306-333.
- Amasaka, K. (2002). "New JIT": A new management technology principle at Toyota. *International Journal of Production Economics*, 80(2), 135-144. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(02\)00313-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0925-5273(02)00313-4)
- Amidon Rogers, D.M. (1996), "The challenge of fifth generation R&D", *Research Technology Management*, July-August, pp. 33-41.
- Amit, R., & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review*, 53(3), 41.
- Anwar, M. K. (2017). Transformasi Model Inovatif untuk Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) di Indonesia. *Swatantra*, 15(1).
- Arif, F. M. (2020). Mitigasi Resiko Investasi Bodong dan Aktualisasi Nalar Istia¹ÉlÄ á, ¥. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1). <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3580>
- Arifin, Norain, S., & Ridwan. (2022). *ESP COURSE DESIGN: THE NEED ANALYSIS ON ENGLISH FOR TOURISM BOOK FOR TRAVEL BUSINESS DEPARTMENT OF ELEVENTH GRADE STUDENTS AT SMKN 1 TARAKAN*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47577/teh.v2i2.6968>
- Arifin. (2021). Pendidikan Multikultural: Ideologi Pembelajaran dan Pengajaran di Sekolah. *JURNAL BORNEO HUMANIORA*, 4(2), 96-102. https://doi.org/https://doi.org/10.35334/borneo_humaniora.v4i2.2278

- Arsawan, I. W. E., De Hariyanti, N. K. ssy, Atmaja, I. M. A. D. S., Suhartanto, D., & Koval, V. (2022). Developing Organizational Agility in SMEs: An Investigation of Innovation's Roles and Strategic Flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 149. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc8030149>
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2005). Market orientation and the new product paradox. *Journal of Product Innovation Management*, 22(6), 483-502.
- behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- Boons, F., & Ludeke-Freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation: State-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9-19.
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *MODUL PENUMBUHAN WIRUSAHAWAN MUDA PERTANIAN (PWMP)* (Vol. 21, Issue 1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Brown, B. (2010), "Why innovation matters." *Research Technology Management*, 53(6), 18-23.
- Brown, S.L. and Eisenhardt, K.M. (1997), "The art of continuous change: linking complexity theory and time-paced evolution in relentlessly shifting organizations", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42 No. 1, pp. 1-34.
- Busco, C., Frigo, M. L., Giovannoni, E., & Maraghini, M. P. (2012). Control vs. Creativity. *Strategic Finance*, 94(2), 29-36.
- Business Review* 84(2): 72-84, 163. <https://hbr.org/2006/02/the-why-what-and-how-of-management-innovation>
- Business Review*, July 30. <https://hbr.org/2014/07/managements-three-eras-a-brief-history>

- Campanella, F., Serino, L., Battisti, E., Giakoumelou, A., & Karasamani, I. (2023). FinTech in the financial system: Towards a capital-intensive and high competence human capital reality? *Journal of Business Research*, 155, 113376. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113376>
- Carmeli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75–90.
- Change Therapy. 2022. Maslow` s Hierarchy of Needs. Griffin, R.W. 2021. Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Change Therapy. 2022. Maslow` s Hierarchy of Needs. <https://changetherapy.org.uk/2022/01/21/maslows-hierarchy-of-needs/>
- Sartika Dewi. 2022. Metode Ampuh Mengembangkan Bisnis dengan Metode SMART GOALS. <https://www.hashmicro.com/id/blog/metode-smart/>
- Nuraini Fajar. 2020. Teknik Analisis SWOT. Jogjakarta. Anak Hebat Indonesia.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Hussain, Z. (2021). Usage of smartphone for financial transactions: from the consumer privacy perspective. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2021-4526>
- Cheng, C., & Wang, L. (2022). How companies configure digital innovation attributes for business model innovation? A configurational view. *Technovation*, 112, 102398. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102398>
- Chesbrough, H., & Rosenbloom, R. S. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox Corporation's technology spin-off

- Chesbrough, H.W. (2003), *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from New Technology*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- companies. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 529-555.
- Cooper, J. R. (1998). A multidimensional approach to the adoption of innovation. *Management decision*, 36(8), 493-502.
- Cooper, R.G. (1994), "Perspective: third-generation new product processes", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 11 No. 1, pp. 3-14.
- Coskun-Setirek, A., & Tanrikulu, Z. (2021). Digital innovations-driven business model regeneration: A process model. *Technology in Society*, 64, 101461. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101461>
- creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2012). Managerial innovation: Conceptions, processes, and antecedents. *Management and Organization Review*, 8(2), 423-454.
- Daniela, P., & Georgeta, D. (2013). Recommendations for the Insurance of Innovation Management Abstract: Nowadays, one of the most important inputs is the innovation. In an economy connected to *Ovidius University Annals, Economic* <https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiiiy2013i2p236-240.html>
- De Jong, J. P. & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19, 23-36.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative
- Dess, G. G., & Picken, J. C. (2000). Changing roles: Leadership in the 21st century. *Organizational Dynamics*, 28(3), 1-15.

- 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/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.443>
- DiPietro, W. R., & Anoruo, E. (2006). Creativity, innovation, and export performance.
- Dodi Siregar, Purnomo, A., Mastuti, R., & Napitupulu, D. (2015). *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi*. <https://www.researchgate.net/publication/348945284>
- Dorenbosch, L., van Engen, M. L., & Verhagen, M. (2005). On-the-job Innovation: The Impact of Job Design and Human Resource Management through Production Ownership. *Creativity and Innovation Management*, 14(2), 129–141.
- Drucker, P. (1999), “Innovate or die: Drucker on financial services”, *The Economist*, September 25.
- Drucker, P. (2012). *Managing in turbulent times*. Routledge.
- Drucker, P. F. (1998). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 76(6), 149-157.
- Drucker, P. F. 2012. *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga.
- Dzimba, E., & Poll, J. A. van der. (2022). Disruptive Innovation at the Base-of-the-Pyramid: Negotiating the Missing Links. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040171>
- Fagerberg, J., 2004. Innovation: A guide to the literature. In: Fagerberg, J., Mowery, D.C., Nelson, R.R. (Eds.), *Oxford handbook of innovation*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Fauzi, F. (2016). Manajemen Resiko Di Tengah Perubahan Model Bisnis Telekomunikasi. *Jurnal Teknik Mesin*, 5(4), 32. <https://doi.org/10.22441/jtm.v5i4.1222>

- Ferdinand, 2013, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*
- Firmansyah, E., Sosiologi, P., Keguruan, F., Ilmu Pendidikan, D., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2019). PENERAPAN TEKNOLOGI SEBAGAI INOVASI PENDIDIKAN. *Proceeding National Seminar*, 2(1), 657–666.
- for training and development. *Journal of European Industrial Training*, 23(4/5), 224-241.
- Foss, Nicolai J., Laursen, Keld , and Pedersen, Torben. (2011). Linking Customer Interaction and Innovation: The Mediating Role of New Organizational Practices. *Organization Science* 22:4, 980-999
- Foucart, R., Wan, C., & Wang, S. (2018a). Innovations and technological comebacks. *International Journal of Research in Marketing*, 35(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2017.11.002>
- Foucart, R., Wan, C., & Wang, S. (2018b). Innovations and technological comebacks. *International Journal of Research in Marketing*, 35(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2017.11.002>
- Frambach, R. T., & Schillewaert, N. (2002). Organizational innovation adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research. *Journal of Business Research*, 55(2), 163-176.
- Franco, M., & Haase, H. (2020). Interfirm Partnerships and Organizational Innovation: Study of SMEs in the Automotive Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 193. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc6040193>

- Galego, D., Moulaert, F., Brans, M., & Santinha, G. (2022). Social innovation & governance: a scoping review. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(2), 265-290.
- Gary Hamel. 2006. The why, what, and how of management innovation. *Harvard*
- Gault, F. (2013). The oslo manual. In *Handbook of innovation indicators and measurement* (pp. 41-59). Edward Elgar Publishing.
- Giesen, E., Riddleberger, E., Christner, R., & Bell, R. (2010). When and how to innovate your business model. *Strategy & Leadership*, 38(4), 17-26.
- Godin, B. (2008). Innovation: the History of a Category.
- Goleman, D., & Lueneburger, C. (2010). The change leadership sustainability demands. *MIT Sloan Management Review*, 51(4), 49.
- Grieser, W., Krause, R., Li, R., Priem, R., & Simonov, A. (2023). Move fast and break things! innovation-intensive strategy, organizational permissiveness, and corporate wrongdoing. *Long Range Planning*, 102294. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102294>
- Griffin, A. (1997), "PDMA research on new product development practices: updating trends and benchmarking best practices", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 14 No. 6, pp. 429-58.
- Griffin, R.W. 2021. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Gupta, P. 2007. *Business Innovation In The 21st Century*. North Charleston, South California: Dipak Jain, Dean Kellogg, School Of Management.

- Gyedu, S., Heng, T., Ntarmah, A. H., He, Y., & Frimppong, E. (2021). The impact of innovation on economic growth among G7 and BRICS countries: A GMM style panel vector autoregressive approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121169>
- H. James Harrington, Frank Voehl, 2016, *The Innovation Tools Handbook, Volume 3, Creative Tools, Methods, and Techniques that Every Innovator Must Know*, CRC Press, 6000 Broken Sound Parkway NW, Suite 300 Boca Raton, FL 33487-2742, USA.
- Hamel, G. (2006). The why, what, and how of management innovation. *Harvard Business Review*, 84(2), 72.
- Hank W. Volberda, Frans A. J. Van Den Bosch, and Cornelis V. Heij. 2013. Management innovation: Management as fertile ground for innovation. *European Management Review* 10(1): 1–15.
- Hansen, M. T., & Birkinshaw, J. (2007). The innovation value chain. *Harvard Business Review*, 85(6), 121
- Harper, S. C., & Porter, T. W. (2011). Innovate or die. *Industrial Engineer*, 43(9), 34-40.
- Harsasi, M. (2014) *Inovasi dan Strategi Produk*. Universitas Terbuka.
- Harsokoesoemo, H. D. (2004) *Pengantar Perancangan Teknik (Perancangan Produk)*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Heldanita. 2018. Pengembangan Kreativitas melalui Eksplorasi. *Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 3(1), 53-64.
- Hills, Gerald. 2008. Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. *Journal of Small and Medium Entrepreneurships*, page: 27-39.

- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609-1621.
- Holtzman, Y. (2011) 'Strategic Research and Development : it is more than just getting the next product to market', *Journal of Management development*, 30(1).
- Huang, W. Q., & Liu, P. (2022). Asymmetric effects of economic policy uncertainty on stock returns under different market conditions: evidence from G7 stock markets. *Applied Economics Letters*, 29(9). <https://doi.org/10.1080/13504851.2021.1885606>
- Hughes, T.P. (1975), *Changing Attitudes toward American Technology*, Harper & Row Publishers, New York, NY.
- Idris Mootee, 2013, *Design Thinking for Strategic Innovation*, John Wiley & Sons, ISBN 978-1-118-62012-0, United States of America.
- James C. Barrood, 2010, *Entrepreneurship and Innovation: Global Insights from 24 Leaders*, Rothman Institute of Entrepreneurship, Fairleigh Dickinson University, USA.
- Janssen, O. (2003). Innovative behaviour and job involvement at the price of conflict and less satisfactory relations with co-workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(3), 347-364.
- Jasmani (2019) 'PENGARUH PRODUCT DEVELOPMENT DAN PROMOTION MIX TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN YANG BERDAMPAK PADA KEUNGGULAN BERSAING', *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(2), pp. 69-84.
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), 408-417.

- Joe Tidd and John Bessant, 2009, *Managing Innovation : Integrating Technological, Market And Organizational Change*, John Wiley & Sons Ltd. ISBN 978-0-470-99810-6, West Sussex PO19 8SQ, England.
- Johannessen, J. A. (2009). A systemic approach to innovation: the interactive innovation model. *Kybernetes*, 38(1/2), 158-176.
- Johannessen, J.-A., Olsen, B., & Lumpkin, G. T. (2001). Innovation as newness: What is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*, 4, 20–31.
- Jongsma, K., & van de Vathorst, S. (2015). Advance directives in dementia research: The opinions and arguments of clinical researchers – an empirical study. *Research Ethics*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/1747016114523422>
- Journal of Policy Modeling*, 28(2), 133-139. doi:10.1108/ICT-09-2013-0057
- Julian Birkinshaw and Michael Mol. 2006. How management innovation happens. *MIT Sloan Management Review*, Summer.
- Kakkar, P.K. and Lutz, R.J. (1975), “Toward a taxonomy of consumption situations”, in Mazze, E.M. (Ed.), *Combined Proceedings*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 206-10.
- Kanter, R. M. (1988). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organisations.”. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (Vol. 10, pp. 93–131). Greenwich: JAI Press.
- Kechris, E.D. (1987), “Situational influences on consumer preferences when products are suitable for several types of consumption situations”, MI dissertation, Information Service, Flint, MI.

- Keith Goffin & Rick Mitchell, 2019, *Innovation Management Strategy And Implementation Using The Pentathlon Framework*, 2nd Edition, Macmillan, New Jersey, USA.
- Khilji, S. E., Mroczkowski, T., & Bernstein, B. (2006). From invention to innovation: Toward developing an integrated innovation model for biotech firms. *Journal of Product Innovation Management*, 23(6), 528-540.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296.
- Kline, S. J., & Rosenberg, N. (1986). N.(1986): An overview of innovation. *The Positive Sum Game*, Washington. DC.
- Knol, J., & Van Linge, R. (2009). Innovative behaviour: the effect of structural and psychological empowerment on nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 65(2), 359–370. doi:10.1111/j.1365-2648.2008.04876.x
- Kondratyev, V. Innovation by industry. Are there many innovations in Russia? The size of the innovation sector in Russia.
- Kotsemir, M., & Meissner, D. (2013). Conceptualizing the innovation process—trends and outlook. *Higher School of Economics research paper no. WP BPR, 10*.
- Kotsemir, M., Abroskin, A., & Meisner, D. (2017). *Innovation concepts and typology—an evolutionary discussion* (No. ruy3). Center for Open Science.
- Kotsemir, M., Abroskin, A., & Meissner, D. (2013). Innovation concepts and typology—an evolutionary discussion. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP, 5*.
- Krammer, S. M. (2009). Drivers of national innovation in transition: Evidence from a panel of Eastern European countries. *Research Policy*, 38(5), 845-860.

- Krause, D. (2004). Influence-based leadership as a determinant of the inclination to innovate and of innovation-related behaviors. An empirical investigation. *The Leadership Quarterly*, 15, 79–102.
- Kumar, A. (2019). Beyond technical smartness: Rethinking the development and implementation of sociotechnical smart grids in India. *Energy Research & Social Science*, 49, 158–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.erss.2018.10.026>
- Kusumaningrum, S. & D. Djukri. 2016. “Pengembangan Perangkat Pembelajaran Model Project Based Learning (PjBL) untuk Meningkatkan Keterampilan Proses Sains dan Kreativitas”. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, ISSN: 2406-9205, Online ISSN: 2477-4820, 2 (2) 241 – 251
- Larsen, P., & Lewis, A. 2007. How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. *Creativity and Innovation Management*, 16(2), 142 – 151.
- Lawrence, P.R. and Lorsch, J. (1967), *Organization and Environment*, Harvard University Press, Boston, MA.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal*, 13(S1), 111-125.
- Lindic, J., & Marques da Silva, C. (2011). Value proposition as a catalyst for a customer focused innovation. *Management Decision*, 49(10), 1694-1708.
- Liyanage, S., Greenfield, P.F. and Don, R. (1999), “Towards a fourth generation R&D management model-research networks in knowledge management”, *International Journal of Technology Management*, Vol. 18 Nos 3/4, pp. 372-93.
- Lundvall, B. Å., Johnson, B., Andersen, E. S., & Dalum, B. (2002). National systems of production, innovation and competence building. *Research Policy*, 31(2), 213-231.

- Maier, D. (2018) 'Product And Process Innovation : A New Perspective On The Organizational Development', *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 3(6).
- Manual, O. (2010). Guidelines for collecting and analyzing data on innovation.
- Manuylenko, V. V., Mishchenko, A. A., Bigday, O. B., Putrenok, Y. L., & Savtsova, A. V. (2015). A comprehensive definition of the concept of innovation in Russian and international science. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 1029-1037.
- Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building organizational culture that stimulates
- Masni, H. 2017. Peran pola asuh demokrasi orangtua terhadap Pengembangan Potensi diri dan kreativitas siswa. *Jurnal Dikdaya*, 6(1), 58-74.
- McEntire, L. E., & Greene-Shortridge, T. M. (2011). Recruiting and selecting leaders for innovation: How to find the right leader. *Advances in Developing Human Resources*, 13, 266-278.
- Miller, R. and Blais, R.A. (1993), "Modes of innovation in six industrial sectors", *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol. 40 No. 3, pp. 264-73.
- Miller, W.L. (2001), "Innovation for business growth", *Research Technology Management*, September-October, pp. 26-41.
- Mohr, L. B. (1969). Determinants of innovation in organizations. *American political science review*, 63(1), 111-126.
- Moradi, E., Jafari, S. M., Doorbash, Z. M., & Mirzaei, A. (2021). Impact of organizational inertia on business model innovation, open innovation and corporate performance. *Asia Pacific Management Review*, 26(4), 171-179. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.01.003>

- Moussavou, J. (2020). Banking and Digital Transformation: Towards an Integration of Fintechs' Activities to Develop Innovation. *Journal of Applied Business & Economics*. <http://search.ebscohost.com/login>.
- Mulyati, S. & Sukmawijaya, A., A. 2013. Meningkatkan kreativitas pada anak. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 2(2), 124-129.
- Mustaqim, Ismirawati, & Bahri A. 2022. The potential of ERCoRe learning model on students' creative thinking skills. *JPBIO (Jurnal Pendidikan Biologi)*, 7(2), 283-289. DOI: <https://doi.org/10.31932/jpbio.v7i2.1768>
- Naranjo-Valencia, J. C., Jimenez-Jimenez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. *Management Decision*, 49(1), 55-72.
- Nasution, N.K. 2017. Penerapan Kreativitas Melalui Eksperimen dan Musik dalam Pengembangan Kemampuan Kognitif Anak Usia Dini. *Syamil*, 5(2), 209-223.
- Nessim, H., Ayers, D.J., Ridnour, R.E. and Gordon, G.L. (1995), "New product development practices in consumer versus business products organizations", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 4 No. 1, pp. 33-55.
- Niosi, J. (1999), "Fourth-generation R&D: from linear models to flexible innovation", *Journal of Business Research*, Vol. 45 No. 2, pp. 111-7.
- Nugroho, S. B. M., & Abdurohim, A. (2021). Bab 12 Inovasi Dan Kreativitas Ekonomi Pada Masa New Normal. *Menakar Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19 & New Normal*, 180.
- Nur, S., Zubaidah, S., Mahanal, S., Rohman, F. 2020. ERCoRe Learning Model to Improve Creative-Thinking Skills of Preservice Biology Teachers. *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 8(1), 549-569. DOI: <http://dx.doi.org/10.17478/jegys.673022>

- Nuraini Fajar. 2020. Teknik Analisis SWOT. Jogjakarta. Anak Hebat Indonesia.
- O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2009). *Applying Innovation*.(I. SAGE Publications, Ed.). United Kingdom.
- Oleh, D., Sukmawati, E., Heri Fitriadi, Mk., Yudha Pradana, M., Dumiyati, Mp., Arifin, Mp., Sahib Saleh, Mp. M., Hastin Trustisari, Mp., Pradika Adi Wijayanto, Ms., Khasanah, Mp., & Kasmanto Rinaldi, Mp. (n.d.). *DIGITALISASI SEBAGAI PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN* Penerbit Cendikia Mulia Mandiri.
- Page, A.L. (1993), "Assessing new product development practices and performance: establishing crucial norms", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 273-90.
- Palgunadi, B. (2008) *Disain Produk Membuat Rencana*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Paul Trott, 2017, *Innovation Management and New Product Development*, Portsmouth Business School, Harlow CM20 2JE, United Kingdom.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (Richard B. (2009a). *Formulation, implementation, and control of competitive strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (Richard B. (2009b). *Formulation, implementation, and control of competitive strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Pennings, J.M. (1992), "Structural contingency theory: a reappraisal", in Staw, B.M. and Cummings, I.I. (Eds), *Research in Organizational Behavior*, Vol. 14, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 267-309.
- Peter Cohan. 2012. How big companies can exploit and explore. *Forbes*, February 27.

- Planing, P. (2017). On the origin of innovations—the opportunity vacuum as a conceptual model for the explanation of innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0063-2>
- Prajogo, D. I., & Ahmed, P. K. (2006). Relationships between innovation stimulus, innovation capacity, and innovation performance. *R&D Management*, 36(5), 499-515.
- Prasetyanti, R., & Kusuma, B. M. A. (2020). Quintuple Helix dan Model Desa Inovatif (Studi Kasus Inovasi Desa di Desa Panggungharjo, Yogyakarta). *Jurnal Borneo Administrator*, 16(3). <https://doi.org/10.24258/jba.v16i3.719>
- Purwanto, E. A. (2019). Kebijakan Publik Yang Agile Dan Inovatif Dalam Memenangkan Persaingan Di Era Vuca (Volatile, Uncertain, Complex and Ambiguous). *Molecules*, 9(1).
- Putra, A. C. (2008) *Desain Mobil Camper untuk Tempat Wisata*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya.
- Putra, A. C., Muslimin, M. and Estiasih, S. P. (2021) 'Peningkatan penjualan produk keripik bonggol pisang menggunakan redesain kemasan dan pembukuan sederhana di desa pagarluyung kabupaten mojokerto', *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 6(1), pp. 242–245.
- Rachid Benlamri, Michael Spare, 2016, *Leadership, Innovation and Entrepreneurship as Driving Forces of the Global Economy*, Springer Proceedings in Business and Economics, ISBN 978-3-319-43434-6 (eBook), Columbia University, New York, NY, USA.
- Rachmawati, Y. & Kurniati, E. 2012. *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak Usia Taman Kanak-Kanak*. Jakarta: Kencana.

- Rahayu, N., Putri, S., Nunlehu, M., Madi, M.S., & Khalid, N. 2023. *Edukasia: Jurnal Pendidikan dan Pembelajarannya*, 4(1), 89-96.
- Rahayu, R., Iskandar, S., & Abidin, Y. (2022). Inovasi Pembelajaran Abad 21 dan Penerapannya di Indonesia. *Jurnal Basicedu*, 6(2), 2099–2104. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i2.2082>
- Rahman & Haryudi. 2021. Musik dalam Pendidikan anak usia Dini. *Yaa Bunayya*, 1(1), 131-142.
- Ram, J., Cui, B., & Wu, M. L. (2010). Proceedings of the International Conference on Business and Information.- Sapporo, Japan. 3rd-5th.
- Reguia, C. (2014) 'PRODUCT INNOVATION AND THE COMPETITIVE', *European Scientific Journal*, 1, pp. 140–157.
- Reuvers, M., van Engen, M. L., Vinkenburg, C. J., & Wilson-Evered, E. (2008). Transformational Leadership and Innovative Work Behaviour: Exploring the Relevance of Gender Differences. *Creativity and Innovation Management*, 17(3), 227–244.
- Richard Evans. 2013. What is organizational innovation? ArtsFwd, January 31. <https://www.artsfwd.org/what-is-organizational-innovation/>
- Rita Gunther McGrath. 2014. Management's three eras: A brief history. Harvard
- Riyanti, B.P.D. 2019. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, pp : 3-11
- Robertson, T. S. (1967). The process of innovation and the diffusion of innovation. *Journal of marketing*, 31(1), 14-19.

- Roffe, I. (1999). Innovation and creativity in organizations: A review of the implications
- Romaniuk, I. (2020). Directions of introduction of innovation-investment and marketing strategies for effective development of rural green tourism enterprises. *University Economic Bulletin*, 47. <https://doi.org/10.31470/2306-546x-2020-47-35-40>
- Roper, S., Du, J., & Love, J. H. (2008). Modelling the innovation value chain. *Research Policy*, 37(6), 961-977.
- Rosabeth Moss Kanter, Paul S. Myers, 2010, *Knowledge Management and Organizational Design*, Butterworth-Heinemann, Elsevier, 313 Washington Street, Newton, MA, USA.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441-457.
- Rothwell, R. (1994), "Towards the fifth-generation innovation process", *International Marketing Review*, Vol. 11 No. 1, pp. 7-31.
- Rowley, J., Baregheh, A., & Sambrook, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. *Management Decision*, 49(1), 73-86.
- Sartika Dewi. 2022. Metode Ampuh Mengembangkan Bisnis dengan Metode SMART GOALS. <https://www.hashmicro.com/id/blog/metode-smart/>
- 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(3), 580-607

- Setiadi, T. (2017) 'ALTERNATIF STRATEGI LOW COST BAGI PERUSAHAAN SAFE OUR PLANET', *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(5).
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? *Journal of Management*, 30(6), 933-958.
- Sitorus, S. A., Gheta, A. P. K., SE, M. M., Romindo, S., Kom, M., Sisca, S. E., Silitonga, H. P., SE, M. A., Christina Bagenda, S. H., MH, C., & Abdurohim. (2022). E-Commerce: Strategi dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital. *Media Sains Indonesia*.
- Soosay, C. A., Hyland, P. W., & Ferrer, M. (2008). Supply chain collaboration: Capabilities for continuous innovation. *Supply Chain Management: An International Journal*. 13(2), 160-169.
- Spreitzer, G. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Strambach, S. (2002). Organisational Innovations in different systems of Innovation: A Comparison of Germany and UK. *Technological Change and Regional Development in Europe*, 250-272.
- Sudjalil, Mujianto, G., & Rudi. 2022. Pengintegrasian Pendidikan Karakter Melalui Pendekatan pragmatik dalam Pembelajaran bahasa indonesia daring. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, & Pengajarannya*, 5(1), DOI:<https://doi.org/10.30872/diglosia.v5i1.29>
- Sugiarto, Agung & Djukuri. 2015. "Pembelajaran Berbasis Sets sebagai Upaya Meningkatkan Kreativitas dalam Pemecahan Masalah Pencemaran Lingkungan". *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 1 (1) 1-11.

- Sukmawati, E., Fitriadi, H., Pradana, Y., Dumiyati, Arifin, Saleh, S., Trustisari, H., Wijayanto, P. A., Khasanah, & Rinaldi, P. A. (n.d.). DIGITALISASI SEBAGAI PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN Penerbit Cendikia Mulia Mandiri.
- Surahman, E., & Nana. (2019). Pengembangan Inovasi Pembelajaran Digital Menggunakan Model Blended POE 2 WE di Era Revolusi Industri 4.0. *Proceeding National Seminar*, 2019.
- Suryana, , 2003. *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Susanti, E. (2019). *Inovasi Digital Banking Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia*. digilib.uns.ac.id. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/75888/Inovasi-Digital-Banking-Dan-Kinerja-Perbankan-Di-Indonesia>
- Szymanski, D. M., Kroff, M. W., & Troy, L. C. (2007). Innovativeness and new product success: Insights from the cumulative evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 35-52.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2), 172-194.
- Tellis, G.J. and Golder, P.N. (1996), "First to market, first to fail? Real causes of enduring market leadership", *Sloan Management Review*, Winter, pp. 65-75.
- Tendayi Viki. 2017. Innovation is management. *Forbes*, January 8.
- Trifilova, A., & Von Stamm, B. (Eds.). (2012). *The Future of Innovation*. Gower Publishing, Ltd..
- Trott, P. (2008) *Innovation Management and New Product Development 4th Edition*. London: Pearson Education.
- Tsvetkov, V. Y. (2014). Formation of innovative potential. *Perspectives of Science & Education*, 9(3).

- Tuominen, T., & Toivonen, M. (2011). Studying innovation and change activities in KIBS through the lens of innovative behaviour. *International Journal of Innovation Management*, 15(02), 393–422.
- Tura, N., & Ojanen, V. (2022). Sustainability-oriented innovations in smart cities: A systematic review and emerging themes. *Cities*, 126, 103716. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103716>
- Uno, H. B. & Lamatenggo, N. 2016. *Landasan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Van der Panne, G., Van Beers, C. and Kleinknecht, A. (2004), “Success and failure of innovation: a literature review”, *International Journal of Innovation Management*, Vol. 7 No. 3, pp. 1-30.
- Vega, N., Arifin, & Dwi Anggriani. (2016). PENERAPAN SELF DIRECTED E-LEARNING PADA KETERAMPILAN MENYIMAK. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(2), 107–118. <http://ojs.borneo.ac.id/ojs/index.php/JED/index>
- Verloop, J. (2006), “The Shell way to innovate”, *International Journal of Technology Management*, Vol. 34 Nos 3-4, pp. 243-59.
- Von Stamm, B., & Trifilova, A. (Eds.). (2009). *The future of innovation*. Gower Publishing, Ltd..
- Walker, R. M. (2006). Innovation type and diffusion: An empirical analysis of local government. *Public administration*, 84(2), 311-335.
- Wang, N., Cui, D., & Dong, Y. (2023). Study on the impact of business environment on private enterprises' technological innovation from the perspective of transaction cost. *Innovation and Green Development*, 2(1), 100034. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100034>

- Watanabe, C., Tou, Y., & Neittaanmäki, P. (2021). Transformasi Sosial Ekonomi dengan Inovasi Digital Bab 5 - Inovasi baru terbuka dalam ekonomi digital. 1-3.
- West, M. A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. *Applied Psychology*, 51(3), 355-387.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). *Innovation and Creativity at Work*. Oxford:John Wiley.
- Widyasanti, N.P. 2021. Strategi Pengembangan Kreativitas Anak Usia Dini di Masa Pandemi. *Kumarottama: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 74-83. DOI:<https://doi.org/10.53977/kumarottama.v1i1.287>
- Widasari,W., Sofia, A., & Surahman, M. 2016. Pengembangan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Metode Proyek. *Jurnal Pendidikan anak*, 2(2), 1-8.
- Wulandari, A.S., Suardana, I.N., & Devi, N.L.P.L. 2019. Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Proyek Terhadap Kreativitas Siswa Smp Pada Pembelajaran IPA. *JPPSI: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Sains Indonesia Volume 2, Nomor 1, ISSN: 2623-0852*
- Yahya, A. S. (2021). Strategi Meningkatkan Produktivitas Kinerja Aparatur Sipil Negara Selama Work From Home Di Tengah Pandemi Covid-19: Mengubah Ancaman Menjadi Peluang. *Tetap Kreatif Dan Inovatif Di Tengah Pandemi Covid-19*, 1.
- Yuan, F., & Woodman, R. (2010). Innovative Behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.

- Yulius, Y. (2021). MANAJEMEN KREATIF DAN INOVATIF Disusun Oleh Dr . Yosandi Yulius , MM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPI Y . A . I. 1-36.
- Zarqan, I. A. (2017). Human Resource Development in the Era of Technology; Technology's Implementation for Innovative Human Resource Development. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(3), 217. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i3.5967>
- Zott, C., & Amit, R. (2008). The fit between product market strategy and business model: Implications for firm performance. *Strategic Management Journal*, 29(1), 1-26.

BIODATA PENULIS



Andi Asari, SIP.,S.Kom.,M.A., P.hD (C), yang mempunyai nama lengkap Andi Muhammad Asari sebagai nama pemberian orang tua, dan memiliki nama pena atau panggilan akrab Anas adalah dosen di Universitas Negeri Malang yang saat ini sedang melanjutkan studi doctoral (S3) di jurusan Information Management

UiTM Malaysia. Lahir di desa Brongkal kabupaten Malang, semasa di Malang pernah mengenyam pendidikan di MI Azharul Ulum 02 Brongkal, kemudian lanjut di MTsN Malang 3 Sepanjang gondanglegi, dan lanjut di SMK Turen Malang. Kemudian melanjutkan belajar di perguruan tinggi di beberapa perguruan tinggi dikota Malang dan kemudian pindah ke kota pendidikan Daerah Istimewa Yogyakarta, dan sekarang domisili di Malang Jawa Timur. Penulis merupakan alumni dari Magister Kajian Budaya dan Media sekolah pasca sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, dan juga alumni dari jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mulai tahun 2015 sampai sekarang penulis aktif mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Negeri Malang dan di beberapa lembaga pendidikan pondok pesantren di Malang Raya. Disamping kesibukan di

dunia akademis penulis juga memiliki kegiatan pengabdian di masyarakat dengan mengisi seminar, workshop, dll.

Riwayat Mengajar:

https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_dosen/RjEyRkFENzYtMEYxOS00QjE3LThFMzQtNTY1RkYwOTA3MzM1

Riwayat Publikasi Artikel:

<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors?q=andi+asari>

Riwayat Penerbitan Buku:

https://www.google.com/h?q=andi+asari&tbm=bks&ei=WEHEYPa1OdWh4t4PkI2jqAw&ved=0ahUKEwiWwf3w8eH4AhXVknGfHZDGCUMUQ4dUDCAg&oq=andi+asari&gs_lcp=Cg1nd3Mtd2l6LWJvb2tzEAXQAFgAYABoAHAAeACAAQCIAQCQAQCYAQA&client=gws-wiz-books

Riwayat Penelitian dan Pengabdian:

<https://pakar.um.ac.id/Data/Peneliti/view/https://pakar.um.ac.id/Data/Peneliti/view/eyJpdiI6Ikt5bFNGRVQyOURKVWdkNHFJUz-VjR0E9PSIsInZhbHVlIjojUjhJNGtKUDA4OVlxQ0ZkR3hRRUR2RG-ZWbU9HMLc2dGMvRHVSOG4zSW93QT0iLCJtYWMiOiI4ZGYx-NTlmYjYwZTZmOWNmYjk4YTRiMGY1OGJiNTZkNDIwNTc5ZThkY2YxMzk3OWU0MWRkMjk1MWRjZjc3YWRRkIn0=>

Google scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=YVa5GeIAAAAJ>

Researchgate :

<https://www.researchgate.net/profile/Andi-Asari/research>

Youtube :

<https://youtube.com/channel/UCnNHvnNWspDB1pRQmBoI6ZQ>

<https://youtube.com/channel/UCJBO0b8pPXR86HuLrv7tn-Q>

Email : andi.asari.fs@um.ac.id

Scopus ID : 57213605546

Facebook : <https://www.facebook.com/andiasari.official/>

Instagram : andiasari.official



I Nyoman Wahyu Widiana, S.E., M.Si., pria kelahiran Sanur, 25 April 1994. Anak bungsu dari tiga bersaudara ini menamatkan S1 Ekonomi Pembangunan tahun 2015 dan S2 Ilmu Ekonomi tahun 2018 di Universitas Udayana, dengan predikat Cumlaude Lulusan Terbaik. Penulis kini tengah menyelesaikan S3 Program Doktor Ilmu

Ekonomi di Universitas Udayana. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dan Universitas Mahendradatta. Penulis menyukai kesenian dan kebudayaan sejak remaja ini mengantarkannya mengikuti pertukaran pelajar dan kebudayaan mewakili Indonesia pada ajang Asia Student Summit di Seoul, Korea Selatan pada tahun 2018. Saat ini penulis menjabat menjadi Kepala Prodi S1 Manajemen Universitas Mahendradatta dan Ketua BUMN CSR Provinsi Bali. Penulis aktif sebagai pembicara pada setiap kegiatan, termasuk Pembicara Nasional Literasi Digital Keminfo 2021. Penulis berkomitmen dapat berkontribusi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Besar harapan penulis untuk dapat memajukan generasi emas penerus bangsa melalui tulisannya.

Email : wahyuwidiana94@gmail.com



Dr. Syamsiara Nur, S.Pd., M.Pd., Penulis lahir di Tana-tana tanggal 13 Oktober 1982. Penulis adalah dosen pada Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sulawesi Barat. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Biologi pada Tahun 2008 di Universitas Negeri Makassar.

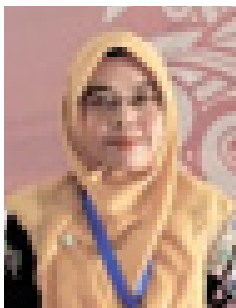
Tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan tingkat S2 pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar dengan mengambil jurusan Pendidikan Biologi, dan selesai tahun 2013. Tahun 2017 Penulis berkesempatan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang S3 di Universitas Negeri Malang dengan mengambil Program studi Pendidikan Biologi dan selesai pada Tahun 2021. Sejak menjadi dosen penulis menekuni bidang Penelitian dan telah menerbitkan banyak karya. Diantaranya adalah artikel yang diterbitkan di jurnal internasional, artikel di jurnal nasional terakreditasi, maupun artikel di jurnal nasional tanpa akreditasi. Selain itu penulis juga telah menghasilkan karya berupa book chapter dengan judul “Konsep dasar Biologi” dan “Sistem Model dan desain Pembelajaran”.



Deti Lotaningrat, M.Pd. Penulis lahir di Kota Subang Jawa Barat pada tanggal 28 Oktober 1989. Penulis adalah Dosen pada Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mandiri. Menyelesaikan studi S1 Prodi Pendidikan Biologi Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung

tahun 2012, dan studi Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia (SPS UPI) Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam

tahun 2015. Penulis menekuni bidang pendidikan sejak lulus sarjana dan menekuni bidang pendidikan sekolah dasar di Universitas Mandiri sejak Tahun 2016 hingga saat ini.



Puji Muniarty, Lahir di Nunggi pada tanggal 26 Nopember 1985. Menyelesaikan pendidikan S-1 dan S-2 Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan Bisnis di Universitas Mataram. Penulis mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. Penulis pernah menjadi dosen tamu di PICOMS Internasional University

College Kuala Lumpur Malaysia. Sebagai akademisi penulis juga terlibat dalam Tim Penyusunan Studi Awal Masterpan Pengembangan Ekonomi Kegiatan Koordinasi Pencanaan Pembangunan Ekonomi Kabupaten Bima, Tim Survei Pemantauan Harga (SPH) Bank Indonesia, Tim Penyusunan Naskah Akademik Pemberian Insentif Dan Kemudahan Penanaman Modal Di Kota Bima, Tim Hygiene Factor PT. PLN ULP3 Bima, Tim Konsultasi Public PT. PLN ULP3 Bima, Anggota Dewan Pengupahan Kabupaten Bima, Tim Juri Kompetisi Wirausaha Muda Tingkat Kota Bima Dan Dosen Magang Perguruan Tinggi yang ditempatkan di IPB University.



Syamsu Rijal, S.E., M.Si., Ph.D ,Penulis lahir di Ujung Pandang, 26 Desember 1973. di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dia merupakan lulus sarjana Pada Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin (UNHAS) di Makassar Provinsi Sulawesi Selatan,Indonesia Tahun 1999, kemudian melanjutkan studi

Magister pada Program Studi Ekonomi Sumber daya Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin Di Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia, dan lulus pada Tahun 2005. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Ph.D sebagai lulusan pada bidang Ilmu Ekonomi Publik , Central China Normal University (CCNU) di Wuhan Tiongkok. Sekarang ini Dia tergabung dalam dosen tetap pada Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonorni dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar (UNM) di Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dia banyak menulis buku dan karya ilmiah yang berhubungan dengan Ilmu ekonomi khususnya Ekonomi Publik, Ekonomi Sumber Daya dan Manajemen Publik.

Email : syamsurijalasnur@unm.ac.id



Dr. Helmi Buyung Aulia Safrizal ST., SE., M.MT., CIRR., CHRA.,. Dosen tetap pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Pendidikan Sarjana diraih pada tahun 2004 di Jurusan Manajemen Universitas Airlangga Surabaya dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya

Manusia. Gelar Magister Manajemen Teknologi diraih pada tahun 2004 di Program Studi Magister Manajemen Teknologi

Institut Teknologi Sepuluh Nopember dengan konsentrasi Manajemen Teknologi Informasi. Gelar Doktor diraih pada tahun 2020 dari program studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Airlangga. Pada tahun 2020 penulis berhasil memperoleh gelar Certified International Research Reviewer dari Quantum HRM Internasional dan pada tahun 2022 penulis berhasil memperoleh gelar Certified Human Resource Analyst (CHRA) dari American Academy of Project Management.

Penulis memiliki ID sinta dengan nomor 6676394. Penulis menjadi dosen sejak tahun 2006 hingga saat ini dan aktif menulis serta menjadi narasumber beberapa pelatihan yang dilaksanakan di lingkungan internal dan juga dinas terkait. Penulis menekuni bidang manajemen sumber daya manusia dan teknologi informasi sejak 2002. Penulis saat ini juga mempunyai peran aktif sebagai pengelola jurnal baik sebagai chief editor dan reviewer di beberapa jurnal nasional.

Email penulis yang bisa dihubungi yakni helmi.safrizal@trunojoyo.ac.id



Dr. Abdurohim, SE, MM. Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir Vice President pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra) Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, Manajemen Human Capital, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan.

- 1) Pendidikan Doktor (S3) Ilmu Manajemen dari Universitas Cendrawasih (2017).

- 2) Pendidikan Magister Manajemen (S2) Manajemen Keuangan, dari Universitas Hasanudin (2003), dan
- 3) Pendidikan Sarjana (S1) Manajemen Keuangan & Perbankan dari STIE YPKP Bandung (1989).

Saat ini sebagai tenaga pengajar/dosen Lektor pada Universitas Jendral Ahmad Yani, Cimahi, Jawa Barat. Dan telah Bersertifikat sebagai Dosen Profesional (Serdos) dari Kemendikti Risti.

Sudah menulis Book Chapter (BC) sebanyak 61 Buku Ber ISBN & HKI.

Manajemen Keuangan Dasar, Dasar-Dasar Pemasaran, Bank dan Fintech Ekstensi Bank kini dan esok, HRM 5.0 Digitalisasi Sumber Daya Manusia, Bunga Rampai Kebijakan Perpajakan di Indonesia di masa pandemi Covid-19, Implementasi pengelolaan keuangan daerah tata kelola menuju pemerintahan yang baik, Manajemen pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0, Keuangan syariah Konsep, Prinsip Dan Implementas, Operation Management, Anggaran Operasionall, The Art Of Branding, E-Commerce Strategi Dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital, Analisa Laporan Keuangan, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian Dan Pengambilan Keputusan, Tantangan pendidikan Indonesia di masa depan, Teori dan praktek manajemen Bank Syariah Indonesia, Kesehatan lingkungan suatu pengantar, Etika bisnis suatu pengantar, Bank dan lembaga keuangan lainnya, Knowledge Management, Marketing tourism service, New Normal Era Jilid 2, Menakar ekonomi di era pandemi covid-19 & new normal, Human Resource Management (HRM) In Industry 5.0, Teori pemasaran pendekatan manajemen bisnis, Business and digital economy, Konsep dan implementasi manajemen strategi, Mengukur kinerja perusahaan melalui analisa laporan keuangan, Akuntansi keuangan tingkat menengah, Konsep

dan sistim akuntansi biaya, Study kelayakan rencana bisnis, Prilaku dalam organisasi, Tinjauan Hubungan Manajemen Risiko Dan Asuransi, Dasar Kepemimpinan Dan Pengambilan Keputusan, Sistem dan Strategi dalam Konteks Pengendalian Manajemen, Pengetahuan Dasar Pasar Modal dan Investasi, Manajemen Sumber Daya Manusia (Era Transformasi Digital), Manajemen sumber daya manusia eratransformasi digital, Akuntansi Manajemen, Pendidikan dan Promkes, Customer relationship management, Technopreneurship, Perencanaan Dan Pengembangan SDM, Kewirausahaan Digital, Pemasaran Era Kini, Bumdesku Masa Depan, Pengantar Bisnis Syariah, Manajemen Pendidikan, Ekonomi Kesehatan, Psikologi Positif.

Sudah menulis jurnal ilmiah Nasional maupun di Internasional:

- 1) Sinta 2 (Garuda)
- 2) Sinta 3 (Garuda)
- 3) Sinta 4 (Garuda)
- 4) Non-Sinta (Garuda)
- 5) Google Scholar
- 6) Crossref
- 7) OSF.IO
- 8) ResearchGate

Telah mengikuti pendidikan/Lulus:

- 9) Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank),
- 10) Sekolah Pemimpin Cabang,
- 11) Manajemen Risiko level 4,
- 12) Keuangan Berkelanjutan (SDGs).
- 13) Sertifikat Dosen Profesional (SerDos)

Anggota : Project Managemen Office Indonesia (PMOPI)

Email : Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id



Dr. Arifin, S.Pd., M.Pd. Lahir di Makassar, pada tanggal 20 Juni 1978. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Borneo Tarakan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Bahasa Inggris di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) lulus

2003, Jawa Timur dan melanjutkan S2 pada Jurusan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Malang (UM) lulus 2010, Jawa Timur, menyelesaikan S3 pada Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Makassar (UNM) lulus 2015. Penulis menekuni bidang Ilmu Pendidikan dan sudah menyelesaikan beberapa karya dan publikasi ilmiah di beberapa jurnal Nasional dan Internasional. Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=QpMGW6cAAAAJ&hl=id>



Andhika Cahyono Putra, S. T., M. T., Penulis lahir di Surabaya pada 5 Juni 1985. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana di Institut Teknologi 10 November Surabaya jurusan Desain Produk Industri, dan pendidikan Magister di ITATS Surabaya jurusan Teknik Industri. Penulis bekerja di Universitas Islam Majapahit

tahun 2016 sampai dengan Januari 2023. Mata kuliah yang diampu adalah Perancangan dan Pengembangan Produk, Perencanaan Tata Letak Fasilitas Produksi dan Penelitian Operasional. Tahun 2018 Penulis mendapatkan 3 buah hibah DIKTI, terdiri dari 1 hibah penelitian dan 2 hibah pengabdian. Hibah penelitian yang di peroleh adalah Penelitian Dosen

Pemula(PDP) sebagai ketua. Dengan hibah pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah Pengabdian Kepada Masyarakat(PKM) sebagai ketua dan Kuliah Kerja Nyata – Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat(KKN-PPM)sebagai anggota. Penulis juga mempunyai 5 buah Hak Kekayaan Intelektual(HKI) dari perancangan produk.

Tahun 2023 penulis pindah bekerja di Universitas Muhammadiyah Surabaya.



Ilham Ahmad, S.T., M.T. Lahir di Rappang tanggal 07 Nopember 1975. Penulis adalah dosen pada Program Studi Agroindustri Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Mesin dan melanjutkan S2 pada Teknik dan Manajemen Industri. Penulis menekuni

bidang Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat yang terkait dengan keteknikan, teknologi proses dan sistem-sistem pertanian serta manajemen agroindustri.



Moh. Muslimin, ST., MT. Lahir di Mojokerto pada tanggal 28 Januari 1985. Menyelesaikan pendidikan Sarjana di Universitas Islam Majapahit Mojokerto Jurusan Teknik Industri, dan pendidikan terakhir Magister di Pascasarjana ITATS Surabaya. Tercatat sebagai dosen tetap di Prodi Teknik Industri di Universitas Islam

Majapahit sejak 2015. Beberapa mata kuliah yang diampu adalah Proses Manufaktur, Sistem Produksi, Optimasi Sistem, Marketing

dan Konsep Teknologi. Peneliti dalam bidang sistem produksi, konsep teknologi, penjaminan mutu, sistem kualitas dan teori marketing. Selain itu juga merupakan seorang praktisi pemasaran. Pernah menjabat sebagai Manager pada Pusat Bahasa dan Komputer, Kaprodi T. Industri. Saat ini tercatat sebagai Manager Sarana dan Prasarana.



Manajemen **INOVASI**

Buku ini disusun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Kami menyadari bahwa buku yang ada ditangan pembaca ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kami sangat mengharapkan saran untuk perbaikan buku ini dimasa yang akan datang.

Buku ini mencakup beberapa topik yakni KONSEP DASAR INOVASI, KONSEP MANAJEMEN INOVASI, KREATIVITAS, MANAJEMEN IDE, MANAJEMEN PORTOFOLIO, MANAJEMEN DAN STRATEGI INOVASI, PERILAKU INOVASI, PROSES INOVASI, PENERAPAN INOVASI DALAM DUNIA PEMBELAJARAN, PRODUK INOVASI, PENGEMBANGAN MANAJEMEN INOVASI, EVALUASI MANAJEMEN INOVASI.

Di Cetak dan di Distribusikan Oleh :



Distributor buku, Penerbit & Percetakan

THE BEST SOLUTION

☎ 0851-0052-3476 ☎ 0857-2902-2165

✉ istanaagency09@gmail.com | percetakanistana09@gmail.com

🌐 www.istanaagency.com



istanaagency.com

