



INOVASI DAN TRANSFORMASI BUMDES

Peran Leadership, Pengetahuan
dan Teknologi Informasi

Heru Susilo | 2024

**INOVASI DAN
TRANSFORMASI
BUMDES:
PERAN LEADERSHIP,
PENGETAHUAN DAN
TEKNOLOGI INFORMASI**

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk

**INOVASI DAN
TRANSFORMASI
BUMDES:
PERAN LEADERSHIP,
PENGETAHUAN DAN
TEKNOLOGI INFORMASI**

HERU SUSILO



JUDUL BUKU:

Inovasi dan Transformasi BUMDes: Peran Leadership, Pengetahuan dan Teknologi Informasi

Penulis:

Heru Susilo

ISBN:

Perancang Sampul:

Rusli

Penata Letak:

Erik Santoso

Pracetak dan Produksi:

Tim Kreatif RCI

ISBN: 978-623-448-883-8

Penerbit:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151

Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Cetakan Pertama, Juli 2024

i-xii+177 hlm, 15.5 cm x 23.5 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

All Rights Reserved

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

PENGANTAR PAKAR

BUMDes, sebagai entitas ekonomi di tingkat desa, semakin menghadapi tekanan dan peluang yang kompleks di era globalisasi ini. Buku ini tidak sekadar menjadi panduan praktis, melainkan suatu pemikiran mendalam yang membahas esensi perubahan di berbagai lapisan BUMDes. Kontribusi dari para penulis memberikan nuansa keilmuan dan pengalaman praktis yang tak ternilai, membuka wawasan untuk memahami peran penting *leadership* dalam membentuk arah dan tujuan BUMDes ke depan.

Pemahaman mendalam terhadap peran pengetahuan dalam konteks ini menambah nilai lebih pada buku ini. Pengetahuan bukanlah sekadar data, tetapi kunci kebijakan yang terarah dan strategis. Dalam pembahasan ini, buku ini memberikan landasan kuat mengenai bagaimana pengetahuan dapat menjadi katalisator utama untuk inovasi yang berkelanjutan.

Tidak kalah penting, penerapan teknologi informasi menjadi titik sentral bagi transformasi BUMDes menuju entitas yang modern dan adaptif. Penyajian dalam buku ini memberikan pandangan menyeluruh tentang bagaimana teknologi informasi bukan hanya sebagai alat, melainkan sebagai pendorong utama efisiensi dan efektivitas dalam segala aspek kehidupan BUMDes.

Prof. Dr. Endang Siti Astuti, MS
Guru Besar Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

PRAKATA

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata 'ala Tuhan semesta alam. Di tengah bergumpalnya berbagai persoalan di negeri ini, ada fenomena yang menarik untuk dikaji, diantaranya adalah bagaimana membangun negeri ini dimulai dari desa. Buku ini mengandung kajian baik teoritis maupun empiris tentang membangun desa melalui inovasi dan transformasi Badan Usaha Milik Desa dengan meningkatkan performa kepemimpinan, pengetahuan dan teknologi informasi.

Laporan Indeks Inovasi Global 2023, yang dirilis World Intellectual Property Organization (WIPO), mencatat bahwa Indonesia menempati peringkat 61 dari 132 negara, dengan total skor 30,3. Indonesia pun berhasil naik 14 peringkat dari peringkat di tahun 2022. Meski mengalami tren positif, tetapi capaian inovasi Indonesia masih kalah dari enam negara lainnya di kawasan ASEAN. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mengejar ketertinggalan melalui berbagai upaya, tidak terkecuali mengintervensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk menumbuhkan inovasinya melalui Program Inovasi Desa. Tata kelola organisasi melalui kepemimpinan dan teknologi informasi memiliki peran penting untuk menumbuh-kembangkan Badan Usaha milik Desa ini di tengah-tengah keterbatasan kualitas sumberdaya yang dimiliki.

Melalui inovasi, organisasi dapat meningkatkan daya saing, melalui inovasi ini pula dapat menumbuhkan pemberdayaan ekonomi, meningkatkan kualitas layanan dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Inovasi merupakan kunci memenangkan persaingan dalam bisnis.

Dalam pandangan ekonomi modern, inovasi dianggap sebagai salah satu faktor penting yang memungkinkan kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan daya saing organisasi, inovasi juga merupakan sarana kuat dari diferensiasi yang kompetitif, di mana memungkinkan organisasi untuk melakukan penetrasi pasar yang baru dan meningkatkan *margins* tinggi serta persaingan yang harus dijalankan dengan kecepatan, keterampilan, dan ketepatan. Organisasi tanpa inovasi tidak dapat tumbuh dan berkembang, bahkan organisasi tanpa inovasi tidak mampu beradaptasi dengan lingkungannya.

Secara empiris menunjukkan bahwa untuk menumbuhkan perilaku kerja inovatif pada Badan Usaha Milik Desa setidaknya ada lima variabel yang mempengaruhi yaitu kepemimpinan, teknologi informasi, iklim inovasi, pengetahuan, dan *workplace spirituality*.

Dengan memfokuskan pada kepemimpinan dan teknologi informasi buku ini menjadi relevan bagi pelaku Badan Usaha Milik Desa dan akademisi untuk dapat berperan secara proaktif dalam meningkatkan daya saing melalui inovasi dan kreativitas pelaku bisnis di desa.

Akhirnya saya mengucapkan terima kasih kepada teman sejawat, dan para guru besar Departemen Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya dan para pelaku Badan Usaha Milik Desa di wilayah Provinsi Jawa Timur atas segala masukan dan saran yang konstruktif atas terbitnya buku ini.

Penulis
Heru Susilo

DAFTAR ISI

PENGANTAR PAKAR.....	v
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1 INOVASI DAN URGENSINYA	1
1.1. Mengapa Inovasi itu Penting?	2
1.2. Konsep Dasar Inovasi dan Keberlangsungan Organisasi	4
1.3. Inovasi dalam Konteks Organisasi	6
1.4. Faktor Pendorong Inovasi dalam Organisasi.....	9
BAB 2 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INOVASI .	11
2.1. Teknologi Informasi Sebagai Pendorong Inovasi	12
2.2. Hubungan Antar Teknologi Informasi, Inovasi, dan Perilaku Kerja Inovatif	13
2.3. Peran <i>Knowledge Sharing</i> dalam Mendorong Inovasi Organisasi	15
2.4. Peran <i>Workplace Spirituality</i> dalam Mendorong Perilaku Kerja Inovatif	20
BAB 3 BUMDES - KONSEP, IMPLEMENTASI DAN DASAR HUKUM.....	26
3.1. Deskripsi Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).....	27

3.2. Dasar Hukum BUMDES.....	28
3.3. Pengelolaan BUMDes	31
3.4. Peran, Jenis, dan Kegiatan Usaha BUMDes.....	33
3.5. Perbedaan BUMDes dengan Lembaga Ekonomi Lainnya.....	34
3.6. Studi Kasus: Peran Strategis BUMDes dalam Perekonomian dan Pengembangan Desa di Jawa Timur	36
BAB 4 STUDI KASUS: INOVASI DALAM ORGANISASI	39
4.1. Dampak Inovasi pada Kelangsungan Hidup Organisasi	40
4.2. Kontribusi Inovasi dalam Pertumbuhan Ekonomi dan Daya Saing Global.....	42
BAB 5 GERAKAN DESA MEMBANGUN DAN PROGRAM INOVASI DESA	47
5.1. Program Inovasi Desa (PID).....	48
5.2. Gerakan "Desa Membangun"	50
5.3. Tantangan PID bagi BUMDes di Jawa Timur	54
5.4. Peran PID dalam Meningkatkan Manajemen P3MD ..	56
BAB 6 RAGAM INOVASI DI DESA.....	59
6.1. Ragam Inovasi di Desa.....	60
6.2. Data, Kategori, dan Praktek Inovasi di Desa.....	61
6.3. Kontribusi BUMDes dalam Pertumbuhan Ekonomi Desa: Realita dan Tantangan.....	63
BAB 7 KONSEP PERILAKU ORGANISASI DAN TEORI	

KOGNITIF SOSIAL	66
7.1. Konsep Perilaku Organisasi	67
7.2. Pendekatan Teori Kognitif Sosial.....	68
7.3. Aplikasi Konsep Perilaku Organisasi dan Teori Kognitif Sosial	70
BAB 8 KONSEP INOVASI, SOSIOTEKNO, DAN IKLIM INOVASI	72
7.1. Konsep Inovasi (<i>Innovation Theory</i>).....	74
7.2. Peranan Iklim Inovasi dalam Inovasi.....	80
7.3. Konsep Sosio-Tekno dan Hubungannya dengan Inovasi.....	84
BAB 9 KONSEP KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL	89
9.1. Konsep Kepemimpinan Transformational	90
9.2. Gaya Kepemimpinan Transformasional: Studi Kasus Pengaruhnya terhadap Iklim Inovasi dalam Badan Usaha Milik Desa.....	97
9.3. Kajian Empiris Peran Vital <i>Transformational Leadership</i> dalam Meningkatkan <i>Knowledge Sharing</i> di BUMDes	99
9.4. Menilai Peran Transformasi Kepemimpinan dalam Meningkatkan Spiritualitas Tempat Kerja di BUMDes	100
BAB 10 PERAN TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN DALAM INOVASI ORGANISASI	102

10.1. Peran Kepemimpinan, <i>Human Capital</i> , dan Perilaku Kerja yang Inovatif dalam Konteks Inovasi Organisasi	103
10.2. Perilaku Kerja yang Inovatif dalam Konteks Organisasi dan Program Inovasi Desa	105
10.3. Kerangka Konseptual: <i>Transformasional Leadership</i> , Inovasi di Indonesia, BUMDes, dan Faktor-faktor Pengaruh Terhadap Inovasi	109
BAB 11 KAJIAN EMPIRIS: PERAN KEPEMIMPINAN, HUMAN CAPITAL, DAN PERILAKU KERJA YANG INOVATIF DALAM KONTEKS INOVASI ORGANISASI.....	116
11.1. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Inovasi di BUMDes: Temuan dan Implikasi	117
11.2. Peran Teknologi Informasi dalam <i>Knowledge Sharing</i> : Kasus pada BUMDes Provinsi Jawa Timur	118
11.3. Menemukan Makna dan Kepuasan di Tempat Kerja: Peran Teknologi Informasi dalam <i>Workplace Spirituality</i>	120
11.4. Membuka Potensi Inovasi: Peran <i>Information Technology</i> di BUMDes Jawa Timur	121
11.5. Membangun Budaya Inovasi: Pengaruh Iklim Inovasi terhadap Berbagi Pengetahuan di BUMDes.....	124
11.6. Peran <i>Workplace Spirituality</i> dalam Mendorong Berbagi Pengetahuan di BUMDes	126
11.7. Menciptakan Atmosfer Kreatif: Hubungan antara Iklim Inovasi dan Perilaku Kerja Inovatif di BUMDes	128

11.8. Memahami Peran <i>Knowledge Sharing</i> dan <i>Innovative Work Behavior</i> : Studi Kasus BUMDes di Jawa Timur	130
11.9. Hubungan <i>Workplace Spirituality</i> dan Perilaku Kerja Inovatif di BUMDes: Analisis Temuan Penelitian	134
DAFTAR PUSTAKA.....	138
BIOGRAFI PENULIS	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Pendekatan Teori Kepemimpinan	92
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peran, Jenis, dan Kegiatan Usaha BUMDes.....	33
Tabel 2. Perbedaan BUMDes dengan Lembaga Ekonomi Lainnya	34
Tabel 3. Peringkat Inovasi Kawasan Asia Tenggara, Asia Timur, dan Oseania.....	44
Tabel 4. Peringkat 50 Terbaik Global Competitive Index di Asean	45
Tabel 5. Praktik Inovasi Desa dan Daerah Tertinggal.....	62

BAB 1

INOVASI DAN URGENSINYA

1.1. Mengapa Inovasi itu Penting?

Dalam dunia bisnis, inovasi dapat dianalogikan sebagai mesin canggih yang mendorong kapal melaju di tengah lautan penuh tantangan. Bayangkan Anda adalah kapten kapal di zaman ketika navigasi dan teknologi maritim sedang berkembang pesat. Anda memilih untuk berlayar dengan kapal lama yang hanya mengandalkan angin dan peta kuno, sementara banyak kapal lain sudah dilengkapi dengan mesin bertenaga dan sistem navigasi digital. Seiring perjalanan, Anda menyaksikan bagaimana kapal-kapal modern dengan mudah melewati Anda, mengatasi badai, dan menjangkau pelabuhan dengan lebih efisien. Dalam konteks bisnis, perusahaan yang tidak berinovasi serupa dengan kapal layar lama tersebut; meskipun masih bisa beroperasi, mereka akan kesulitan bersaing, merespons dinamika pasar, dan memanfaatkan peluang baru yang muncul. Tanpa inovasi, sebuah organisasi berisiko tertinggal, kehilangan pangsa pasar, dan akhirnya menjadi usang di mata konsumen.

Pada akhirnya, inovasi terbukti sebagai pendorong utama perkembangan dan pertumbuhan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha dan organisasi (Allen & Hen, 2007). Dalam konteks organisasi, pemahaman mengenai pentingnya inovasi memiliki implikasi besar terhadap keberlangsungan dan keberhasilan organisasi tersebut.

1. Meningkatkan Daya Saing

Inovasi memungkinkan organisasi untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berubah (Porter, 1998). Dengan adaptasi dan pembaruan yang cepat, organisasi dapat menjawab tantangan pesaing dan kebutuhan pasar yang berfluktuasi.

2. Pemberdayaan Ekonomi

Inovasi dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi bagi organisasi (Schumpeter, 1942). Melalui kreasi dan implementasi ide-ide baru, organisasi dapat membuka peluang ekonomi dan kesejahteraan bagi *stakeholder*-nya.

3. Meningkatkan Kualitas Layanan

Melalui inovasi, organisasi dapat meningkatkan kualitas layanan mereka (Drucker, 1993). Layanan yang lebih baik dapat memberikan kepuasan yang lebih bagi konsumen atau klien.

4. Berkontribusi pada Pembangunan Berkelanjutan

Inovasi berkelanjutan membantu organisasi memenuhi tujuan pembangunan berkelanjutan (United Nations Development Programme, 2015). Inovasi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan mendukung keseimbangan antara pertumbuhan dan pelestarian.

5. Penciptaan Nilai Tambah

Inovasi memungkinkan organisasi menciptakan nilai tambah (Teece, 1996). Solusi yang inovatif sering kali memberikan nilai lebih bagi konsumen dan meningkatkan reputasi organisasi.

6. Respons terhadap Perubahan

Inovasi memungkinkan organisasi merespons perubahan lingkungan (Tidd & Bessant, 2009). Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan menjadikan organisasi lebih fleksibel dan tahan terhadap ketidakpastian.

7. Dukungan Pemberdayaan *Stakeholder*

Inovasi memperkuat partisipasi *stakeholder* dalam pengembangan dan manajemen organisasi (Von Hippel, 2001). Ketika *stakeholder* dilibatkan dalam proses inovasi, mereka lebih cenderung mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan organisasi.

8. Keberlanjutan Organisasi

Inovasi berperan penting dalam menjaga keberlangsungan organisasi (Christensen, 2003). Organisasi yang berinovasi memiliki kemampuan untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang, sementara yang stagnan mungkin akan tertinggal.

1.2. Konsep Dasar Inovasi dan Keberlangsungan Organisasi

Inovasi merupakan kunci memenangkan persaingan dalam bisnis. Dalam pandangan ekonomi modern, inovasi dianggap sebagai salah satu faktor penting yang memungkinkan kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan daya saing organisasi (Kmieciak et al., 2012). Inovasi juga merupakan sarana kuat dari diferensiasi yang kompetitif, di mana memungkinkan organisasi untuk melakukan penetrasi pasar yang baru dan meningkatkan *margins* tinggi serta persaingan yang harus dijalankan dengan kecepatan, keterampilan, dan ketepatan. Organisasi tanpa inovasi tidak dapat tumbuh dan berkembang, bahkan organisasi tanpa inovasi tidak mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Selanjutnya organisasi untuk menjadi sukses tingkat inovasinya harus lebih baik dari pada pesaingnya. Dorst, (2018) mengatakan bahwa inovasi yang berkelanjutan diperlukan organisasi dalam upaya untuk menjaga eksistensi dalam persaingan terhadap kompleksitas

dan kedinamisan pasar. Organisasi yang melakukan langkah inovasi akan dapat bersaing secara kompetitif dan berkembang secara cepat dalam siklus lingkungan yang berubah-ubah. Schilling & Shankar (2019) lebih lanjut menjelaskan bahwa dalam mendorong perusahaan untuk semakin berfokus pada inovasi sebagai keharusan yang strategis, perusahaan yang tidak berinovasi dengan cepat mendapati produk-produknya menjadi usang. Inovasi adalah “kunci” organisasi, yang bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Kmieciak, 2020).

Istilah inovasi semula ditemukan sebagai fungsional dan rencana yang ditentukan sebelumnya dimana mengatur alokasi sumber daya untuk berbagai jenis inovasi yang digunakan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan secara keseluruhan. Inovasi menjadi *icon* utama sebuah negara yang semakin kompetitif dan global. Para ahli organisasi dan motivator telah banyak mendefinisikan tentang inovasi seperti fungsi dari *entrepreneurship* (Drucker, 1987), sebagai proses dari mengenalkan produk atau jasa baru kepada pasar, dan dapat juga menjadi strategi dari organisasi untuk mencapai tujuan bisnisnya. Secara sederhana inovasi didefinisikan sebagai pengantar sesuatu yang baru. Berdasarkan pandangan Janczak (2004) inovasi didefinisikan sebagai pembuatan, penerimaan dan implementasi ide-ide baru, proses, produk atau suatu layanan.

Kemampuan perusahaan dalam berinovasi menjadi aspek utama bagi perusahaan agar sukses di dalam lingkungan eksternal yang semakin dinamis. Penelitian dari Ganguly et al. (2019) telah menjelaskan kemampuan perusahaan dalam berinovasi sebagai peran sentral untuk dapat meningkatkan kinerja, pertumbuhan, dan keunggulan

kompetitif perusahaan. Inovasi juga merupakan prioritas strategis bagi banyak organisasi di lingkungan bisnis yang modern (Slater et al., 2014). Selain itu, diperlukannya edukasi mengenai pengetahuan dan atau pelatihan yang menjadi investasi penting dalam mengelola karyawan (*human capital*) (Becker, 2009). Menurut Becker (2009) menjelaskan juga bahwa perusahaan harus menginvestasikan melalui karyawan dalam meningkatkan pengetahuan, kemampuan/*skills*, dan bahkan termasuk dalam menumbuhkan perilaku kerja yang inovatif (*Innovative Work Behavior/ IWB*).

1.3. Inovasi dalam Konteks Organisasi

Pada konteks organisasi, inovasi tergantung pada kemampuan kreativitas para karyawannya dalam menghasilkan ide dan mengimplementasikan ide, yang disebut dengan perilaku kerja yang inovatif. Maksud dari perilaku kerja inovatif (*Innovative Work Behavior*) meliputi pengembangan dari ide yang baru, teknik dan teknologi, serta uji coba dan penerapan metode baru yang terkait dengan prosedur bisnis dalam area kerja tertentu (Afsar & Umrani, 2020). *Innovative Work Behavior* secara luas menjadi krusial untuk inovasi organisasi, kemampuan kompetitif organisasi, dan sukses di masa mendatang (George & Zhou, 2001; Ali et al., 2017; Muchiri et al., 2020). Perilaku kerja yang inovatif menjadi sangat penting karena lingkungan bisnis menjadi lebih dinamis dan menantang, di mana perilaku kerja inovatif karyawan akan berperan dalam menyelaraskan visi dan model bisnis dengan perubahan teknologi yang dinamis dan lingkungan yang bergejolak (Muchiri et al., 2020). Perusahaan/organisasi harus mendorong perilaku kerja yang

inovatif pada karyawan untuk menstimulasi pencetus ide atau gagasan agar organisasi terus berinovasi (Machado & Davim, 2020).

Organisasi yang tidak dapat mengadaptasikan dirinya dengan lingkungannya, maka organisasi tidak kompetitif dan akan kalah bersaing. Hal ini disebabkan kegagalan organisasi yang tidak melakukan perubahan melalui inovasi dari lingkungan organisasi yang terus berubah. Ada beberapa contoh organisasi yang akhirnya mati atau setidaknya tidak tumbuh dan berkembang seperti misalnya BlueBird. BlueBird sebagai salah satu armada transportasi taksi terbesar di Indonesia tidak melakukan perubahan melalui inovasi sehingga ketika muncul kompetitor tidak terlihat/New Entrants (seperti, GoJek dan Grab), mengalami distrubsi sehingga tidak mampu untuk bersaing dan pada akhirnya kalah dalam bersaing (Kasali, 2017). Sebaliknya organisasi yang hampir matipun, dapat tumbuh dan berkembang dengan pesat karena inovasi, seperti misalnya PT Pembangunan Perumahan, Tbk (PP). PT PP, Tbk melakukan perubahan dengan berinovasi pada desain konstruksinya melalui penggunaan sistem 3 Dimensi (3D) (Kasali, 2017). Apple, Inc telah berkembang dari hampir bangkrut pada tahun 1997, menjadi perusahaan dengan nilai tertinggi pada tahun 2015, terutama dipengaruhi oleh faktor inovasi yang terus berkelanjutan dan sukses (Kumar et, al., 2018). Inovasi dianggap sangat penting bagi keberhasilan organisasi (Shin & Lee, 2016). Hal ini inovasi dapat memengaruhi performance dari suatu organisasi untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan (Koellinger, 2008).

Organisasi yang melakukan langkah inovasi akan dapat bersaing secara kompetitif dan berkembang secara

cepat dalam siklus lingkungan yang berubah-ubah. Schilling (2017) lebih lanjut menjelaskan bahwa dalam mendorong perusahaan untuk semakin berfokus pada inovasi sebagai keharusan yang strategis, perusahaan yang tidak berinovasi dengan cepat mendapati produk-produknya menjadi usang. Inovasi adalah “kunci” organisasi, yang bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Kmieciak et, al. 2012).

Istilah inovasi semula ditemukan sebagai fungsional dan rencana yang ditentukan sebelumnya dimana mengatur alokasi sumber daya untuk berbagai jenis inovasi yang digunakan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan secara keseluruhan (Katz, et al, 2010). Inovasi menjadi *icon* utama sebuah negara yang semakin kompetitif dan global. Para ahli organisasi dan motivator telah banyak mendefinisikan tentang inovasi seperti fungsi dari *entrepreneurship* (Drucker, 1985), sebagai proses dari mengenalkan produk atau jasa baru kepada pasar (Hauser et, al. 2006), dan dapat juga menjadi strategi dari organisasi untuk mencapai tujuan bisnisnya (Katz et, al., 2010). Secara sederhana inovasi didefinisikan sebagai pengantar sesuatu yang baru. Berdasarkan pandangan Janczak (2004) inovasi didefinisikan sebagai pembuatan, penerimaan dan implementasi ide-ide baru, proses, produk atau suatu layanan.

Kompetitif tidaknya sebuah organisasi, dapat dilihat seberapa jauh organisasi dapat menciptakan dan menumbuhkan-kembangkan inovasi. Menurut Economics World Forum, inovasi merupakan salah satu indikator yang sangat penting dalam menentukan Global Competitiveness Index (GCI). GCI merupakan suatu indeks yang digunakan untuk mengetahui suatu negara mampu bersaing dengan negara lain atau tidak. Berdasarkan laporan Economics World Forum menyebutkan

bahwa GCI Indonesia tergolong rendah, yaitu berada pada posisi 45 yang tergolong tertinggal dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya (Harper & Row, 2018). Sedangkan berdasarkan penilaian dari Global Innovation Index (GII) pada tahun 2019 tingkat inovasi Indonesia menempati pada posisi 85 dari 129 negara. Sedangkan pada level ASEAN, Indonesia menduduki posisi 7 (tujuh) dari 8 (delapan) negara.

1.4. Faktor Pendorong Inovasi dalam Organisasi

Dalam era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin canggih, inovasi menjadi kunci keberhasilan setiap organisasi. Inovasi bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga tentang merespons perubahan dengan cepat dan efisien untuk memenuhi kebutuhan yang konstan berubah dari *stakeholder*. Ada beberapa faktor kunci yang mempengaruhi tingkat inovasi dalam organisasi.

Pertama, saat kita mempertimbangkan lingkungan bisnis masa kini, kita tidak bisa mengabaikan peran lingkungan kompetitif yang dinamis. Dalam sebuah era yang dicirikan oleh transformasi digital dan globalisasi, organisasi berhadapan dengan perubahan yang terjadi begitu cepat. Di sini, persaingan tidak lagi bersifat lokal, melainkan global, memaksa perusahaan untuk berinovasi dan memperbaharui strategi mereka. Tanpa keberanian untuk beradaptasi dan membarui pendekatan bisnis, organisasi mungkin menemukan diri mereka berjuang untuk mempertahankan relevansinya. Bahkan, dengan laju perubahan saat ini, banyak organisasi yang tidak berinovasi cepat ditinggalkan dan terlupakan oleh pasar (Porter, 1998).

Kedua, alam konsumen modern adalah alam yang konstan berubah, didorong oleh akses ke informasi dan tren global yang cepat berubah. Hal ini menciptakan kebutuhan bagi organisasi untuk selalu waspada dan responsif terhadap kebutuhan dan harapan konsumen. Mengikuti tren, memahami permintaan pasar, dan merespons *feedback* konsumen menjadi kunci utama. Organisasi yang berhasil dalam melakukan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi sering kali mendahuluinya, menciptakan produk dan layanan yang benar-benar inovatif dan relevan (Drucker, 1993).

Terakhir, kemajuan teknologi telah merevolusi cara kita melakukan bisnis. Dari operasi internal hingga interaksi dengan konsumen, teknologi telah membuka peluang baru dan tantangan yang belum pernah ada sebelumnya. Dalam era digital saat ini, organisasi memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan proses, meningkatkan efisiensi, dan menjangkau *audience* yang lebih besar dengan cara yang belum pernah dimungkinkan sebelumnya. Namun, ini juga menimbulkan tantangan tersendiri: bagaimana memanfaatkan teknologi ini dengan cara yang paling efektif, sambil tetap menjaga keamanan dan privasi data (Tidd & Bessant, 2009).

Sebagai ilustrasi, perusahaan teknologi seperti Apple telah menunjukkan bagaimana pendekatan berbasis pelanggan dan pemanfaatan teknologi dapat menghasilkan inovasi yang revolusioner. Melalui pendengaran *konstant* terhadap *feedback* konsumen, Apple telah meluncurkan produk ikonik seperti iPhone dan iPad yang memenuhi kebutuhan pasar dan bahkan menciptakan kebutuhan baru. Sementara itu, Tesla, dengan pendekatannya yang inovatif,

telah mengguncang industri otomotif tradisional dengan kendaraan listriknya, menunjukkan kekuatan inovasi berbasis teknologi.

BAB 2

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INOVASI

2.1. Teknologi Informasi Sebagai Pendorong Inovasi

Di era modern ini, Teknologi Informasi (TI) telah menjadi tulang punggung bagi banyak organisasi, memfasilitasi operasi sehari-hari dan mendukung ambisi strategis mereka. Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, TI kini telah bertransformasi dari sekadar menjadi alat bantu operasional menjadi katalis utama inovasi dalam berbagai sektor industri. Melalui penerapan TI, organisasi memiliki kapasitas untuk menganalisis data dalam skala besar, memahami tren konsumen, dan merespon dengan solusi yang lebih tepat guna (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Dengan infrastruktur TI yang kuat, organisasi juga mampu mengotomatisasi proses bisnis, mengurangi inefisiensi, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan (Ross et al., 2013).

Selanjutnya, adopsi solusi TI canggih seperti *cloud computing*, kecerdasan buatan, dan *Internet of Things* (IoT) telah mengubah cara organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggannya. Dengan teknologi ini, perusahaan dapat menciptakan produk dan layanan baru yang sebelumnya tidak dapat dibayangkan, memberikan mereka keunggulan kompetitif di pasar (Porter & Heppelmann, 2014). Misalnya, perusahaan ritel kini dapat memanfaatkan analisis data untuk memprediksi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan persediaan mereka dengan lebih efisien. Sementara itu, sektor perawatan kesehatan menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan diagnosis dan perawatan pasien, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan kualitas layanan (Agarwal & Dhar, 2014).

Namun, meskipun potensinya yang besar, penerapan TI memerlukan pendekatan strategis. Investasi dalam

teknologi saja tidak cukup; organisasi harus memastikan bahwa karyawan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi tersebut dan bahwa budaya organisasi mendukung inovasi berbasis TI (Westerman et al., 2014). Dengan pendekatan yang tepat, TI dapat berfungsi sebagai pendorong utama inovasi, membantu organisasi untuk tetap relevan dan sukses dalam dunia yang terus berubah.

2.2. Hubungan Antar Teknologi Informasi, Inovasi, dan Perilaku Kerja Inovatif

Banyak faktor yang memengaruhi perilaku kerja yang inovatif pada suatu organisasi atau negara. Beberapa penelitian menjelaskan mengenai bagaimana dalam menumbuhkan perilaku kerja yang inovatif. *Transformational Leadership* (TL) menjadi konsep yang fundamental dalam menumbuhkan perilaku kerja yang inovatif (Afsar *et al*, 2014; Choi *et al*, 2016; Piccolo & Colquitt, 2006). Kepemimpinan selalu disarankan pada beberapa kajian organisasi karena sebagai faktor yang menginspirasi, memampukan, dan yang memengaruhi berbagai aspek perilaku kerja dan kinerja karyawan. Banyak temuan penelitian juga mengeksplorasi dampak signifikan gaya kepemimpinan terhadap perilaku kerja inovasi karyawan, kapasitas pemimpin untuk mengenali peluang dan berakibat pada kemampuan inovatif, daya saing dan pertumbuhan bisnis yang berubah (Chen et, al. 2016; Koryak *et al*, 2015).

Menurut Azam (2015) perangkat teknologi informasi telah meningkatkan produktivitas dalam organisasi bisnis dan telah membantu dalam mengelola urusan intra dan antar organisasi. Ada tiga komponen utama teknologi informasi,