



TRANSFORMASI

DIGITAL DAN INOVASI

DALAM BISNIS MANAJEMEN

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. | Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si
Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP | Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M
Suharyoto, S.E., M.M. | Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.
Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M. | Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®
Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P | Agung Evendy, S.STP., M.Si.
Akhsanul Yakin, S.I.P. | Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd .
Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M. | Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.

Editor:

Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati Wardoyo, M.Si.

TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI DALAM BISNIS MANAJEMEN

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si

Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP

Yesa Cahayaning Ramadhani, S.E., M.M

Suharyoto, S.E., M.M.

Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.

Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.

Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA*

Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P

Agung Evendy, S.STP., M.Si.

Akhsanul Yakin, S.I.P.

Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd

Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.

Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

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 Rp100.000.000 (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 Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025031693, 15 Maret 2025

Pencipta
Nama : **Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP, Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si dkk**
Alamat : Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001, Jambangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60233
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : **Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP, Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si dkk**
Alamat : Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001, Jambangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60233
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI DALAM BISNIS MANAJEMEN**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 14 Maret 2025, di Kota Surakarta
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor Pencatatan : 000871954

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko, SH.,MH.
NIP. 196912261994031001



Dicatat:

1. Dalam hal penulis memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk menuliskan surat pernyataan pemohon.
2. Surat Pencatatan ini telah diunggah secara elektronik menggunakan server elektronik yang disediakan oleh Badan Besar Serifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001 Jambangan, Kota Surabaya
2	Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si	Griya Permata Gedangan Blok G1/9 Gedangan, Kab. Sidoarjo
3	Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP	Asem Jaya 5/40-A Bubutan, Kota Surabaya
4	Yesa Cahayaning Ramadhani, S.E., M.M	Jl. Kedung Tomas IV/35 Sukolilo, Kota Surabaya
5	Suharyoto, S.E., M.M.	Jl. Gempol Daman III No. 35, RT 012, RW 002 Cipayung, Kota Adm. Jakarta Timur
6	Aam Waro Panotogomo, S.Sos., M.Sos.	Dusun Krajan RT. 001 RW.004 Jenu, Kab. Tuban
7	Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.	Dusun Bedingin RT. 002 RW.004 Loceret, Kab. Nganjuk
8	Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®	Jl. Taman Nyiur Blok R/7 Tanjung Priok, Kota Adm. Jakarta Utara
9	Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P	Dsn Ngijon RT. 006 RW.001 Panekan, Kab. Magetan
10	Agung Evendy, S.STP., M.Si	Perum Ikhaya Matrip RT 004 RW 002 Nganjuk, Kab. Nganjuk
11	Akhsanul Yakin, S.LP.	Dsn. Patar RT.001 RW.001 Sangkapura, Kab. Gresik
12	Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd	Pesona Sekar Gading Blok ZZ No. 7, RT 023, Rw. 007 Sidoarjo, Kab. Sidoarjo
13	Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.	KOMP. Duta Bintaro Cluster Tampak Siring, RT 001, RW 008 Pinang, Kota Tangerang
14	Saif Muchlisnan, S.Sos., M.M.	Dsn. Juron RT 01 RW 01 Ngariboyo, Kab. Magetan

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd., CRP	Jl. Kebonsari VII/18, RT. 001, RW.001 Jambangan, Kota Surabaya
2	Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si	Griya Permata Gedangan Blok G1/9 Gedangan, Kab. Sidoarjo
3	Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP	Asem Jaya 5/40-A Bubutan, Kota Surabaya
4	Yesa Cahayaning Ramadhani, S.E., M.M	Jl. Kedung Tomas IV/35 Sukolilo, Kota Surabaya

5	Subaryoto, S.E., M.M.	Jl. Gempol Daman III No. 35, RT 012, RW 002 Cipayung, Kota Adm. Jakarta Timur
6	Aam Wiro Panotogomo, S.Sos., M.Sos.	Dusun Krajan RT. 001 RW.004 Jenu, Kab. Tuban
7	Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.	Dusun Bedingin RT. 002 RW.004 Loceret, Kab. Nganjuk
8	Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®	Jl. Taman Nyiur Blok R/7 Tanjung Priok, Kota Adm. Jakarta Utara
9	Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P	Dsn Ngijon RT. 006 RW.001 Panekan, Kab. Magetan
10	Agung Evendy, S.STP, M.Si.	Perum Ikhaya Mastrip RT 004 RW 002 Nganjuk, Kab. Nganjuk
11	Akhsamul Yakin, S.I.P.	Dsn. Patar RT.001 RW.001 Sangkapura, Kab. Gresik
12	Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd	Pesona Sekar Gading Blok ZZ No. 7, RT 023, Rw. 007 Sidoarjo, Kab. Sidoarjo
13	Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.	KOMP. Duta Bintaro Cluster Tampak Siring, RT 001, RW 008 Pinang, Kota Tangerang
14	Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.	Dsn. Juron RT 01 RW 01 Ngariboyo, Kab. Magetan



TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI DALAM BISNIS MANAJEMEN

Penulis:

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. | Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si
Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP | Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M
Suharyoto, S.E., M.M. | Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.
Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M. | Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®
Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P | Agung Evendy, S.STP, M.Si.
Akhsanul Yakin, S.I.P. | Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd
Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M. | Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati Wardoyo, M.Si.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

xiv, 422, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-779-8

Cetakan Pertama:

Maret 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

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

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, buku ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai bentuk kontribusi akademik dalam memahami perkembangan inovasi dan teknologi dalam berbagai aspek manajemen. Kami berharap karya ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, serta para profesional yang ingin mendalami konsep-konsep strategis dalam inovasi manajemen.

Perubahan yang terjadi dalam dunia industri dan bisnis saat ini semakin cepat dan dinamis. Teknologi telah menjadi katalisator utama dalam pengembangan inovasi di berbagai bidang, termasuk manajemen organisasi, sumber daya manusia, keuangan, serta ekosistem startup. Oleh karena itu, pembahasan dalam buku ini disusun secara sistematis untuk memberikan wawasan yang komprehensif terkait evolusi teknologi, inovasi terbuka, proses inovasi, serta bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam organisasi.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh penulis yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk masukan akademik, penyuntingan, maupun bantuan teknis lainnya. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat serta menjadi inspirasi bagi pembaca dalam mengembangkan inovasi di lingkungan profesional masing-masing.

Kami menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam buku ini, dan oleh karena itu kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga buku ini dapat menjadi bagian dari upaya bersama dalam menciptakan ekosistem inovasi yang lebih baik dan berkelanjutan.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 EVOLUSI TEKNOLOGI DAN INOVASI MANAJEMEN	1
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.	1
Universitas Negeri Surabaya	1
A. Pendahuluan	1
B. Peran Teknologi Dalam Kehidupan Manusia Sepanjang Sejarah	3
C. Perubahan Paradigma Dari Teknologi Manual Ke Otomatisasi	5
D. Dampak Revolusi Industri 1.0 Hingga 4.0.....	7
E. Tahapan Evolusi Teknologi.....	10
F. Hubungan Teknologi Dan Manajemen	12
G. Pengaruh Teknologi Terhadap Proses Manajemen Tradisional	13
H. Digitalisasi Proses Manajemen (ERP, CRM, SCM)	16
I. Kreativitas Dalam Memecahkan Masalah Organisasi.....	18
J. Transformasi Digital Dalam Manajemen.....	20
K. Masa Depan Teknologi Dan Manajemen.....	26
L. Studi Kasus Transformasi Digital Walmart: Menghadapi Tantangan Era E-Commerce	30
BAB 2 INOVASI DAN KAPABILITAS DALAM ORGANISASI	35
Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si	35
Universitas Negeri Surabaya	35
A. Pendahuluan	35
B. Konsep Dasar	36
C. Teori Dan Model Inovasi.....	39
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Dan Kapabilitas Dalam Organisasi.....	42
E. Pengembangan Kapabilitas Untuk Mendorong Inovasi	48
F. Tantangan Dan Peluang Dalam Inovasi Dan Kapabilitas	51

G. Riset Tentang Inovasi Dan Kapabilitas Dalam Organisasi	53
BAB 3 PROSES INOVASI	55
Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP	55
Universitas Negeri Surabaya	55
A. Pendahuluan	55
B. Proses Inovasi.....	59
C. Definisi Inovasi Dalam Teknologi Dan Manajemen.....	60
D. Peran Teknologi Dalam Proses Inovasi	61
E. Manajemen Inovasi Dan Integrasi Teknologi	62
F. Sinergi Antara Teknologi Dan Manajemen Inovasi.....	62
G. Tantangan Dan Risiko Dalam Mengelola Inovasi Teknologi	63
H. Proses Inovasi Dalam Teknologi Inovasi Manajemen	64
BAB 4 INOVASI TERBUKA DAN TRANSFER TEKNOLOGI	70
Yesa Cahayaning Ramadhani, S.E., M.M	70
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya	70
A. Pendahuluan	70
B. Inovasi Terbuka.....	72
C. Teori Transfer Teknologi.....	74
D. Penerapan Transfer Teknologi.....	75
E. Teori Difusi Inovasi.....	76
F. Faktor-Faktor Difusi Inovasi	78
G. Elemen Difusi Inovasi	79
H. Teori Linear Model Of Innovation	81
I. Penerapan Dan Implikasi Inovasi Terbuka Dan Transfer Teknologi	84
J. Kebijakan Publik Dan Regulasi.....	86
BAB 5 INOVASI DAN KINERJA	88
Suharyoto, S.E., M.M.....	88
Universitas Negeri Surabaya	88
A. Pendahuluan	88

B.	Definisi Dan Konsep Dasar Inovasi.....	91
C.	Definisi Dan Indikator Kinerja Organisasi	93
D.	Hubungan Antara Inovasi Dan Kinerja.....	98
E.	Strategi Inovasi Untuk Peningkatan Kinerja.....	100
F.	Faktor Pendukung Dan Penghambat Inovasi	103
G.	Peran Teknologi Dalam Mendukung Inovasi Dan Kinerja	107
D.	Inovasi Berkelanjutan Dan Kinerja Jangka Panjang	110
E.	Studi Kasus Zoom: Inovasi Teknologi Dalam Komunikasi Digital	113
F.	Metrik Dan Pengukuran Efektivitas Inovasi	117
G.	Tantangan Dan Tren Masa Depan	124
BAB 6 MENYOAL TANTANGAN INOVASI ORGANISASI PASCA PANDEMI.....		128
Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.		128
Universitas Negeri Surabaya		128
A.	Pendahuluan	128
B.	Transformasi Organisasi Di Era Pasca-Pandemi	130
C.	Digitalisasi Dan Inovasi Teknologi: Peluang Dan Tantangan.....	134
D.	Perubahan Dinamika Kerja Dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	136
E.	Keberlanjutan Dan Inovasi Berorientasi Sosial	138
F.	Strategi Kolaborasi Dan Proses Pembelajaran Dalam Inovasi	140
G.	Rekomendasi Strategis Untuk Inovasi Yang Tangguh Dan Berkelanjutan	142
BAB 7 INOVASI DALAM PEMASARAN.....		144
Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.		144
Universitas Negeri Surabaya		144
A.	Pendahuluan	144
B.	Evolusi Strategi Pemasaran	146
C.	Inovasi Dalam Saluran Distribusi Dan Media	153
D.	Inovasi Dalam Produk Dan Layanan	160

E.	Pemasaran Yang Didukung Data (Data-Driven Marketing)	162
F.	Kasus Sukses Inovasi Pemasaran	163
G.	Strategi Pemasaran Dari Perusahaan Lokal Yang Sukses	165
H.	Panduan Praktis Menerapkan Inovasi Pemasaran	169
BAB 8 INOVASI DI BIDANG KEUANGAN.....		173
Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®.....		173
Universitas Negeri Surabaya		173
A.	Pendahuluan: Transformasi Inovasi Keuangan.....	173
B.	<i>Fintech</i> : Teknologi Sebagai Penggerak Inovasi Keuangan.....	175
C.	Inovasi Produk Keuangan.....	178
D.	Teknologi Dalam Manajemen Risiko	181
E.	Inovasi Dalam Pembayaran Dan Transaksi	183
F.	Investasi Berbasis Teknologi.....	186
G.	<i>Startup</i> Keuangan Dan Peran Venture Capital.....	188
H.	Regulasi Dan Tata Kelola Inovasi Keuangan	191
I.	Inovasi Keuangan Untuk Keberlanjutan	194
J.	Kesimpulan Dan Implikasi	196
BAB 9 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN INOVASI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA		200
Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P.....		200
Universitas Negeri Surabaya		200
A.	Pendahuluan	200
B.	Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia	202
C.	Proses Manajemen Sumber Daya Manusia.....	206
D.	Teori Dan Konsep Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia.....	208
E.	Tantangan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia	212
F.	Inovasi Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia	215
G.	Teknologi Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia	217
H.	Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Inovatif.....	220

I.	Pengembangan Keterampilan Sumber Daya Manusia Di Era Digital.....	222
J.	Studi Kasus Inovasi Manajemen Sumber Daya Manusia	223
K.	Masa Depan Manajemen Sumber Daya Manusia	227
L.	Kesimpulan Dan Rekomendasi.....	229
BAB 10 STARTUP INOVASI DAN TEKNOLOGI		232
Agung Evendy, S.STP., M.Si.		232
Universitas Negeri Surabaya		232
A.	Pendahuluan	232
B.	Konsep Dasar Inovasi Dan Teknologi Dalam <i>Startup</i>	236
C.	Tahapan Perkembangan <i>Startup</i>	241
D.	Strategi Inovasi Dalam <i>Startup</i>	244
E.	Teknologi Kunci Dalam <i>Startup</i>	248
F.	Pembiayaan Dan Investasi Teknologi Dalam <i>Startup</i>	254
G.	Studi Kasus <i>Startup</i> Berbasis Teknologi	259
H.	Implikasi Inovasi Teknologi Terhadap Masa Depan <i>Startup</i>	261
BAB 11 KOLABORASI TEKNOLOGI DALAM ERA INOVASI TERBUKA		265
Akhsanul Yakin, S.I.P.		265
Universitas Negeri Surabaya		265
A.	Pendahuluan	265
B.	Konsep Dasar Inovasi Terbuka.....	268
C.	Transfer Teknologi: Definisi Dan Ruang Lingkup	277
D.	Sinergi Antara Inovasi Terbuka Dan Transfer Teknologi	281
E.	Peran Teknologi Digital Dalam Mendukung Inovasi Terbuka Dan Transfer Teknologi	284
F.	Tantangan Dalam Inovasi Terbuka Dan Transfer Teknologi	288
G.	Kebijakan Dan Regulasi Yang Mendukung.....	290
H.	Studi Kasus: Transformasi Industri Manufaktur Melalui <i>Marketplace</i> Di Asia Tenggara.....	293
I.	Arah Masa Depan Inovasi Terbuka Dan Transfer Teknologi	297

BAB 12 ADOPSI PASAR DAN DIFUSI TEKNOLOGI	302
Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd	302
Universitas Negeri Surabaya	302
A. Pendahuluan	302
B. Konsep Dasar Adopsi Pasar Dan Difusi Teknologi	305
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Pasar Dan Difusi Teknologi	311
D. Teori Dan Model Difusi Teknologi	320
BAB 13 MENGELOLA INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM PERUSAHAAN	330
Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.	330
Universitas Negeri Surabaya	330
A. Pendahuluan	330
B. Dasar-Dasar Manajemen Inovasi	332
C. Strategi Inovasi	335
D. Budaya Inovasi Dalam Perusahaan	337
E. Teknologi Dan Transformasi Digital	341
F. Proses Pengembangan Produk Baru	345
G. Inovasi Berbasis Kolaborasi	347
H. Manajemen Proyek Inovasi	350
I. Inovasi Untuk Keberlanjutan	354
J. Studi Kasus	359
BAB 14 TEKNOLOGI DAN INOVASI MANAJEMEN BERKELANJUTAN	363
Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.	363
Universitas Negeri Surabaya	363
A. Pendahuluan	363
B. Pengenalan Teknologi Manajemen Berkelanjutan	365
C. Aplikasi Dan Inovasi Teknologi Dalam Manajemen Berkelanjutan	368
D. Strategi Implementasi	380

E. Tantangan Dan Peluang.....	382
F. Strategi Menghadapi Tantangan Untuk Menciptakan Perusahaan Keberlanjutan Jangka Panjang.....	386
DAFTAR PUSTAKA	389
PROFIL PENULIS	407

BAB 1 EVOLUSI TEKNOLOGI DAN INOVASI MANAJEMEN

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan inovasi manajemen telah menjadi pilar utama dalam transformasi peradaban manusia. Teknologi, yang didefinisikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan untuk menyelesaikan masalah praktis, memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, dan sosial. Sementara itu, inovasi manajemen adalah proses pengembangan dan penerapan ide, metode, atau praktik baru dalam pengelolaan sumber daya organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Keduanya saling berhubungan erat, dengan teknologi sering kali menjadi pendorong utama untuk inovasi manajemen (R. A. Wijaya, Ilhama Qurratu'aini, et al., 2019). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana evolusi teknologi dan inovasi manajemen saling memengaruhi dan mendukung keberlanjutan organisasi (Merni Mega Anggawati, 2024).

Secara historis, teknologi telah melalui beberapa fase evolusi yang signifikan. Menurut Alvin Toffler dalam teorinya tentang *The Third Wave* (1980), terdapat tiga gelombang besar yang mendefinisikan perjalanan teknologi manusia: gelombang agraris, gelombang industri, dan gelombang informasi. Gelombang agraris didominasi oleh masyarakat yang berbasis pertanian, sementara gelombang industri membawa perubahan besar dengan munculnya mesin-mesin produksi. Gelombang informasi, yang dimulai pada pertengahan abad ke-20, ditandai oleh perkembangan teknologi digital yang telah mengubah cara manusia bekerja dan berkomunikasi. Saat ini, dunia telah memasuki era Revolusi Industri 4.0 yang diperkenalkan oleh Klaus Schwab (2016). Era ini ditandai oleh integrasi teknologi digital seperti *Internet of*

Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan big data ke dalam proses bisnis dan kehidupan sehari-hari, menciptakan dampak yang meluas pada sistem sosial dan ekonomi global.

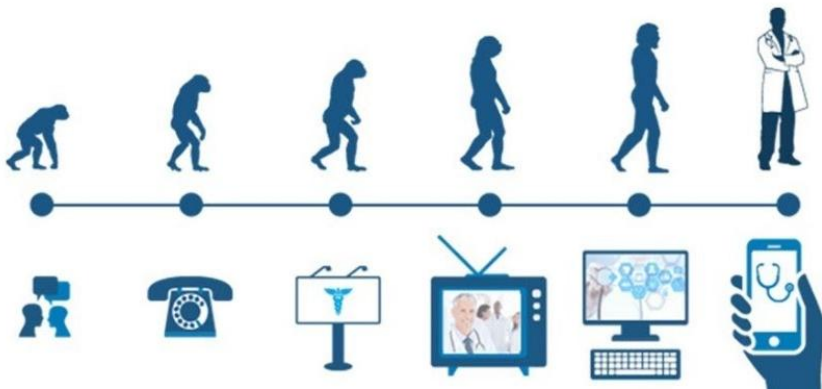
Di sisi lain, inovasi manajemen adalah elemen krusial dalam keberlangsungan organisasi. Peter Drucker (1985), seorang pemikir terkemuka dalam bidang manajemen, menyatakan bahwa inovasi adalah fungsi inti dari kewirausahaan yang bertujuan untuk menciptakan nilai baru. Ia menekankan bahwa inovasi manajemen tidak hanya terkait dengan teknologi tetapi juga mencakup pembaruan model bisnis, struktur organisasi, dan proses operasional. Dalam bukunya *The Future of Management* (2007), Gary Hamel menyoroti pentingnya pendekatan yang fleksibel dan adaptif untuk menghadapi tantangan teknologi dan pasar yang terus berubah. Menurut Hamel, inovasi manajemen adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang yang memungkinkan organisasi untuk tetap relevan dalam pasar yang dinamis (Lita Wulantika, 2020).

Keterkaitan antara evolusi teknologi dan inovasi manajemen tidak dapat diabaikan. Salah satu contoh yang relevan adalah penerapan teknologi informasi yang telah mengubah cara organisasi mengelola data, membuat keputusan, dan berkomunikasi. Everett Rogers dalam teorinya tentang *Difusi Inovasi* (1962) menjelaskan bahwa adopsi teknologi baru dalam organisasi sangat bergantung pada kemampuan manajemen untuk mengidentifikasi, mengadaptasi, dan mengintegrasikan inovasi tersebut. Organisasi yang mampu memanfaatkan teknologi dengan baik sering kali lebih siap untuk menghadapi ketidakpastian dan kompleksitas lingkungan bisnis saat ini (Firmansyah & Dede, 2022a).

Dengan memahami dinamika evolusi teknologi dan inovasi manajemen, organisasi dapat merancang strategi yang tidak hanya meningkatkan kinerja jangka pendek tetapi juga keberlanjutan di masa depan. Kedua aspek ini menjadi landasan penting bagi organisasi untuk tetap kompetitif dan relevan dalam menghadapi tantangan era digital dan globalisasi. Kombinasi teknologi yang maju dan inovasi manajemen yang cerdas akan menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam menciptakan nilai tambah dan adaptasi terhadap perubahan yang terus terjadi (Istifa, 2024).

B. PERAN TEKNOLOGI DALAM KEHIDUPAN MANUSIA SEPANJANG SEJARAH

Konsep Perubahan dan Berkelanjutan dalam Sejarah



Gambar 1.1 Perubahan berkelanjutan dalam sejarah

Sumber: homecare.id

Teknologi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia sejak awal peradaban. Secara historis, teknologi telah menjadi alat untuk mengatasi tantangan, memenuhi kebutuhan, dan meningkatkan kualitas hidup. Peran ini terus berkembang seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan penemuan-penemuan baru, yang membawa perubahan signifikan dalam cara manusia bekerja, berkomunikasi, dan hidup (Dwi Putri et al., 2024).

1. Teknologi pada Era Prasejarah

Pada masa prasejarah, teknologi berkembang dalam bentuk yang sederhana, seperti alat-alat dari batu, kayu, dan tulang yang digunakan untuk berburu dan bertahan hidup. Penemuan api adalah salah satu tonggak penting yang memungkinkan manusia memasak makanan, menjaga kehangatan, dan melindungi diri dari binatang buas. Penemuan roda sekitar 3500 SM juga menjadi salah satu inovasi besar yang mempercepat perkembangan transportasi dan perdagangan.

2. Teknologi pada Era Agraris

Saat manusia mulai menetap dan bercocok tanam, teknologi agraris berkembang pesat. Alat seperti bajak, sistem irigasi, dan domestikasi hewan meningkatkan hasil panen dan efisiensi kerja. Penemuan ini memungkinkan terbentuknya masyarakat agraris yang lebih kompleks,

BAB 2 INOVASI DAN KAPABILITAS DALAM ORGANISASI

Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Inovasi berperan strategis dalam meningkatkan daya saing global dan keberlanjutan organisasi di tengah dinamika ekonomi yang kompleks. Tidak hanya terbatas pada teknologi baru, inovasi melibatkan transformasi pengetahuan menjadi produk, proses, dan layanan bernilai tambah bagi pelanggan maupun organisasi. Sebagai adopsi ide, perilaku, atau teknologi baru, inovasi bertujuan mewujudkan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Evolusi konsep inovasi kini mencakup pendekatan sistemik yang mengintegrasikan kolaborasi dengan pemasok, pelanggan, dan mitra strategis. Model inovasi generasi kelima (5G) menekankan integrasi sistem, fleksibilitas operasional, dan percepatan pengembangan untuk menjaga relevansi di pasar kompetitif. Namun, pengembangan kapabilitas inovasi masih menjadi tantangan. Kapabilitas ini mencakup visi strategis, pemanfaatan kompetensi inti, pengelolaan ide, dan orientasi pelanggan untuk mendukung proses inovasi hingga komersialisasi. Dalam menghadapi isu global seperti keberlanjutan dan digitalisasi, inovasi menjadi kunci keberhasilan organisasi modern di tengah ketidakpastian bisnis global (Terziovski, 2007).

Dalam konteks isu global seperti keberlanjutan dan digitalisasi, inovasi menjadi kunci keberhasilan bagi organisasi modern dalam menghadapi ketidakpastian bisnis global. Organisasi yang mampu berinovasi dengan cepat dan efektif tidak hanya dapat merespons perubahan pasar, tetapi juga dapat

menciptakan peluang baru yang mendukung pertumbuhan jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan kapabilitas inovasi yang terintegrasi dengan kapabilitas organisasi lainnya sangat penting untuk memastikan bahwa organisasi tetap kompetitif dan relevan di era yang terus berubah ini.

B. KONSEP DASAR

Inovasi menurut (Terziovski, 2007) merupakan pemanfaatan sumber daya secara strategis untuk menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan melalui proses pengembangan, penyempurnaan, serta komersialisasi produk, proses, dan layanan, baik yang bersifat baru maupun yang telah ada sebelumnya. Jenis – jenis inovasi pada penelitian (Wahyudi, 2019) terdiri dari:

1. Inovasi Produk

Inovasi ini bertujuan untuk menciptakan atau mengembangkan produk baru yang memiliki nilai komersial dan relevansi tinggi di pasar guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

2. Inovasi Proses

Inovasi ini difokuskan pada upaya perbaikan metode produksi atau penyampaian produk dan layanan untuk menjaga kualitas serta efisiensi biaya. Inovasi proses mencakup:

- a. Inovasi Teknologi: Penerapan teknologi baru, seperti perangkat, teknik, atau sistem untuk meningkatkan efisiensi produksi.
- b. Inovasi Organisasi: Perubahan dalam struktur, strategi, dan proses administratif untuk meningkatkan efektivitas operasional.

3. Inovasi Pasar

Inovasi ini berorientasi pada perluasan cakupan pasar melalui pengembangan target pasar baru, penyesuaian strategi pemasaran, dan pemilihan pasar yang sesuai untuk dilayani.

4. Inovasi Inkremental

Inovasi ini berfokus pada peningkatan bertahap terhadap teknologi, produk, proses, atau bisnis yang sudah ada guna menambah nilai tanpa mengubah struktur yang mendasar.

5. Berbagai jenis inovasi ini mencerminkan pentingnya pendekatan strategis dalam mengelola perubahan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

BAB 3 PROSES INOVASI

Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Inovasi telah menjadi bagian integral dari dunia bisnis dan organisasi modern. Dalam era yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat, organisasi dituntut untuk tidak hanya mengembangkan produk atau layanan baru, tetapi juga untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang ada di sekitar mereka, baik dari sisi teknologi maupun manajerial. Inovasi teknologi, yang berkaitan dengan penerapan teknologi baru untuk meningkatkan produk atau layanan, berperan penting dalam memberikan keuntungan kompetitif. Begitu pula, inovasi manajerial yang berfokus pada perubahan cara-cara organisasi dalam mengelola sumber daya manusia, pengambilan keputusan, serta perencanaan dan pengorganisasian internal organisasi, memiliki peran yang tak kalah signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi.

Namun, meskipun inovasi teknologi dan manajerial sangat penting, banyak organisasi yang menghadapi tantangan besar dalam mengintegrasikan keduanya. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana kedua jenis inovasi ini dapat saling mendukung dan bekerja secara sinergis. Keterkaitan antara inovasi teknologi dan manajerial menjadi krusial karena perubahan dalam salah satu dimensi sering kali mempengaruhi yang lainnya. Dalam tulisan ini, kita akan membahas lebih lanjut mengenai inovasi teknologi dan manajerial, tantangan yang dihadapi oleh organisasi dalam mengimplementasikan kedua jenis inovasi ini, serta bagaimana keduanya dapat disinergikan untuk menciptakan hasil yang optimal.

Inovasi teknologi mengacu pada penerapan pengetahuan ilmiah untuk menciptakan produk, proses, atau layanan baru yang lebih efisien dan efektif. Dalam dunia yang semakin digital, inovasi teknologi berperan penting dalam transformasi berbagai sektor, mulai dari industri manufaktur hingga layanan

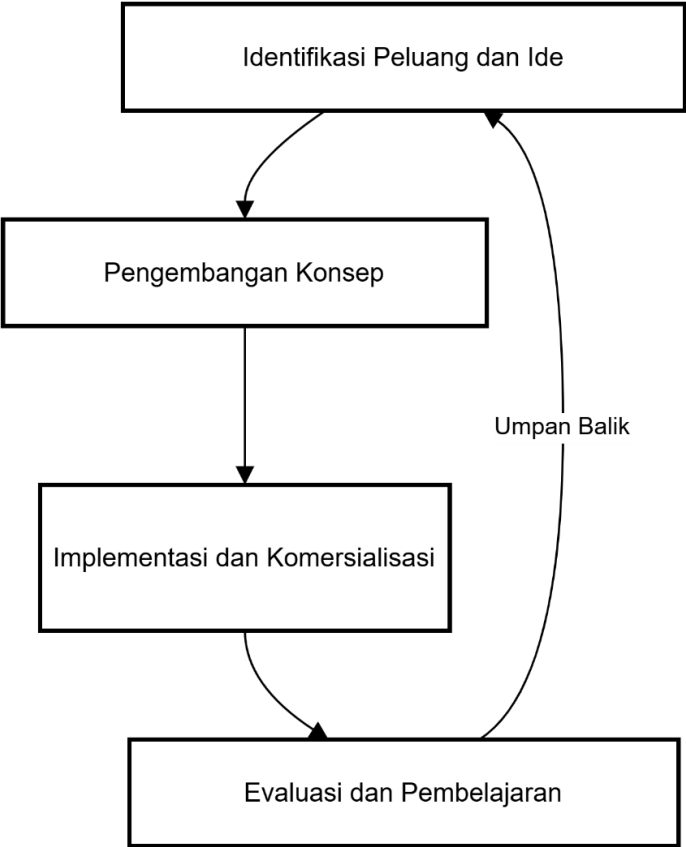
publik. Penggunaan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan Internet of Things (IoT) memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan operasional mereka, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan produk atau layanan yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (Capurro et al., 2022; Fuller et al., 2022).

Sementara itu, inovasi manajerial berkaitan dengan penerapan pendekatan baru dalam pengelolaan sumber daya manusia, perencanaan, dan pengambilan keputusan. Inovasi ini tidak hanya berfokus pada perubahan dalam struktur organisasi atau proses bisnis, tetapi juga mencakup pengembangan budaya organisasi yang mendukung perubahan dan pembelajaran berkelanjutan. Pengelolaan perubahan yang efektif sangat penting dalam memastikan bahwa organisasi dapat menghadapi tantangan yang muncul dari penerapan inovasi teknologi (Bolatan et al., 2022; Silva et al., 2024). Sebagai contoh, penggunaan teknologi baru dalam sebuah perusahaan memerlukan keterampilan baru di kalangan karyawan dan struktur organisasi yang adaptif agar teknologi tersebut dapat dimanfaatkan dengan maksimal.

Inovasi teknologi dan manajerial yang baik tidak hanya meningkatkan kinerja organisasi dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan di pasar global yang semakin ketat. Dalam hal ini, manajer dan pemimpin organisasi memegang peran yang sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan perubahan yang berkelanjutan.

Meskipun inovasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja organisasi, penerapannya tidak selalu berjalan mulus. Banyak organisasi yang menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan inovasi teknologi dan manajerial secara bersamaan. Salah satu tantangan utama adalah resistensi terhadap perubahan. Karyawan dan pihak-pihak terkait sering kali merasa nyaman dengan cara kerja yang sudah ada, dan perubahan teknologi atau manajerial dapat menimbulkan kecemasan dan ketidakpastian. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan harus memiliki strategi manajerial yang baik untuk mengelola perubahan dan memastikan bahwa karyawan siap menghadapi tantangan baru. Huesig dan Endres (2019) mengemukakan bahwa resistensi terhadap perubahan dapat diminimalisir dengan memberikan pelatihan yang cukup, komunikasi yang efektif, serta keterlibatan karyawan dalam proses perubahan.

Proses inovasi adalah perjalanan panjang yang melibatkan banyak langkah dan tahapan yang membutuhkan manajemen yang efektif. Dalam setiap tahapan, inovasi harus dikelola dengan hati-hati, mengintegrasikan teknologi dan manajerial secara bersamaan. Dalam manajemen inovasi oleh Wenti (2024) mengingatkan kita bahwa untuk mencapai inovasi yang sukses, organisasi harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi, memanfaatkan kolaborasi eksternal, dan terus melakukan perbaikan berkelanjutan untuk menjaga daya saing jangka panjang di pasar. Secara sederhana demua proses Inovasi dapat digambarkan dalam gambar di bawah ini :



Gambar 3.1 Tahapan Proses Inovasi
Sumber: (Data Sekunder, 2024)

BAB 4 INOVASI TERBUKA DAN TRANSFER TEKNOLOGI

Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)

Surabaya

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan revolusi industri 4.0, inovasi menjadi salah satu kunci utama bagi organisasi untuk bertahan dan berkembang. Dalam konteks ini, inovasi terbuka (*open innovation*) dan transfer teknologi (*technology transfer*) muncul sebagai strategi yang semakin relevan. Keduanya memberikan peluang bagi organisasi untuk memanfaatkan sumber daya internal maupun eksternal secara lebih efektif, mempercepat pengembangan teknologi, dan memperluas akses ke pasar baru.

Di era yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat dan persaingan global yang semakin kompleks, kemampuan berinovasi menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah organisasi. Dalam konteks ini, pendekatan tradisional yang menempatkan inovasi sebagai proses internal semata sudah tidak lagi memadai. Sebagai gantinya, konsep inovasi terbuka (*open innovation*) muncul sebagai paradigma baru yang mendorong kolaborasi lintas batas antara organisasi, akademisi, pemerintah, dan komunitas. Inovasi terbuka mendorong kolaborasi lintas batas, baik dengan mitra industri, lembaga penelitian, pemerintah, maupun komunitas, untuk menciptakan nilai bersama. Pendekatan ini mengubah paradigma tradisional inovasi yang bersifat tertutup dan eksklusif menjadi lebih inklusif dan dinamis. Sementara itu, transfer teknologi memainkan peran penting dalam memastikan hasil inovasi dapat diimplementasikan secara nyata, baik melalui lisensi teknologi, kolaborasi riset, maupun adopsi teknologi baru di industri.

Inovasi terbuka menawarkan cara pandang yang berbeda dengan melibatkan ide, teknologi, dan sumber daya dari pihak eksternal untuk mempercepat proses pengembangan produk atau layanan. Pendekatan ini tidak hanya membantu organisasi memanfaatkan potensi dari lingkungan luar, tetapi juga memungkinkan mereka untuk berbagi ide dan hasil inovasi mereka dengan mitra lain untuk menciptakan nilai bersama. Dengan membuka pintu kolaborasi, inovasi terbuka menjadi alat yang efektif untuk menjawab tantangan pasar yang dinamis dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

Pendekatan inovasi terbuka tidak hanya relevan untuk perusahaan besar, tetapi juga penting bagi startup, lembaga riset, dan pemerintah. Melalui sinergi ini, inovasi terbuka menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi, pengembangan teknologi baru, dan penciptaan solusi berkelanjutan untuk berbagai permasalahan global. Oleh karena itu, memahami konsep, manfaat, dan penerapan inovasi terbuka menjadi langkah strategis dalam menghadapi dinamika perubahan di masa depan. Organisasi yang menghasilkan keuntungan sering menggunakan metode baru untuk memperoleh produk, layanan, dan metode yang efisien dan efektif dalam menghadapi persaingan. Ada empat cara organisasi dapat melakukan perubahan untuk mendukung proses inovasi secara strategis: perubahan teknologi, perubahan produk dan pelayanan, perubahan struktur dan strategi, dan perubahan budaya (Febrianty et al., 2023).

Kombinasi antara inovasi terbuka dan transfer teknologi tidak hanya mendorong kemajuan teknologi, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang konsep, manfaat, serta tantangan dari kedua strategi ini menjadi semakin penting, terutama dalam menghadapi dinamika kompetisi global yang semakin kompleks. Teknologi telah menjadi elemen kunci dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi di era modern. Namun, keberhasilan pengembangan teknologi tidak hanya bergantung pada kemampuan untuk menciptakannya, tetapi juga pada proses berbagi, menyebarluaskan, dan mengadopsinya secara efektif. Dalam konteks ini, transfer teknologi (*technology transfer*) memainkan peran yang sangat penting sebagai jembatan antara penelitian, inovasi, dan implementasi praktis di dunia nyata.

BAB 5 INOVASI DAN KINERJA

Suharyoto, S.E., M.M.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Inovasi telah menjadi fondasi yang mendefinisikan keunggulan kompetitif dalam dunia yang terus berubah. Sebagai elemen krusial dalam strategi organisasi, inovasi tidak hanya memengaruhi cara produk dan layanan dihasilkan, tetapi juga bagaimana nilai dikomunikasikan dan diberikan kepada pelanggan (Damanpour *et al.*, 2021). Dalam konteks globalisasi yang semakin intens, organisasi tidak lagi hanya bersaing dalam skala lokal, tetapi juga dalam skala internasional yang lebih kompleks. Dengan demikian, kebutuhan akan inovasi yang berkelanjutan telah menjadi lebih mendesak untuk memastikan kinerja yang optimal dan keberlanjutan organisasi (Teece, 2020).

Secara historis, inovasi sering kali diasosiasikan dengan penemuan teknologi canggih atau perbaikan signifikan dalam proses produksi. Namun, pendekatan modern terhadap inovasi mencakup dimensi yang lebih luas, seperti inovasi dalam model bisnis, manajemen, dan bahkan budaya organisasi (Chesbrough, 2019). Perspektif ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada *laboratorium* penelitian atau departemen teknologi informasi, tetapi juga merupakan tanggung jawab kolektif yang melibatkan seluruh elemen organisasi. Pendekatan holistik ini menekankan bahwa keberhasilan inovasi membutuhkan sinergi antara berbagai komponen organisasi (Christensen *et al.*, 2020).

Di sisi lain, kinerja organisasi sering kali diukur berdasarkan indikator finansial seperti profitabilitas, efisiensi biaya, dan pangsa pasar. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, muncul kesadaran bahwa kinerja yang berkelanjutan tidak hanya bergantung pada hasil finansial, tetapi juga pada kemampuan organisasi untuk memenuhi kebutuhan berbagai pemangku kepentingan. Konsep *triple bottom line* yang mencakup aspek ekonomi,

sosial, dan lingkungan menjadi paradigma baru dalam menilai kinerja (Elkington, 2018). Dalam kerangka ini, inovasi memegang peran penting karena memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan dinamika pasar sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan (Hockerts *et al.*, 2021).

Hubungan antara inovasi dan kinerja tidaklah bersifat linear. Dalam banyak kasus, inovasi dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik melalui peningkatan efisiensi, pengurangan biaya, atau penciptaan pasar baru. Namun, ada pula situasi di mana investasi dalam inovasi tidak memberikan hasil yang diharapkan, terutama jika tidak diimbangi dengan manajemen yang efektif (Pisano, 2019). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana inovasi berkontribusi terhadap kinerja organisasi menjadi sangat penting, tidak hanya bagi para praktisi bisnis tetapi juga bagi akademisi yang berusaha mengembangkan teori-teori baru dalam bidang ini (Rothaermel, 2022).

Dalam konteks teknologi, peran digitalisasi telah menjadi katalis utama bagi inovasi. Teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan analitik data telah membuka peluang baru bagi organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Namun, adopsi teknologi ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti kebutuhan akan pengembangan keterampilan baru, resistensi terhadap perubahan, dan risiko keamanan siber. Dengan demikian, keberhasilan inovasi teknologi sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk mengelola perubahan dan memastikan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan.

Selain itu, inovasi tidak selalu bersifat revolusioner. Dalam banyak kasus, inovasi yang bersifat inkremental atau bertahap dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi. Misalnya, peningkatan kecil dalam proses produksi atau layanan pelanggan dapat menghasilkan efisiensi yang besar jika diterapkan secara konsisten dalam jangka panjang. Pendekatan ini menunjukkan bahwa inovasi tidak harus selalu berfokus pada penciptaan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga pada cara memperbaiki apa yang sudah ada.

Namun, inovasi juga memiliki sisi gelap yang sering kali diabaikan. Dalam upaya untuk menciptakan sesuatu yang baru, organisasi dapat menghadapi risiko seperti kegagalan proyek, *over-investment*, atau bahkan kerugian reputasi jika inovasi tersebut tidak diterima dengan baik oleh pasar.

Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memiliki strategi yang jelas dalam mengelola risiko yang terkait dengan inovasi. Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan menerapkan proses pengambilan keputusan yang berbasis data, di mana setiap inisiatif inovasi dievaluasi berdasarkan potensi dampaknya terhadap kinerja organisasi.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, inovasi juga berperan sebagai mekanisme adaptasi. Ketika organisasi dihadapkan pada perubahan eksternal seperti krisis ekonomi, perubahan regulasi, atau pergeseran preferensi konsumen, kemampuan untuk berinovasi menjadi faktor kunci untuk bertahan dan bahkan berkembang. Dalam konteks ini, inovasi bukan hanya alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, tetapi juga merupakan kebutuhan untuk memastikan kelangsungan hidup organisasi.

Peran kepemimpinan dalam mendorong inovasi dan kinerja juga tidak dapat diabaikan. Pemimpin yang visioner dan inklusif mampu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi, di mana ide-ide baru dihargai dan kesalahan dipandang sebagai bagian dari proses pembelajaran. Kepemimpinan yang efektif juga dapat mendorong kolaborasi lintas fungsi, yang sering kali menjadi sumber utama inovasi. Dengan demikian, kepemimpinan tidak hanya berfungsi sebagai pengarah, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menghubungkan inovasi dengan kinerja organisasi.

Dalam bab ini, akan dibahas berbagai aspek yang terkait dengan hubungan antara inovasi dan kinerja. Dimulai dengan eksplorasi konsep dan definisi inovasi serta kinerja, pembahasan akan dilanjutkan dengan analisis tentang bagaimana kedua elemen ini saling memengaruhi. Selain itu, bab ini juga akan mengeksplorasi peran teknologi, kepemimpinan, dan budaya organisasi dalam mendukung inovasi. Studi kasus dari berbagai industri akan disertakan untuk memberikan gambaran yang lebih konkret tentang bagaimana inovasi dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja.

Sebagai penutup, bab ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya inovasi dalam konteks kinerja organisasi. Dengan memadukan perspektif teori dan praktik, diharapkan pembahasan ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pembaca, baik mereka yang berasal dari kalangan akademisi maupun praktisi. Melalui pendekatan yang kritis dan analitis, bab ini akan mengungkap tantangan dan peluang yang terkait dengan inovasi, serta menawarkan strategi yang dapat membantu organisasi untuk mencapai kinerja yang optimal dalam jangka panjang.

BAB 6 MENYOAL TANTANGAN INOVASI ORGANISASI PASCA PANDEMI

**Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.
Universitas Negeri Surabaya**

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak besar bagi setiap sektor kehidupan manusia, tak terkecuali bidang sosial. Perubahan signifikan tampak pada sektor sosial, dimana selama masa pandemi komunikasi tatap muka antar manusia dipaksa lumpuh seketika. Karena tingkat penyebaran yang tinggi, komunikasi tatap muka sangat berisiko terhadap penyebaran penyakit ini. Organisasi di seluruh dunia terpaksa mengadaptasi model operasional mereka secara drastis dalam waktu singkat, yang mendorong akselerasi digitalisasi dan perubahan cara kerja tradisional. Perubahan ini telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi inovasi organisasi dalam konteks yang belum pernah terjadi sebelumnya. Oleh karena itu, penting untuk meninjau ulang bagaimana organisasi dapat menghadapi tantangan ini secara strategis dan inovatif pada fase pasca-pandemi.

Dalam konteks pasca-pandemi, inovasi organisasi tidak hanya menjadi alat untuk bertahan hidup, tetapi juga kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Berbagai studi menunjukkan bahwa organisasi yang berhasil berinovasi selama krisis lebih mampu merespons perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Namun, proses inovasi ini menghadapi hambatan yang kompleks, termasuk disrupsi rantai pasok, pergeseran preferensi konsumen,

dan keterbatasan sumber daya. Tantangan-tantangan ini menuntut pendekatan yang lebih adaptif dan berbasis bukti untuk merumuskan strategi inovasi.

Transformasi digital adalah salah satu dimensi utama dalam inovasi organisasi pasca-pandemi. Teknologi seperti kecerdasan buatan, *big data*, dan *Internet of Things* (IoT) telah menjadi tulang punggung dalam berbagai solusi inovatif. Namun, penerapan teknologi ini memerlukan kesiapan organisasi, baik dari segi infrastruktur maupun budaya. Selain itu, gap digital yang masih terjadi di berbagai wilayah memperluas tantangan yang harus diatasi oleh organisasi, terutama di negara-negara berkembang.

Selain transformasi digital, perubahan dalam dinamika kerja juga menjadi sorotan penting. Pandemi telah mempercepat adopsi kerja jarak jauh dan fleksibilitas kerja, yang memberikan peluang bagi inovasi dalam pengelolaan sumber daya manusia. Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan dalam membangun kolaborasi, komunikasi, dan keterlibatan karyawan. Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan pendekatan baru untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi.

Konteks pasca-pandemi juga memunculkan tantangan etis dan keberlanjutan dalam inovasi. Permintaan akan solusi yang ramah lingkungan dan berorientasi pada kesejahteraan sosial semakin meningkat. Organisasi harus mampu menyeimbangkan kebutuhan inovasi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan legitimasi organisasi tetapi juga memperluas daya saing mereka di pasar global.

Selain itu, tantangan regulasi dan kebijakan menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan. Dalam fase pemulihan, banyak pemerintah memberlakukan regulasi baru yang bertujuan untuk mendukung stabilitas ekonomi dan kesehatan masyarakat. Namun, regulasi ini sering kali menjadi hambatan bagi inovasi, terutama jika tidak didukung oleh kerangka kerja yang fleksibel dan transparan. Organisasi perlu memahami dinamika ini untuk memastikan kepatuhan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada.

Inovasi organisasi sering kali bersifat reaktif selama krisis, namun fase pasca-pandemi menawarkan peluang untuk pendekatan yang lebih proaktif. Walaupun perubahan tidak mudah digagas dan dilaksanakan di birokrasi, tetapi selama masa pandemi, birokrasi telah menunjukkan beberapa perubahan (Apriliyanti dan Pramusinto ; 2020). Penelitian yang lebih mendalam diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana organisasi dapat

merancang model inovasi yang berkelanjutan dan tangguh terhadap disrupsi masa depan. Model ini harus mencakup aspek strategis, taktis, dan operasional untuk memastikan relevansi dan kelangsungan inovasi.

Penekanan pada kolaborasi lintas sektor juga menjadi aspek penting dalam membangun ekosistem inovasi yang kuat. Kemitraan antara sektor swasta, publik, dan akademik telah terbukti efektif dalam menciptakan solusi inovatif selama pandemi. Pendekatan kolaboratif ini perlu dipertahankan dan dikembangkan untuk menjawab tantangan kompleks di masa depan.

Akhirnya, inovasi organisasi pasca-pandemi harus dipandang sebagai proses yang dinamis dan berorientasi pada pembelajaran. Organisasi perlu mengadopsi mentalitas eksperimental dan berbasis data untuk mengidentifikasi peluang baru, mengevaluasi efektivitas strategi, dan memperbaiki kelemahan. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan kemampuan organisasi untuk beradaptasi, tetapi juga mendorong penciptaan nilai yang berkelanjutan.

Dengan demikian, bab ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi organisasi dalam inovasi pasca-pandemi, serta menawarkan wawasan strategis untuk mengatasi hambatan tersebut. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis yang relevan dalam membangun masa depan organisasi yang lebih inovatif dan tangguh.

B. TRANSFORMASI ORGANISASI DI ERA PASCA-PANDEMI

Pandemi COVID-19 merupakan pandemi global yang dialami oleh hampir seluruh negara di dunia. Pandemi tidak hanya memengaruhi sektor kesehatan, tetapi juga mengubah tatanan ekonomi, sosial, dan organisasi secara mendalam. Dalam konteks organisasi, pandemi ini memaksa perubahan mendadak dalam model bisnis, struktur operasional, serta cara organisasi berinteraksi dengan pasar dan pelanggan. Transformasi ini tidak hanya terjadi dalam jangka pendek untuk bertahan, tetapi juga menjadi awal dari pergeseran strategis jangka panjang.

1. Dampak Pandemi Dalam Ekosistem Bisnis Global

Pandemi menyebabkan disrupsi yang signifikan dalam ekosistem bisnis. Gangguan pada rantai pasok global, penurunan aktivitas ekonomi, dan pergeseran preferensi konsumen menjadi tantangan utama yang harus

BAB 7 INOVASI DALAM PEMASARAN

Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah proses menciptakan, menyampaikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dengan tujuan membangun hubungan yang saling menguntungkan (Kotler & Keller, 2016). Dalam beberapa dekade terakhir, dinamika pasar dan perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan. Hal ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif. Inovasi dalam pemasaran menjadi elemen krusial untuk menjawab kebutuhan ini, terutama di era digital yang serba(Rambe & Aslami, 2022) cepat. Menurut Tidd, Bessant, dan Pavitt (2005), inovasi adalah pengenalan ide, proses, atau produk baru yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan atau organisasi. Dalam pemasaran, inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup strategi, saluran distribusi, dan pengalaman pelanggan. Salah satu aspek utama inovasi dalam pemasaran adalah pemanfaatan teknologi digital. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memahami konsumen secara lebih mendalam melalui data, menciptakan personalisasi, dan memberikan pengalaman yang lebih interaktif (Ekonomi et al., 2023).

Teknologi seperti big data dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data konsumen dalam skala besar. Berry et al. (2020) menjelaskan bahwa teknologi ini membantu menciptakan pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*) yang meningkatkan efektivitas kampanye dengan menyorot segmen konsumen yang lebih spesifik. Contohnya, algoritma AI dapat memprediksi preferensi pelanggan, sehingga perusahaan dapat menawarkan produk yang relevan

dengan kebutuhan individu. Selain itu, media sosial telah menjadi saluran inovasi penting dalam pemasaran. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Studi oleh Kaplan dan Haenlein (2010) menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan interaktivitas antara merek dan pelanggan, menciptakan hubungan yang lebih kuat dan loyalitas merek (Kurniawati et al., 2020).

Inovasi dalam pemasaran tidak hanya tentang teknologi tetapi juga mencakup pendekatan berbasis nilai dan keberlanjutan. Konsumen modern semakin sadar akan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan mereka. Porter dan Kramer (2011) melalui konsep *Creating Shared Value* (CSV) menekankan pentingnya perusahaan menciptakan nilai bersama dengan masyarakat melalui strategi bisnis yang berkelanjutan. Misalnya, banyak perusahaan kini berfokus pada pengurangan jejak karbon atau mendukung inisiatif sosial sebagai bagian dari strategi pemasarannya (Djatkiko & Cahyoadi, n.d.).

Melihat ke depan, inovasi dalam pemasaran akan terus berkembang. Tren seperti pemasaran berbasis realitas virtual (VR) dan augmented reality (AR) diperkirakan akan semakin populer, memberikan pengalaman yang lebih imersif bagi pelanggan. Selain itu, Internet of Things (IoT) akan memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan yang lebih personal antara merek dan konsumen melalui perangkat pintar (Merni Mega Anggawati, 2024). Dalam konteks yang terus berubah ini, perusahaan dituntut untuk mengadopsi pendekatan yang adaptif dan inovatif. Seperti yang disampaikan oleh Christensen (1997) dalam *The Innovator's Dilemma*, organisasi yang mampu berinovasi sesuai kebutuhan pasar dan perilaku konsumen akan lebih mampu bertahan dalam kompetisi. Kesimpulannya, inovasi dalam pemasaran bukan hanya sebuah pilihan, melainkan kebutuhan. Dengan mengintegrasikan teknologi, pendekatan berbasis nilai, dan pemahaman mendalam tentang konsumen, perusahaan dapat membangun strategi pemasaran yang relevan dan berkelanjutan, serta menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

B. EVOLUSI STRATEGI PEMASARAN

1. Perubahan Pendekatan Pemasaran Dari Tradisional Ke Digital



Gambar 7.1 Difusi Inovasi Pemasaran

Sumber : Rizhackrizm.blogspot

Pendekatan pemasaran tradisional berfokus pada saluran komunikasi yang bersifat satu arah, seperti iklan di media cetak, televisi, dan radio. Strategi ini bertujuan menjangkau audiens secara luas dengan pesan yang seragam, tanpa banyak memperhatikan kebutuhan spesifik individu. Namun, dengan perkembangan teknologi dan internet, pendekatan ini telah bergeser ke pemasaran digital (Bagus Udiansyah Permana et al., 2014). Ciri-ciri Pemasaran Digital:

a. Interaktivitas

Konsumen dapat berkomunikasi langsung dengan merek melalui media sosial, email, atau platform lainnya.

b. Real-Time Marketing

Kampanye dapat diubah atau disesuaikan berdasarkan umpan balik konsumen secara langsung.

c. Efisiensi Biaya

Saluran digital seperti media sosial memungkinkan perusahaan menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya lebih rendah dibandingkan iklan tradisional.

Contoh: Sebuah perusahaan dapat menggunakan iklan di Google atau Facebook dengan target spesifik, seperti berdasarkan usia, lokasi, atau

BAB 8 INOVASI DI BIDANG KEUANGAN

Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN: TRANSFORMASI INOVASI KEUANGAN

Inovasi keuangan didefinisikan sebagai pengenalan proses, produk, atau mekanisme baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan fungsi sistem keuangan. Inovasi ini dapat dibedakan menjadi dua kategori utama: inovasi teknologi dan inovasi non-teknologi. Inovasi teknologi mencakup penerapan perangkat lunak canggih, algoritma berbasis kecerdasan buatan, blockchain, dan aplikasi fintech yang mempermudah layanan keuangan. Di sisi lain, inovasi non-teknologi melibatkan pengembangan kebijakan baru, struktur organisasi, atau model bisnis yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar dan regulasi global.

Transformasi inovasi keuangan sering kali berakar dari kebutuhan untuk menjawab tantangan dalam efisiensi operasional, pengelolaan risiko, dan peningkatan pengalaman pengguna. Teknologi seperti blockchain telah mengubah cara transaksi keuangan diproses dengan menghadirkan transparansi dan efisiensi, sementara model peer-to-peer lending memungkinkan akses pembiayaan yang lebih inklusif bagi pelaku usaha kecil. Dalam inovasi non-teknologi, strategi seperti pengembangan green bonds dan penerapan prinsip ESG menjadi bagian penting dalam menjawab kebutuhan keberlanjutan.

Transformasi paradigma dalam layanan keuangan telah memperlihatkan pergeseran signifikan dari model tradisional menuju sistem berbasis teknologi digital. Perubahan ini didorong oleh perkembangan teknologi yang mencakup penggunaan kecerdasan buatan, *big data*, *blockchain*, dan *Internet of Things* (IoT), yang memungkinkan efisiensi dan aksesibilitas yang lebih besar dalam

layanan keuangan. Contoh nyata adalah perbankan digital, yang menggantikan kebutuhan untuk kehadiran fisik melalui layanan aplikasi seluler yang menawarkan transaksi real-time, analisis keuangan personal, hingga akses pinjaman secara daring.

Layanan keuangan berbasis teknologi digital juga membuka peluang inklusi keuangan di berbagai wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh bank tradisional. Model *peer-to-peer* (P2P) *lending* dan *crowdfunding*, misalnya, telah memberikan akses kepada masyarakat atau pelaku usaha kecil untuk memperoleh pendanaan tanpa melalui institusi keuangan konvensional. Selain itu, teknologi seperti blockchain memperkuat transparansi dan keamanan, memungkinkan transaksi dilakukan tanpa perantara dengan biaya yang lebih rendah.

Inovasi memainkan peran strategis dalam merespons tantangan globalisasi yang semakin kompleks, termasuk peningkatan persaingan lintas negara dan kebutuhan untuk mengintegrasikan pasar keuangan global. Dalam konteks globalisasi, inovasi keuangan memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan yang dapat diakses secara global, seperti *cross-border payment systems* dan platform investasi berbasis *blockchain*. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas jangkauan perusahaan ke pasar internasional yang sebelumnya sulit dijangkau.

Disrupsi teknologi, seperti perkembangan *artificial intelligence* (AI) dan *big data analytics*, telah mengubah lanskap keuangan secara fundamental. Perusahaan di sektor keuangan harus terus beradaptasi untuk mengimbangi perubahan ini, termasuk melalui pengembangan sistem prediktif dalam pengelolaan risiko keuangan dan otomatisasi proses kredit. Misalnya, teknologi *machine learning* kini digunakan secara luas untuk menganalisis pola risiko dan memberikan keputusan yang lebih cepat serta akurat dalam persetujuan pinjaman.

Keberlanjutan menjadi pilar penting dalam inovasi keuangan modern, khususnya dengan meningkatnya perhatian pada prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG). Inovasi seperti *green bonds* dan pembiayaan berbasis proyek ramah lingkungan mencerminkan respons sektor keuangan terhadap kebutuhan keberlanjutan. Selain itu, teknologi seperti *IoT* (*Internet of Things*) berperan penting dalam memantau dan mengukur dampak

BAB 9 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN INOVASI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh perubahan yang cepat dan persaingan yang semakin ketat, manajemen sumber daya manusia telah menjadi salah satu pilar utama dalam keberhasilan suatu organisasi. Tidak hanya berfungsi sebagai pengelola tenaga kerja, tetapi manajemen sumber daya manusia juga sebagai agen strategis yang berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan bisnis, penting bagi organisasi untuk mengadopsi pendekatan yang inovatif dalam pengelolaan sumber daya manusia agar dapat beradaptasi dan bersaing secara efektif. Manajemen sumber daya manusia yang efektif mencakup berbagai aspek, mulai dari rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, hingga penilaian kinerja dan manajemen bakat.

Dalam konteks ini, inovasi menjadi kunci untuk menciptakan praktik-praktik yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan organisasi dan karyawan. Inovasi dalam manajemen sumber daya manusia juga mencakup pengembangan program pelatihan yang lebih adaptif dan berbasis kebutuhan. Dengan memanfaatkan metode pembelajaran yang interaktif dan teknologi seperti *e-learning*, organisasi dapat memberikan pelatihan yang lebih relevan dan mudah diakses oleh karyawan. Hal ini tidak hanya meningkatkan

keterampilan dan pengetahuan karyawan, tetapi juga mendorong mereka untuk berinovasi dan berkontribusi lebih aktif dalam mencapai tujuan organisasi.

Selain itu, pentingnya menciptakan budaya organisasi yang inklusif dan kolaboratif tidak dapat diabaikan. Lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan kolaborasi tidak hanya meningkatkan keterlibatan karyawan tetapi juga mendorong inovasi yang berkelanjutan. Ketika karyawan merasa dihargai dan diberdayakan untuk berbagi ide serta bekerja sama dalam tim, mereka lebih cenderung untuk berkontribusi secara aktif dalam proses inovasi. Ruang yang terbuka untuk diskusi dan eksperimen memungkinkan individu untuk mengeksplorasi pemikiran baru dan solusi yang kreatif, yang dapat menghasilkan produk dan layanan yang lebih baik. Manajemen sumber daya manusia berperan penting dalam merancang program-program yang mendukung pengembangan individu dan tim, serta menciptakan suasana kerja yang positif. Misalnya, penerapan praktik kerja fleksibel dan program kesejahteraan karyawan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan produktivitas karyawan serta mengurangi tingkat *turnover*.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang manajemen sumber daya manusia dan penerapan inovasi yang tepat, organisasi dapat membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan di masa depan. Dengan demikian, eksplorasi tentang manajemen sumber daya manusia dan inovasi dalam praktiknya menjadi sangat relevan dan penting bagi para pemimpin, praktisi, dan akademisi yang ingin memahami dinamika dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan sumber daya manusia di dunia kerja modern. Inovasi manajemen sumber daya manusia bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang perubahan budaya dan pola pikir. Organisasi perlu mengembangkan *mindset* yang terbuka terhadap perubahan dan siap untuk bereksperimen dengan pendekatan baru. Dengan demikian, manajemen sumber daya manusia yang inovatif tidak hanya akan meningkatkan kinerja organisasi, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih memuaskan dan memberdayakan bagi semua karyawan.

Dengan latar belakang tersebut, pembahasan mengenai manajemen sumber daya manusia dan inovasi dalam pengelolaannya akan memberikan wawasan yang berharga bagi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan sumber daya manusia, serta membantu mereka untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di dunia kerja yang terus berubah.

B. PENGERTIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA



Gambar 9.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber: Pinterst

Manajemen sumber daya manusia adalah proses yang kompleks dan dinamis dimana melibatkan serangkaian langkah strategis termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian semua kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja dalam suatu organisasi. Proses ini tidak hanya mencakup aspek administratif, tetapi juga melibatkan pendekatan strategis yang berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan karyawan. Menurut M. Arif Pratama Manurung (2024), manajemen sumber daya manusia mencakup berbagai aspek yang sangat penting mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan hingga penilaian kinerja karyawan. Setiap aspek memiliki peran yang krusial dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan mendukung pertumbuhan individu serta organisasi.

Rekrutmen, merupakan langkah awal dalam manajemen sumber daya manusia, tidak hanya berfokus pada pengisian posisi kosong tetapi juga pada pencarian dan seleksi kandidat yang memiliki keterampilan, nilai, dan budaya yang sesuai dengan organisasi (F. Yuliana & Lilistian, 2020). Proses ini melibatkan penggunaan berbagai metode, seperti wawancara, tes keterampilan, dan penilaian psikologis untuk memastikan bahwa kandidat yang terpilih tidak hanya memenuhi kualifikasi teknis tetapi juga dapat

BAB 10 *STARTUP* INOVASI DAN TEKNOLOGI

Agung Evendy, S.STP., M.Si.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Startup mulai muncul sekitar tahun 1998-2000, tepat saat dunia sedang menghadapi krisis ekonomi (Aisyah et al., 2021). *Startup* adalah entitas bisnis yang baru didirikan dan berfokus pada pengembangan produk atau layanan inovatif dengan potensi pertumbuhan yang tinggi. Istilah "*startup*" sering kali digunakan untuk merujuk pada perusahaan yang berorientasi pada teknologi, meskipun konsep ini juga berlaku untuk industri lain. *Startup* biasanya berada pada tahap awal operasional, di mana mereka mencari model bisnis yang berkelanjutan dan *scalable*. Mereka sering kali dikelola dengan sumber daya yang terbatas tetapi memiliki ambisi besar untuk menciptakan dampak signifikan di pasar. Indonesia telah menyaksikan pertumbuhan signifikan *startup* di berbagai sektor, termasuk *e-commerce*, logistik, transportasi, layanan kesehatan, dan pendidikan (Tiffany et al., 2020).



Gambar 10. 1 Gojek Masuk Dalam 20 Besar *Startup* Unicorn

Sumber: Tempo.co, 2020

Definisi *startup* menurut Eric Ries, dalam bukunya *The Lean Startup*, menekankan bahwa *startup* adalah sebuah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau layanan baru dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem. Hal ini menunjukkan bahwa *startup* tidak hanya tentang menciptakan perusahaan, tetapi juga tentang menghadapi tantangan-tantangan yang kompleks, termasuk inovasi produk, pendekatan pasar, dan penyesuaian dengan kebutuhan konsumen.

Karakteristik utama *startup* meliputi:

1. Inovasi

Startup sering kali menghadirkan solusi baru atau pendekatan yang berbeda terhadap masalah yang ada.

2. Ketidakpastian

Startup beroperasi dalam kondisi pasar yang belum matang, di mana keberhasilan tidak dapat dijamin.

3. Pertumbuhan Cepat

Startup memiliki tujuan untuk berkembang pesat melalui strategi ekspansi yang agresif.

4. Pendanaan Eksternal

Kebanyakan *startup* mengandalkan pendanaan dari investor seperti angel investors, venture capitalists, atau crowdfunding untuk mempercepat pengembangan mereka.

Dalam ekosistem bisnis, *startup* memainkan peran penting sebagai katalisator perubahan, memperkenalkan teknologi baru, dan mendorong ekonomi menuju era yang lebih digital dan inovatif.

1. Peran Inovasi dan Teknologi dalam Ekosistem *Startup*

Inovasi dan teknologi merupakan elemen fundamental yang mendukung keberadaan dan pertumbuhan *startup*. Dalam konteks ekosistem *startup*, kedua faktor ini memainkan peran strategis sebagai katalisator utama untuk menciptakan nilai tambah yang unik. Melalui inovasi, *startup* mampu menawarkan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar, sementara teknologi memberikan kemampuan untuk mengoptimalkan proses bisnis, merancang model bisnis yang adaptif, dan mempercepat penerimaan produk atau layanan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa adopsi teknologi dan inovasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga

BAB 11 KOLABORASI TEKNOLOGI DALAM ERA INOVASI TERBUKA

Akhsanul Yakin, S.I.P.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, kemampuan untuk berinovasi menjadi elemen yang sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi, baik di sektor publik maupun swasta (Chesbrough, 2003). Inovasi tidak lagi dianggap sebagai proses internal yang terisolasi, melainkan sebagai hasil dari kolaborasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk akademisi, pemerintah, industri, dan masyarakat (Prasetyo & Purwanto, 2020). Model inovasi tradisional, yang sering kali disebut sebagai inovasi tertutup (*closed innovation*), telah menunjukkan keterbatasannya dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah, kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks, dan kemajuan teknologi yang disruptif (West & Bogers, 2014).

Dalam konteks ini, konsep inovasi terbuka (*open innovation*) muncul sebagai paradigma baru yang menawarkan pendekatan lebih fleksibel, kolaboratif, dan efisien (Yun *et al.*, 2020). Inovasi terbuka mendorong organisasi untuk melampaui batas-batas internal mereka, dengan memanfaatkan sumber daya eksternal seperti ide, teknologi, dan jaringan kolaborasi untuk menciptakan nilai tambah (Syarifuddin, 2019). Di sisi lain, transfer teknologi menjadi salah satu mekanisme utama dalam mewujudkan inovasi terbuka. Proses ini tidak hanya melibatkan alih pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga mencakup aspek-aspek manajerial, budaya,

dan sosial yang mendukung adopsi dan difusi teknologi (Gassmann *et al.*, 2010).

Oleh karena itu, sinergi antara inovasi terbuka dan transfer teknologi menjadi krusial dalam membangun ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan (Triyono *et al.*, 2021). Namun demikian, penerapan inovasi terbuka dan transfer teknologi tidaklah bebas dari tantangan. Isu-isu seperti perlindungan kekayaan intelektual, ketimpangan akses teknologi, dan resistensi terhadap perubahan sering kali menjadi hambatan dalam implementasinya (Bogers *et al.*, 2018).

Inovasi terbuka, sebagaimana didefinisikan oleh Henry Chesbrough (2003), adalah sebuah paradigma yang mengasumsikan bahwa organisasi dapat dan seharusnya menggunakan ide-ide eksternal maupun internal untuk mempercepat proses inovasi mereka. Dalam model ini, organisasi tidak hanya mengandalkan sumber daya internal untuk mengembangkan produk atau layanan baru, tetapi juga terbuka terhadap masukan dari pihak luar, termasuk pelanggan, mitra bisnis, universitas, dan bahkan kompetitor (Rahardjo, 2020). Konsep ini menekankan pentingnya kolaborasi, berbagi risiko, dan berbagi manfaat dalam proses inovasi.

Secara lebih spesifik, inovasi terbuka dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu *inbound open innovation* dan *outbound open innovation* (Enkel *et al.*, 2009). *Inbound open innovation* mengacu pada proses mengadopsi ide, pengetahuan, atau teknologi dari luar organisasi untuk menciptakan nilai tambah. Sebaliknya, *outbound open innovation* melibatkan upaya organisasi untuk berbagi atau melisensikan inovasi mereka kepada pihak lain, yang dapat membantu memperluas pasar atau mempercepat difusi teknologi (Triwibowo, 2022). Dengan demikian, inovasi terbuka menciptakan lingkungan yang memungkinkan pertukaran ide secara dinamis dan mendukung terciptanya solusi yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Transfer teknologi memainkan peran sentral dalam mendukung implementasi inovasi terbuka, terutama dalam era digital yang ditandai oleh percepatan perkembangan teknologi dan konektivitas global (Lee *et al.*, 2010). Transfer teknologi tidak hanya melibatkan proses alih pengetahuan dan perangkat teknis dari satu entitas ke entitas lainnya, tetapi juga mencakup pengembangan kapasitas, pembentukan kemitraan strategis, dan penciptaan nilai ekonomi serta sosial (Susanti, 2021). Dalam konteks inovasi terbuka, transfer teknologi memungkinkan organisasi untuk mengakses sumber daya

teknologi yang sebelumnya mungkin tidak tersedia, sehingga mempercepat proses inovasi dan meningkatkan daya saing.

Era digital telah membuka peluang baru bagi transfer teknologi melalui kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, seperti *Artificial Intelligence* (AI), big data, *Internet of Things* (IoT), dan *blockchain*. Teknologi-teknologi ini tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi secara lebih cepat dan efisien, tetapi juga menciptakan platform kolaborasi yang memungkinkan berbagai pihak untuk bekerja sama dalam mengembangkan solusi inovatif. Contohnya, platform digital seperti *crowdsourcing* dan *open innovation platforms* telah menjadi alat penting dalam menghubungkan inovator dengan sumber daya yang mereka butuhkan.

Namun demikian, transfer teknologi dalam era digital juga menghadapi tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan utamanya adalah perlindungan kekayaan intelektual, di mana organisasi sering kali ragu untuk berbagi teknologi mereka karena takut kehilangan keunggulan kompetitif. Selain itu, ketimpangan akses teknologi antara negara maju dan berkembang juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan kolaboratif untuk mengatasi hambatan-hambatan ini dan memaksimalkan manfaat transfer teknologi.

Dengan memahami hubungan antara inovasi terbuka dan transfer teknologi, diharapkan pembaca dapat memperoleh wawasan baru yang dapat diterapkan dalam konteks profesional maupun akademik. Penulisan ini juga bertujuan untuk mendorong diskusi lebih lanjut mengenai cara-cara inovatif untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi kedua konsep tersebut.

BAB 12 ADOPSI PASAR DAN DIFUSI TEKNOLOGI

Adam Rusydi, S. Pd., M.Pd

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, adopsi pasar dan difusi teknologi menjadi elemen kunci dalam keberhasilan pengembangan inovasi di berbagai sektor. Fenomena ini dapat dilihat dari meningkatnya kecepatan pengenalan teknologi baru, seperti kendaraan listrik, fintech, dan kecerdasan buatan yang diadopsi secara luas dalam waktu relatif singkat. Namun, tidak semua teknologi berhasil mencapai penetrasi pasar yang diinginkan, mengingat adanya tantangan seperti resistensi konsumen, keterbatasan infrastruktur, dan ketimpangan digital.

Secara historis, adopsi teknologi telah menunjukkan pola yang beragam, tergantung pada konteks sosial, ekonomi, dan budaya di suatu wilayah. Sebagai contoh, meskipun internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari di negara maju, banyak negara berkembang masih menghadapi hambatan signifikan dalam akses teknologi ini. Fenomena ini tidak hanya menyoroti ketimpangan digital tetapi juga mencerminkan kompleksitas proses adopsi teknologi yang melibatkan berbagai aktor, mulai dari individu, organisasi, hingga pemerintah. Penelitian yang dilakukan oleh (Dijk, 2021) tentang "digital divide" menunjukkan bahwa faktor sosial-ekonomi memainkan peran besar dalam menentukan tingkat akses dan penggunaan teknologi di masyarakat.

Salah satu latar belakang utama yang melatarbelakangi perlunya kajian mendalam tentang adopsi pasar dan difusi teknologi adalah percepatan perubahan teknologi yang melampaui kapasitas adaptasi masyarakat. Sebagai contoh, teknologi blockchain yang digadang-gadang sebagai revolusi dalam

sistem keuangan global masih menghadapi skeptisisme dari pengguna umum dan regulator di berbagai negara. Selain itu, fenomena seperti ketergantungan pada teknologi lama (*legacy systems*) di sektor-sektor tradisional menunjukkan adanya resistensi internal terhadap inovasi, meskipun manfaat teknologi baru telah terbukti secara empiris. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Orlikowski & Iacono, 2001), resistensi ini sering kali berasal dari ketidakcocokan antara teknologi baru dan praktik kerja yang telah mapan.

Dari sisi organisasi, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam memahami kebutuhan pasar dan mengintegrasikan teknologi baru ke dalam model bisnis mereka. Contohnya adalah transisi ke kendaraan listrik yang memerlukan investasi besar dalam infrastruktur pengisian daya dan perubahan dalam rantai pasok. Resistensi konsumen terhadap perubahan perilaku, seperti berpindah dari bahan bakar fosil ke energi terbarukan, juga menjadi hambatan yang signifikan. Selain itu, adopsi teknologi berbasis data seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence - AI*) di sektor ritel menghadapi kendala seperti kurangnya keahlian tenaga kerja, ketidakpercayaan terhadap keputusan berbasis AI, dan kebutuhan akan investasi besar dalam infrastruktur teknologi. Penelitian oleh (Bughin et al., 2018) menunjukkan bahwa meskipun AI memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan menciptakan nilai bisnis, tingkat adopsinya di perusahaan masih terhambat oleh kurangnya strategi implementasi yang terencana.

Tantangan lainnya adalah fragmentasi pasar yang dapat memperlambat difusi teknologi, terutama di sektor dengan regulasi yang kompleks seperti perawatan kesehatan. Misalnya, implementasi sistem rekam medis elektronik (EHR) sering kali menghadapi resistensi dari penyedia layanan kesehatan karena kompleksitas sistem, kurangnya interoperabilitas antarplatform, dan beban biaya pelatihan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Jones et al., 2014), adopsi EHR memerlukan dukungan yang lebih besar dari regulator, insentif finansial, dan program pelatihan untuk mengatasi hambatan ini. Selain itu, di sektor agrikultur, adopsi teknologi seperti *precision farming* mengalami tantangan karena keterbatasan akses ke teknologi digital di wilayah pedesaan, ketergantungan pada praktik tradisional, dan kurangnya pemahaman petani tentang manfaat teknologi baru. Penelitian oleh (Eastwood et al., 2017) menunjukkan bahwa meskipun teknologi seperti drone dan sensor IoT dapat meningkatkan hasil panen, difusinya sering terhambat oleh kesenjangan

BAB 13 MENGELOLA INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM PERUSAHAAN

Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Inovasi telah menjadi fondasi utama dalam mempertahankan daya saing dan mendorong pertumbuhan perusahaan di era globalisasi yang dinamis. Menurut Joseph Schumpeter (1942), inovasi merupakan kekuatan utama di balik perubahan ekonomi melalui konsep *creative destruction*. Schumpeter menjelaskan bahwa inovasi mendorong penggantian teknologi lama dengan teknologi baru, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan untuk tetap relevan. Dalam konteks ini, inovasi mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan produk, peningkatan proses, hingga model bisnis yang revolusioner. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan pasar memiliki peluang besar untuk memimpin dalam persaingan global (Zhang et al., 2019).

Lebih lanjut, Clayton Christensen (1997) memperkenalkan konsep *disruptive innovation*, yang menjadi salah satu strategi penting dalam dunia bisnis modern. Dalam bukunya *The Innovator's Dilemma*, Christensen menguraikan bagaimana inovasi yang disruptif dapat menciptakan pasar baru atau secara signifikan mengubah pasar yang ada. Teknologi disruptif sering kali muncul dari pemain baru di industri dan dapat mengancam perusahaan mapan yang gagal beradaptasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi inovasi yang proaktif dan responsif terhadap

perubahan teknologi untuk menghindari stagnasi atau kehilangan relevansi (R. A. Wijaya, Ilhama Qurratu'aini, et al., 2019).

Selain itu, Everett Rogers (2003) dalam bukunya *Diffusion of Innovations* menjelaskan bagaimana inovasi dan teknologi diadopsi oleh masyarakat dan organisasi. Rogers menyoroti lima faktor utama yang memengaruhi adopsi teknologi: keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan diuji coba (*trialability*), dan keterlihatan (*observability*). Faktor-faktor ini harus diperhatikan oleh perusahaan saat memperkenalkan inovasi untuk memastikan penerimaan yang luas di pasar. Pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan dan tren pasar menjadi kunci untuk mendesain strategi adopsi yang sukses (Zhang et al., 2019).

Dalam mengelola inovasi dan teknologi, penting bagi perusahaan untuk membangun budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan eksperimen. Peter Drucker (1985), seorang ahli manajemen, menekankan bahwa inovasi bukan hanya tentang ide baru, tetapi juga tentang kemampuan untuk mengelola dan menerapkannya secara efektif dalam konteks organisasi. Drucker percaya bahwa inovasi harus diarahkan pada penciptaan nilai bagi pelanggan, bukan sekadar pengembangan teknologi yang canggih (Lita Wulantika, 2020).

Era digital menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi perusahaan dalam mengelola inovasi dan teknologi. Kemajuan dalam kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), dan blockchain telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan adaptif. Namun, adopsi teknologi ini memerlukan investasi besar dan pengelolaan risiko yang cermat (Ikhsan et al., 2022).

Perusahaan juga perlu memastikan kolaborasi lintas fungsi untuk mendukung integrasi inovasi secara holistik. Pengelolaan sumber daya yang efektif, seperti alokasi anggaran penelitian dan pengembangan, pelatihan karyawan, serta kemitraan strategis dengan institusi penelitian, sangat penting untuk menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi perusahaan, organisasi dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang bertahan lama, memberikan nilai tambah kepada pelanggan, dan memperkuat posisinya di pasar global yang semakin kompleks (Istifa, 2024).

B. DASAR-DASAR MANAJEMEN INOVASI



Gambar 13.1 Pentingnya inovasi untuk keberlangsungan bisnis

Sumber : Money.compas.com

Manajemen inovasi adalah proses sistematis untuk mengelola penciptaan, pengembangan, dan implementasi ide-ide baru dalam organisasi guna menghasilkan nilai tambah. Untuk memahami lebih dalam, berikut adalah penjelasan komponen utama dalam manajemen inovasi (Dwi Putri et al., 2024).

1. Jenis-Jenis Inovasi (Produk, Proses, Model Bisnis)

Jenis inovasi diantaranya sebagai berikut.

a. Inovasi Produk

Merujuk pada pengembangan produk baru atau peningkatan signifikan dari produk yang sudah ada. Contohnya adalah peluncuran smartphone dengan fitur kecerdasan buatan yang lebih canggih.

b. Inovasi Proses

Melibatkan perubahan dalam cara suatu produk atau layanan dihasilkan atau didistribusikan. Contohnya adalah penggunaan otomatisasi di pabrik atau adopsi teknologi cloud untuk efisiensi operasional.

c. Inovasi Model Bisnis

Berkaitan dengan cara perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Misalnya, perubahan dari penjualan produk fisik menjadi model berlangganan berbasis layanan digital seperti yang dilakukan oleh Netflix.

BAB 14 TEKNOLOGI DAN INOVASI MANAJEMEN BERKELANJUTAN

Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.
Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Manajemen berkelanjutan kini menjadi bagian penting dari strategi bisnis modern di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan transformasi digital yang mendalam. Dunia digital telah mengubah cara bisnis bertindak dan berinteraksi dengan pelanggan. Banyak orang sekarang lebih peduli dengan masalah lingkungan dan sosial, dan mereka lebih cenderung membeli barang serta jasa dari perusahaan yang benar-benar berdedikasi untuk keberlanjutan. Dengan demikian, manajemen berkelanjutan menjadi kebutuhan strategis yang sangat penting untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Alat dan sumber daya yang ditawarkan oleh teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk menerapkan praktik berkelanjutan dengan lebih efisien. Dengan mendapatkan akses yang lebih luas ke data dan analitik, perusahaan dapat lebih memahami dampak operasional mereka terhadap lingkungan dan masyarakat serta menemukan peluang untuk perbaikan.

Membuat produk dan layanan yang ramah lingkungan menjadi lebih mudah dan teknologi seperti *blockchain* dapat meningkatkan transparansi rantai pasokan. Meskipun demikian, jalan menuju keberlanjutan penuh dengan tantangan. Perusahaan harus menyesuaikan diri dengan regulasi yang semakin ketat dan mempertimbangkan biaya awal yang mungkin tinggi untuk mengadopsi teknologi baru. Namun, bisnis yang memasukkan prinsip keberlanjutan ke dalam rencana bisnis mereka tidak hanya akan melakukan

hal-hal yang baik untuk masyarakat dan menciptakan nilai dalam jangka panjang, akan tetapi dapat mempertahankan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, manajemen berkelanjutan di era digital melibatkan tidak hanya menjaga kelestarian lingkungan tetapi juga membangun masa depan yang lebih baik untuk semua pemangku kepentingan.

Strategi manajemen yang efisien dalam menghadapi disrupsi saat ini tidak hanya terpusat pada perkembangan teknologi baru, tetapi juga pada cara perusahaan dapat menjaga inovasi secara berkesinambungan untuk menghadapi tantangan yang senantiasa berubah. Inovasi berkelanjutan menjadi strategi krusial yang perlu diterapkan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan perubahan teknologi dengan efektif dalam aktivitas bisnis mereka. Inovasi berkelanjutan mengharuskan perusahaan untuk terus-menerus menilai dan mengadaptasi model bisnis mereka. Disrupsi teknologi sering kali merubah landscape industri secara fundamental, membuat model bisnis yang dulunya sukses menjadi tidak relevan (Margiono, 2024).

Inovasi berkelanjutan juga membutuhkan kerja sama yang lekat antara perusahaan dengan beragam pemangku kepentingan termasuk pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Tanpa dukungan budaya yang kokoh dalam perusahaan, upaya inovasi juga sering kali tidak sukses karena karyawan mungkin merasa cemas untuk mencoba hal baru atau tidak memiliki dorongan untuk berinovasi. Manajemen perlu menjamin bahwa inovasi menjadi elemen dari DNA perusahaan, bukan sekadar tanggung jawab departemen riset dan pengembangan. Teknologi juga memiliki peran krusial dalam mendukung inovasi berkelanjutan.

Kerja sama yang erat antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis, juga merupakan aspek penting dalam inovasi berkelanjutan. Tanpa dukungan budaya yang kuat, upaya inovasi dapat terhambat karena karyawan mungkin merasa cemas atau kurang termotivasi untuk mencoba hal baru. Oleh karena itu, manajemen perlu memastikan bahwa inovasi menjadi bagian dari DNA perusahaan, bukan hanya tanggung jawab departemen riset dan pengembangan. Dalam konteks ini, teknologi berperan krusial dalam mendukung inovasi berkelanjutan, membantu perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. D., & Taufiqurrahman, A. (2023). Fleksibilitas Kerja, Insentif dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Driver Grabbike Lamongan. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(1), 30–40. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i1.97>
- Abdillah, R. P. A., Nabilah, H., & Wasir, R. (2024). *TEKNOLOGI DAN INOVASI DALAM MANAJEMEN SDM KESEHATAN: MENINGKATKAN EFISIENSI MELALUI DIGITAL*.
- Abraham, P. H., Sari, E., & Dwiarti, R. (2018). PENDEKATAN HIERARKI ABRAHAM MASLOW PADA PRESTASI KERJA KARYAWAN PT. MADUBARU (PG MADUKISMO) YOGYAKARTA ABRAHAM MASLOW'S HIERARCHICAL APPROACH TO EMPLOYEE PERFORMANCE OF MADUBARU LIMITED COMPANY (PG MADUKISMO) YOGYAKARTA. *Februari.421 JPSB*, 6(1). <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1:Februari.421>
- Adenuddin Alwy, M. (2022). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL MELALUI LENSE MANAJER SUMBER DAYA MANUSIA GENERASI BERIKUTNYA. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2265–2276. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.334>
- Afriyadi, A., Sihombing, A., Meisien, M., Aini, N., Ekapardas, S., & Manukalia, Y. (2024). Peran Teknologi dan Inovasi Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Era Digital. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5), 179–185.
- Aggarwal, A., Baker, H. K., & Joshi, N. A. (2024). Organizational Innovation as Business Strategy: A Review and Bibliometric Analysis. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01830-2>
- Ahmad, M. I. (2014). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): A Decade of Validation and Development*. <https://www.researchgate.net/publication/270282896>
- Ahn, J. M., Minshall, T., & Mortara, L. (2015). Open Innovation: A New Classification and its Impact on Firm Performance in Innovative SMEs. *Journal of Innovation Management*, 3, 33–54. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2431205>

- Aisyah, E. N., Fauji, D. A. S., Ismayantika, Puspasari, D., Rahadheng, E. R., Nurjanah, D., Mahmud, Saptaria, L., Rahhma, F., Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Transformasi bisnis digital. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI*.
- Aisyi, R. R., & Kuswinarno, M. (2024). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan*. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i4.2237>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anggoro, W. W. (2021). The Perancangan dan Penerapan Kendali Lampu Ruang Berbasis IoT (Internet of Things) Android. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(3), 1596–1606. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i3.1311>
- Anshari, M., & Almunawar, M. N. (2022). Adopting Open Innovation For SMEs and Industrial Revolution 4.0. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(2), 405–427. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0061>
- Apriliyanti, K., & Rizki, D. (2023). Kebijakan Energi Terbarukan: Studi Kasus Indonesia Dan Norwegia Dalam Pengelolaan Sumber Energi Berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 49(2), 186–209. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v49i2.36843246>
- Aprillia, N. M., Ramadhan, T., & Ramdhan, H. (2023). Pendekatan Lean Startup untuk Inovasi dalam Model Bisnis Ramah Lingkungan dan Kewirausahaan Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 88–93. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.1027>
- Arsakiyana, D., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Entrepreneurial Traits, dan Literasi Digital terhadap Rintisan Bisnis Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 182. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.12958>
- Arya Satya Pratama, Suci Maela Sari, Maila Faiza Hj, Moh Badwi, & Mochammad Isa Anshori. (2023). Pengaruh Artificial Intelligence, Big Data Dan Otomatisasi Terhadap Kinerja SDM Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 108–123. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2739>

- Astuti, I. I., Sulisman, A. N., & Tarigan, S. R. D. B. (2023). Eksplorasi E-Governance: Menjawab Tantangan Implementasi E-Commerce Era Vuca Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 13(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v13i2.1865>
- Auditia Akhinov, I., Ridwan Arif Cahyono, M., & Gajah Tunggal, P. (2021). Pengembangan Smart Home System. *JSAI: Journal Scientific and Applied Informatics*, 4(01), 1–10.
- Bagus Udiansyah Permana, P., Wisadirana, D., & Sosiologi BKU Kajian Kemiskinan, M. (2014). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif Dalam. *WACANA*, 17(4).
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Bartoli, A., & Hermel, P. (2004). Managing change and innovation in IT implementation process. In *Journal of Manufacturing Technology Management* (Vol. 15, Issue 5, pp. 416–425). <https://doi.org/10.1108/17410380410540417>
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *JURNAL PROSIDING ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DHARMAWANGSA INOVASI*, 1, 21–29.
- Belina, A., Veronica, M., Tan Widiana, P., Nelson, A., & Bisnis Dan Manajemen, F. (2023). HR ANALYTICS MODELLING. *Jurnal EK&BI*, 6, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i1.799>
- Bick, R., Hazan, E., Khan, H., Lacroix, S., Sarrazin, H., & Welchman, T. (2020). *The future of work: Reskilling and remote working to recover in the “next normal.”*
- Boström, M. (2020). The social life of mass and excess consumption. *Environmental Sociology*, 6(3), 268–278. <https://doi.org/10.1080/23251042.2020.1755001>
- BPS. (2022). Statistik Indonesia 2022. *Statistik Indonesia 2020, 1101001*, 790. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/02/25/0a2afea4fab72a5d052cb315/statistik-indonesia-2022.html>
- Brown, S. A., Venkatesh, V., Allen, J., & Hu, P. (2005). Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension

- Incorporating Household Life Cycle Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle1. *Source: MIS Quarterly*, 29(3), 399–426.
- Brush, G. J., & McIntosh, D. (2010). Factors Influencing E-Marketplace Adoption in Agricultural Micro-Enterprises'. *Int. J. Electronic Business*, 8(5), 405–432. www.Lignus.com
- Budi Harto, Kadek Agus Dwiwijaya, Hery Afriyadi, Fransisca Hanita Rusgowanto, Masrizal Masrizal, Anggun Pambudi, A. R. S. (2023). *SISTEM INFORMASI BISNIS*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Bughin, J., Brussels, |, Seong, J., Shanghai, |, Manyika, J., Francisco, S., Chui, M., Joshi, R., & Stockholm, |. (2018). NOTES FROM THE AI FRONTIER MODELING THE IMPACT OF AI ON THE WORLD ECONOMY. *McKinsey Global Institute*. www.mckinsey.com/mgi.
- Büschgens, T., Bausch, A., & Balkin, D. B. (2013). Organizational culture and innovation: A meta-analytic review. In *Journal of Product Innovation Management* (Vol. 30, Issue 4, pp. 763–781). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/jpim.12021>
- Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67(1), 2891–2902. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Chatterjee, S., Moody, G., Lowry, P. B., Chakraborty, S., & Hardin, A. (2015). Strategic Relevance of Organizational Virtues Enabled by Information Technology in Organizational Innovation. *Journal of Management Information Systems*, 32(3), 158–196. <https://doi.org/10.1080/07421222.2015.1099180>
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Cortes, A. F., & Herrmann, P. (2021). Strategic Leadership of Innovation: A Framework for Future Research. *International Journal of Management Reviews*, 23(2), 224–243. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12246>
- Cybercrime Ventures. (2021). *Cybercrime Damages \$6 Trillion by 2021*. <https://cybersecurityventures.com/annual-cybercrime-report-2017/>

- Davenport, T. H. (2018). From analytics to artificial intelligence. *Journal of Business Analytics*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.1080/2573234X.2018.1543535>
- Davis, F. (1987). User Acceptance of Information Systems: Technology Acceptance Model (TAM). In *Division of Research School of Business Administration* (529).
- De, V., & Ku Leuven, S. (2023). *The future of remote work*. <https://www.researchgate.net/publication/374805838>
- Dearing, J., & Cox, J. (2018). Diffusion Of Innovations Theory, Principles, And Practice. *Health Affairs*, 37, 183–190. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2017.1104>
- Deloitte. (2021a). *Global Human Capital Trends Report*. <https://www2.deloitte.com/ua/en/pages/about-deloitte/press-releases/gx-2021-global-human-capital-trends-report.html>
- Deloitte. (2021b). *Prospek Industri Manufaktur 2025 | Deloitte Insights*. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/manufacturing/manufacturing-industry-outlook.html>
- Deloitte. (2021c). *Returning to work in the future of work Embracing purpose, potential, perspective, and possibility during COVID-19 Deloitte 2020 Global Human Capital Trends Special report*.
- Dijk, J. van. (2021). The Digital Divide. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(1), 136–138. <https://doi.org/10.1002/asi.24355>
- Dina Dwi Juliawati, Putri Adelia Anastasyiah, Agustin Hanivia Cindy, & Windasari, W. (2024). Membangun Budaya Organisasi yang Positif untuk Mendukung Kinerja Pendidik dan Tenaga Kependidikan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(2), 109–120. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i2.3471>
- Djarmiko, A. A., & Cahyadi, B. (n.d.). PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN DAN PENGOLAHAN PRODUK SECARA INOVATIF SEBAGAI OPTIMALISASI EKSISTENSI BUMDES DAN PELAKU UMKM DI ERA NEW NORMAL. In *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 8, Issue 2). <https://radartulungagung.jawapos.com/read/2020/0>

- Dong, V. Van, Ghi, T. N., & Thu, N. Q. (2023). The Impact of Technological Innovation on Business Model Innovation and Start-up Performance. *Journal of Human, Earth, and Future*, 4(3), 257–273. <https://doi.org/10.28991/HEF-2023-04-03-01>
- Drs. Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi* (1st ed.). Gunung Samudera. <https://doi.org/978-602-1223-24-6>
- Dwi Putri, N., Kharisma Shafah Marwati, P., Hermawansyah, W., Bustan, B., & Alfianto Anugrah Ilahi, A. (2024). Dampak Budaya Organisasi terhadap Inovasi dalam Perusahaan Teknologi: Sebuah Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin AMSIR*.
- Eastwood, C., Klerkx, L., Ayre, M., & Dela Rue, B. (2017). Managing Socio-Ethical Challenges in the Development of Smart Farming: From a Fragmented to a Comprehensive Approach for Responsible Research and Innovation. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32(5–6), 741–768. <https://doi.org/10.1007/s10806-017-9704-5>
- Ekonomi, J., Akuntansi, dan, Sudiantini, D., Hafsari, P., Fahri Fhauzan, R., Vania Kusuma, S., Deisler Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, S. C., Artikel, S., Kunci Manajemen, K., Global, P., & Kepuasan Konsumen, dan. (2023). *MUFAKAT: PERAN MANAJEMEN PEMASARAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN* (Vol. 2). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- European Commission. (2020). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 | Shaping Europe's digital future*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020>
- Etzaouia, I., & Bulchand-Gidumal, J. (2020). Factors Influencing the Adoption of Information Technology in the Hotel Industry. An Analysis in a Developing Country. *Tourism Management Perspectives*, 34, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100675>
- F. Yuliana, & Lilistian. (2020). *REKRUTMEN KARYAWAN PERUSAHAAN*.
- Fauzia, Ditha; Yulianto, Muhammad; Fasha, S. (2024). *Analysis of the effectiveness and potential of the as a learning media tool in the modern era*. 1(1), 49–60.
- Febrianty, F., Ichdan, D. A., Muhammad, M., & Sri Sentanu, I. G. E. P. S. (2023). Membangun Open Innovation Helix di Lembaga Pemerintah. In

- Erik Santoso (Ed.), *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT* (1st ed., Vol. 1, Issue 1). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT.
- Fernandes Rodrigues Alves, M., Vasconcelos Ribeiro Galina, S., & Dobelin, S. (2018). Literature on organizational innovation: past and future. *Innovation and Management Review*, 15(1), 2–19. <https://doi.org/10.1108/INMR-01-2018-001>
- Fikri. (2020). Pengaruh Tipe Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Motivasi Kerja Pegawai Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022a). Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(5), 745–762. <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i5.1288>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022b). Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(5), 745–762. <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i5.1288>
- Gartner. (2021). *Gartner Survey Reveals 82% of Company Leaders Plan to Allow Employees to Work Remotely Some of the Time*. <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-07-14-gartner-survey-reveals-82-percent-of-company-leaders-plan-to-allow-employees-to-work-remotely-some-of-the-time>
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties'. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <http://www.journals.uchicago.edu/t-and-c>
- Hafiza Tri Murti, Veny Puspita, & Puspa Ratih. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1 SE-Articles), 33–41. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.450>
- Harahap, K., Si Wayan Kayun Suwastika, M. I., Mahmuddin, M., & Si Pahrul, M. (2024). *PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS (BASED CASE STUDY)*.
- Helmi, A., Yudha Pratama, A., Azizah, M., dharma setya, P., & Riofita, H. (2023). *Neraca TINJAUAN STRATEGI TERKINI DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA: INOVASI DAN*

TANTANGAN DIERA DIGITAL (Vol. 668, Issue 5).
<http://jurnal.kolibli.org/index.php/neraca>

- Hunt, V., Prince, S., Dixon-Fyle, S., & Yee, L. (2018). *Delivering through Diversity Contents Executive summary*.
- Huynh-The, T., Gadekallu, T. R., Wang, W., Yenduri, G., Ranaweera, P., Pham, Q.-V., da Costa, D. B., & Liyanage, M. (2023). Blockchain for the metaverse: A Review. *Future Generation Computer Systems*, 143, 401–419. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.future.2023.02.008>
- Ikhsan, M., Mutiara, D., & Nugraheni, K. (2022). Evaluation of Information Technology Governance in the Innovation Management Process and Management Information Technology Change Using COBIT 2019 at PT. XYZ. *J-COSINE (Journal of Computer Science and Informatics Engineering)*. <http://jcosine.if.unram.ac.id/>
- Istifa. (2024). *PERAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN DI PASAR GLOBAL*.
- Jannah, M., & Riofita, H. (2024). Penerapan Manajemen Berkelanjutan Untuk Pertumbuhan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 76–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurimea.v4i3.846>
- Jones, S. S., Rudin, R. S., Perry, T., & Shekelle, P. G. (2014). Health Information Technology: An Updated Systematic Review With a Focus on Meaningful Use. *Annals of Internal Medicine*, 160(1), 48–54. www.annals.org
- Jotabá, M. N., Fernandes, C. I., Gunkel, M., & Kraus, S. (2022). Innovation and human resource management: a systematic literature review. In *European Journal of Innovation Management* (Vol. 25, Issue 6, pp. 1–18). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2021-0330>
- Judijanto, L., Fauzi, I., Telaumbanua, E., Syamsulbahri, & Merug, A. Y. (2024). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Inovatif, dan Teknologi Digital terhadap Keberhasilan Bisnis Industri Startup di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(1), 24–34.
- Kareena Nugis, P., Ayu Sanggarwati, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, S., & Kareena Nugis Program Studi Manajemen, P. (2024). Implementasi Strategi Inovatif Manajemen

- Sumber Daya Manusia Dalam Adaptasi Terhadap Era Digital (Studi Kasus PT. Mitra Tata Kerja). *Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*, 2(4). <http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>
- Khare, S., Shukla, A. K., & Manasa, S. (2021). *The Analysis of Public Cloud*. <https://www.researchgate.net/publication/354522682>
- Kim, W. C., Christensen, C. M. ., Kotter, J. P. ., Lafley, A. G. ., & Berman, Karen. (2016). *Harvard Business Review leadership & strategy essential business ideas for success*. Harvard Business Review Press.
- Kong, J., Chua, G. A., & Yang, F. (2023). Firms' cooperation on recycling investments in a three-echelon reverse supply chain. *International Journal of Production Economics*, 263, 108959. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.108959>
- Kotter, J. P. (2012). *Leading Change Why Transformation Efforts Fail Leaders who successfully transform businesses do eight things right (and they do them in the right order)*. www.hbrreprints.org
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- Kurniawan, A. (2024). *Manajemen Operasi Lanjutan* (Vol. 1, Issue 1). YPAD Penerbit.
- Kurniawan, B. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta*. www.publisher.alungcipta.com
- Kurniawati, R., Marlina, N., & Juli, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 6, Issue 2).
- Laksono, A., & Nur Wijayani, Q. (2024). PERAN TEKNOLOGI TERKINI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KOMUNIKASI BISNIS. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 1680–1694.
- Lasaiba, M. A. (2024). Strategi Inovatif untuk Pengelolaan Sampah Perkotaan: Integrasi Teknologi dan Partisipasi Masyarakat Innovative Strategies for Urban Waste Management: Integration of Technology and Community Participation. *GEOFORUM. Jurnal Geografi Dan*

- Lestari, Hutagalung, E. R. A., Tambunan, U. P., Harianja, P., Selin, Sastra, F. G., & Joosten. (2024). POTENSI, TANTANGAN, DAN IMPLEMENTASI BLOCKCHAIN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI DALAM ERA DIGITAL MODERN. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(3), 61–70.
- Li, L., Lin, J., Ouyang, Y., & Luo, X. (Robert). (2022). Evaluating the impact of big data analytics usage on the decision-making quality of organizations. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121355. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121355>
- Li, W., Bhutto, T. A., Nasiri, A. R., Shaikh, H. A., & Samo, F. A. (2018). Organizational innovation: the role of leadership and organizational culture. *International Journal of Public Leadership*, 14(1), 33–47. <https://doi.org/10.1108/ijpl-06-2017-0026>
- Linkedin. (2024). “As we look ahead into the next century, leaders will be those who empower others.” <https://www.linkedin.com/pulse/we-look-ahead-next-century-leaders-sdcgf/>
- Lita Wulantika. (2020). KNOWLEDGE MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN KREASI DAN INOVASI PERUSAHAAN. *Ilmiah UNIKOM*.
- M. Arif Pratama Manurung, Aswaruddin Aswaruddin, Laudy Livianti, Cendani Alfanizha Hidma, Nur Siti Maysarah, & Indah Wahyuni. (2024). Pentingnya Evaluasi Penilaian Kinerja. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 3(1), 77–84. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i1.1235>
- Mahajan, V., Muller, E., & Bass, F. M. (1990). New Product Diffusion Models Marketing: A Review and Directions for Research. *Journal of Marketing*, 54, 1–26.
- Mahrani, S., Pasi, I. D., Mutmainnah, A. K., Samosir, S. W. P., & Gunawan, I. (2021). Proses Pembangunan Smart City Di Indonesia Menggunakan Metode Big Data Analytis Dalam Penerapan E-Commerce. *Media Jurnal Informatika*, 13(2), 57. <https://doi.org/10.35194/mji.v13i2.1866>
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A. A.-R., & Candra, C. (2022). Teori Media/Teori Difusi Inovasi. *Guru Kita*, 6(2), 158–168.

- Maisharah, S., Dwanita Widodo, Z., & Manuhutu, H. (2023). *Penerapan Teknologi HRIS (Human Resource Information System) dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Manajemen SDM*.
- Manajemen dan Bisnis, J., Abyan, A., Wibowo Noor Fikri, A., Fauzi, A., Tiffany Talenta Sari, A. S., Raihan, D., Adelia, L., Meira Suherman, N., & Hidayat, R. (2024). Pengaruh Big Data, Bisnis Intelijen Dalam Pengambilan Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Margiono, A. (2024). Jurnal Inovasi Global. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 543–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jig.v2i6>
- Marwan Marwan, & Alhadar, F. (2024). Effects Of HR Management Practices On Employee Innovative Work Behavior With Two Mediation. *Jurnal Manajemen*, 28(2), 247–271. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i2.1796>
- McKinsey. (2021). *AI, otomatisasi, dan masa depan pekerjaan: Sepuluh hal yang perlu dipecahkan (Tech4Good) | McKinsey*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/ai-automation-and-the-future-of-work-ten-things-to-solve-for>
- McKinsey. (2023). *What is talent management?*
- Merni Mega Anggawati. (2024). PENGARUH INOVASI ORGANISASI TERHADAP KAPASITAS INOVASI TEKNOLOGI PADA PERUSAHAAN KONTRAKTOR. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*.
- Moridu, I., Doloan, A., Hartaty Posumah, N., Hadiyati, R., Kune, D., & Yadasang, R. M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 42–53. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01>
- Mudhoffar, K., & Magriasti, L. (2024). Ekonomi Politik Energi Terbaru: Peluang dan Tantangan di Indonesia. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 3(1), 47–52. <https://doi.org/10.57251/multiverse.v3i1.1382>
- Mukhtar, A. (2023). *Bagaimana Teknologi Era 4.0 Menerapkan Rekrutmen? (Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia)*. 1(2), 77–89. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v1i2.479>
- Mulyati, I., Mansyuruddin, M., Adrianus, A., Bahari, Y., & Warneri, W. (2023). Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran

- Baru. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2425–2433. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5769>
- Muntaha, N. G., & Amin, A. (2023). Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 2548–2554.
- Natalia, Y., & Sutabri, T. (2024). Rancangan Sistem Pemantauan Lingkungan Berbasis IoT untuk Pertanian Padi. *Jurnal Sains Dan Teknologi Informasi*, 2(5), 58–67.
- Ng, M. (2016). Factors influencing the consumer adoption of Facebook: A two-country study of youth markets. *Computers in Human Behavior*, 54, 491–500. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.024>
- Nisrokha. (2020). Difusi Inovasi dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Madaniyah*, 10(2), 173–184.
- Niu, Y., Ying, L., Yang, J., Bao, M., & Sivaparthipan, C. B. (2021). Organizational business intelligence and decision making using big data analytics. *Information Processing and Management*, 58(6). <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102725>
- Nour Halisa, N., Kunci, K., Karyawan, K., & kompetitif, K. (2020). *Peran Manajemen Sumber Daya Manusia “Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi Dan Pelatihan” Terhadap Keunggulan Kompetitif: Literature Review*.
- Novgian Permata Sari, D., Syifa Muslimat, S., Emilisa, N., Studi Manajemen, P., & Trisakti, U. (2023). Pengaruh Artificial Intelligence Awareness dan Servant Leadership terhadap Work Engagement yang Dimediasi oleh Job Crafting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3(7).
- Noywuli, N. (2022). Stiper Flores Bajawa Dan Peranannya Dalam Transfer Inovasi Teknologi Pertanian Di ERA MEA. *Jurnal Pertanian Unggul*, 1(1), 1–11.
- nsd.co.id. (n.d.). *Teori Motivasi McClelland*. Retrieved December 30, 2024, from <https://nsd.co.id/posts/teori-motivasi-mcclelland.html>
- Nurhabiba, M. (2020). *Social Support Terhadap Work-Life Balance Pada Karyawan*. 8(2), 277–295. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia>

- Oliveira, M. (2014). Technology and basic science: the linear model of innovation. In *Scientiae Studia* (Vol. 12, Issue spe). <https://doi.org/10.1590/s1678-31662014000400007>
- Omrani, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabic, M., & Kraus, S. (2024). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 5030–5043. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3215727>
- Onsardi, & Finthariasari, M. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia (Strategi Meningkatkan Kinerja Karyawan). In *CV. Eureka Media Aksara*. CV. Eureka Media Aksara.
- Orlikowski, W. J., & Iacono, C. S. (2001). Research Commentary: Desperately Seeking the “IT” in IT Research - A Call to Theorizing the IT Artifact. *Information Systems Research*, 12(2), 121–134. <https://doi.org/10.1287/isre.12.2.121.9700>
- Padli, A., Khairunnisa, N., Khanza, A., Andayani, D., & Halim, E. (2024). Strategi Pengembangan Startup Teknologi di Indonesia Melalui IT Business Incubation. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan, Teknologi*, 3(1), 73–80.
- Pahrijal, R. (2023). Mengubah Sampah Menjadi Harta Karun: Inovasi Daur Ulang yang Menguntungkan Lingkungan dan Ekonomi (Studi Literature). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(06), 483–492. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i6.430>
- Parveen, S., Senin, A. A., & Umar, A. (2015). International Journal of Economics and Financial Issues Organization Culture and Open Innovation: A Quadruple Helix Open Innovation Model Approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 10–11. <http://www.econjournals.com>
- Pinggala, M., & Wibawa, A. (2022). Pentingnya Gaya Kepemimpinan di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(4), 205–210. <https://doi.org/10.17977/um068v2i42022p205-210>
- Pollák, F., & Markovič, P. (2021). Size of business unit as a factor influencing adoption of digital marketing: Empirical analysis of SMEs operating in the central European market. *Administrative Sciences*, 11(3), 1–16. <https://doi.org/10.3390/admsci11030071>

- Prajogo, -----Budi, Ganesha, S., & Tahang, M. (n.d.). *PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN*. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1>
- Putra, N. S., Ritchi, H., & Alfian, A. (2023). Hubungan Big Data Analytics terhadap Kualitas Audit: Penerapan pada Instansi Pemerintah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 57–72. <https://doi.org/10.17509/jrak.v11i1.55139>
- Putri, O. A., Hariyanti, S., & Kediri, I. (2022). *Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- PwC. (2021). *Bagaimana realitas virtual mendefinisikan ulang pelatihan keterampilan lunak: PwC*. <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/emerging-tech/virtual-reality-study.html>
- Radacic, D., & Pugh, G. (2014). *The Impact of Inbound and Outbound Open Innovations: Empirical Evidence for SMEs across Europe*.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Rismanto. (2024). PERAN INVESTASI PADA ENERGI TERBARUKAN DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN DI ERA NET-ZERO EMISSIONS. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 03, 343–361.
- Riswanto, A., & Rachmadi, R. E. (2023). Artificial Intelligence Dalam Sistem Informasi Manajemen Dan Kinerja Berkelanjutan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 124. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.754>
- Riyanti, A., Pratiwi, N. D., Yolanda, N., Sardi, N. R., & Satrya, A. B. (2021). Globalisasi Dan Transfer Teknologi: Penopang Industri Manufaktur Pada Perkembangan Marketplace Di Regional Asean. *Review of International Relations*, 3(1), 65–78.
- Rizal, F., & Rony, Z. T. (2024). *Strategi Inovatif Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Digital*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3>
- Rogers, E. M. . (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

- Rusdi, W. (2022). Inovasi Terbuka Pada UKM: Kondisi Saat Ini dan Pengembangannya (Tinjauan Bibliometrik Menggunakan VOSviewer). *Journal of Principles Management and Business*, 01(02), 71–84.
- Sahajwalla, V., & Hossain, R. (2023). Rethinking circular economy for electronics, energy storage, and solar photovoltaics with long product life cycles. *MRS Bulletin*, 48(4), 375–385. <https://doi.org/10.1557/s43577-023-00519-2>
- Saphira, M. W., Sibarani, T., & Ellissa D.S, S. (2024). Peran Transfer Teknologi Sebagai Upaya Hki Dalam Mengembangkan Perekonomian Nasional. *Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan* <Http://Jurnal.Anfa.Co.Id>, 3(1), 167–180.
- Sestino, A., Prete, M. I., Piper, L., & Guido, G. (2020). Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies. In *Technovation* (Vol. 98). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102173>
- Sevgi, H. (2021). ANALYSIS OF THE DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY INDEX (DESI) THROUGH A CLUSTER ANALYSIS. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(0), 37–51. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.863961>
- Silitonga, D., Kustiana, K. T., Syaifullah, Zain, I. A. S., Hardiana, Y., Febrianty, Halawa, F., Wardhana, A., Viana, E. D., Syamil, A., Dewi, I. C., Utami, E. Y., & Hayyumu Farina Nurhalizah. (2023). *Green Management Strategy* (M. Y. Sianipar, Ed.; Issue Oktober). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sinaga, D. C. P., Siahaan, R. F., & Gunung Juanda Tampubolon, I. N. (2024). Perancangan Sistem Lampu Otomatis Berbasis Sensor Ultrasonik Dan Arduino Sebagai Solusi Efisien Untuk Penghematan Energi. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 23(2), 394–401.
- Singh, V., Singh, V., & Vaibhav, S. (2020). A Review and Simple Meta-Analysis of Factors Influencing Adoption of Electric Vehicles. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 86, 1–50. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102436>
- Sjödín, D., Parida, V., Jovanovic, M., & Visnjic, I. (2020). Value Creation and Value Capture Alignment in Business Model Innovation: A Process View on Outcome-Based Business Models. *Journal of Product*

Innovation Management, 37(2), 158–183.
<https://doi.org/10.1111/jpim.12516>

Sreeja. (2018). *HRM and organizational innovation-A literature review*.

Statista. (2021). *IoT connections worldwide 2022-2033 | Statista*.
<https://www.statista.com/statistics/1183457/iot-connected-devices-worldwide/>

Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A. S., Prastuti, M. A., & Apriliya Melani. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 21–30.

Surbakti, M. (2023). Revolusi Teknologi Blockchain: Dampaknya pada Keamanan dan Integritas Data. *Literacy Notes*, 1(1), 1–9.

Syam, S., Arlianti, L., Rismaningsih, F., & Khamaludin. (2021). Penciptaan Green Industri Melalui Pelatihan ISO 14001:2015 Sistem Manajemen Lingkungan Pada Karyawan Industri Manufaktur di Kawasan Industri Manis Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 01(02), 44–51.

Syavitra, T., & Ardianto, F. (2023). Faktor Penentu Kesuksesan Startup di Indonesia Pasca Covid-19 (Studi Kasus: Komunitas Startup). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 175.
<https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.141>

Tangkesalu, D., Rasyid, H., Setianti, Y., Santoso, A., & Safruddin. (2023). Inovasi Teknologi dalam Peningkatan Produktivitas dan Keberlanjutan Agrabisnis: Analisis Penerapan Sistem Hidroponik di Sektor Pertanian. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(3), 1835–1845.

Taswin, M., Yusuf, R., Haslinah, A., & Nainggolan, H. (2023). Analisis Bibliometrik terhadap Efektivitas Teknologi Daur Ulang dalam Pengelolaan Limbah dan Pengurangan Pencemaran Lingkungan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(11), 983–994.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v2i11.782>

Tembhare, S., & A. Bhanvase, B. (2023). *Technological development in metal extraction processes from e-waste* (N. A. Raut, D. M. Kokare, B. A. Bhanvase, K. R. Randive, & S. J. B. T.-360-D. W. M. Dhoble Volume 2, Eds.; pp. 221–253). Elsevier.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-323-90909-9.00011-3>

- Tiffany, A., Yuniar, A., Febrian, A., Austeen, J., Suryaputra, L., Hannah, M., Kevin, T., & Bagas, W. (2020). Strategi Pemilik Bisnis Startup Di Indonesia Hadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal VICIDI*, 10(2), 55–65. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v10i2.1930>
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Wahyudin, H. (2022). Budaya Organisasi. *Multiverse*.
- Wattimena, G. V., & Nahuway, J. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Zoom Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Daring. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 2(1), 306–319.
- Wijaya, R. A., Ilhama Qurratu'aini, N., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 5, Issue 2).
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227.
- Wijaya, S. (2023). PENTINGNYA PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DALAM MENCIPTAKAN KINERJA KARYAWAN DI ERA DIGITAL. *ANALISIS*, 13(1), 106–118. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2523>
- Wijayaningsih, R., Aisyah, A., Renato, A. A., Putri, D. A., Purnilasari, D., Listiyana, D., Syafa Illiyin, J., & Afriyanti, M. (2024). TREN YANG MUNCUL DALAM ANALISIS BIG DATA: PELUANG UNTUK INTELIJEN BISNIS. *HUMANITIS: Jurnal Humaniora, Sosial Dan Bisnis*, 2, 509–516.
- Wijethilake, C., Munir, R., & Appuhami, R. (2018). Environmental Innovation Strategy and Organizational Performance: Enabling and Controlling Uses of Management Control Systems. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 1139–1160. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3259-7>

- World Economic Forum. (2020). *World Economic Forum Annual Meeting Davos 2020 | World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/meetings/world-economic-forum-annual-meeting-2020/>
- Xie, X., Zou, H., & Qi, G. (2018). Knowledge absorptive capacity and innovation performance in high-tech companies: A multi-mediating analysis. *Journal of Business Research*, 88, 289–297. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.019>
- Zhafira Aini, Sanisah Sanisah, & Marlina Marlina. (2024). Inovasi dalam Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Serta Memperkuat Fondasi Manajemen SDM Unggul di Era Globalisasi. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(3), 142–151. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.431>
- Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. a mediating role of sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/su11020495>

PROFIL PENULIS



Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Penulis menempuh Pendidikan S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (UNESA) lulus pada tahun 2006. Melanjutkan jenjang S2 Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Manajemen dan Bisnis Pasacasarjana UNESA lulus tahun 2012, dan melanjutkan ke jenjang S3 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (UM), Program Studi Pendidikan Ekonomi lulus pada tahun 2022. Penulis dosen tetap Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. Saat ini penulis juga aktif sebagai motivator dan pendamping/mentor UMKM serta narasumber dalam bidang, pendidikan, entrepreneurship, marketing, salesmanship, dan service excellent. Penulis juga expert sebagai training dan consulting marketing and entrepreneur. Penulis memiliki sertifikat kompetensi asesor diantaranya pelatihan teknis kompetensi skema bidang Merek, Layanan, Penjualan, Certified Microsoft Innovative Educator, Certificate Professional Competency Training Titled 21ST Century Learning Design by Microsoft Partner, serta Certificate Microsoft Office Specialist: Word 2019 Associate tahun 2023. Penulis telah mendapatkan sertifikasi kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Metodologi Instruktur, Pendamping Kewirausahaan, dan Pendamping UMKM, *Certified Risk Professional (CRP)*. Selain sertifikasi, penulis juga sudah menerbitkan buku diantaranya *Salesmanship*, *Pelayanan Prima*, *Statistik Pendidikan Bisnis*, *Pendidikan Dan Sumber Daya Manusia: Menggagas Peran Pendidikan Dalam Membentuk Modal Manusia*, *Pendidikan Kewirausahaan: Membentuk Daya Saing Dan Karakter Bangsa*, *Membangun Masa Depan Kewirausahaan*, *Evaluasi Pembelajaran Di Era Society 5.0*, *Pengantar Teknologi Digital Kewirausahaan*, *Manajemen Pemasaran*, *Santripreneurship: Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Ekosistem Kewirausahaan* dan *E-Commerce*. Memiliki 69

HAKI meliputi assesment, prototype, video, poster, assesment, e-modul, dan buku serta artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional bereputasi.

Email: rayasulistiyowati@unesa.ac.id



Dr. Yessy Artanti, SE., M.Si.

Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi S2 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Lahir di Tulungagung 25 Maret 1976, penulis telah menyelesaikan studi S1 di Jurusan Manajemen FEB Universitas Brawijaya dan melanjutkan studi S2 nya di Prodi Magister Sains FEB Universitas Gadjah Mada. Di akhir tahun 2021 penulis menyelesaikan studi program doktoralnya di Prodi Doktor Ilmu Manajemen FEB Universitas Airlangga. Saat ini penulis

sebagai pengajar di Pasca Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya dan program Pasca Sarjana di beberapa perguruan tinggi di Surabaya. Penulis memiliki kepakaran di bidang manajemen khususnya keilmuan manajemen pemasaran tentang pemasaran global dan perilaku konsumen.

Email Penulis: yessyartanti@unesa.ac.id



Yesa Cahyaning Ramadhani, S.E., M.M.

Mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya - Indonesia pada tahun 2012. Penulis meraih gelar Magister Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya - Indonesia pada tahun 2016. Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya sejak tahun 2016.

Selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Sistem Informasi Manajemen. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu. Saat ini penulis juga menjabat sebagai Manajer Administrasi Di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) STIESIA Surabaya - Indonesia. Minat penelitiannya meliputi Majemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran.

Dapat dihubungi melalui email: yesacahyaning@stiesia.ac.id



Dian Arlupi Utami, S.Sos, M.AP

Penulis merupakan Dosen Pada Fakultas Vokasi pada Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Negara Universitas Negeri Surabaya sejak tahun 2000. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi di perusahaan PT.Arminareka Perdana Group. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Manajemen Sumber Daya Aparatur Sipil Negara, MSDM Sektor Publik, Dasar Manajemen dan Bisnis, Digital BUssiness,Karir, Implementasi Budaya Korporat dan Organisasi,Kewirausahaan,Pelayanan Publik dan Pelayanan Prima, Membangun Budaya Organisasi di Era Digital,Rekrutmen, Panduan Dasar Kearsipan,Hukum Ketenagakerjaan,Administrasi Perkantoran. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: 24081626005@mhs.unesa.ac.id



Suharyoto, S.E., M.M.

Penulis lulusan Diploma III Anggaran dari Badan Pendidikan dan Latihan Keuangan Kementerian Keuangan RI, kemudian melanjutkan pendidikannya hingga meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jagakarsa Jakarta. Untuk memperdalam keahliannya, beliau menamatkan gelar *Master of Management* di Lembaga Pengembangan Manajemen Indonesia (LPMI) Jakarta pada tahun 2004. Latar belakang pendidikan yang kuat membuat penulis memulai perjalanan kariernya sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sejak tahun 1990. Saat ini, beliau menjabat sebagai Kepala Divisi Layanan Telekomunikasi dan Informasi Pemerintah di Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI), Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dalam perannya, beliau memimpin berbagai inisiatif strategis untuk memperluas akses telekomunikasi di seluruh Indonesia, termasuk wilayah terpencil.

Penulis juga memiliki berbagai sertifikasi profesional, di antaranya Ahli Pengadaan Barang dan Jasa dari LKPP, *Qualified Government Internal Auditor* dari Dewan Sertifikasi QGIA, *Project Management* dari PPM *School of Management*, serta *Analisis Manajemen Resiko Organisasi Sektor Publik (CORP-GIRMA)*. Pengalaman strategisnya mencakup pengelolaan anggaran, pembangunan infrastruktur telekomunikasi, dan pengawasan layanan informasi pemerintah.

Email: 24081626016@mhs.unesa.ac.id



Ristiaji Ari Wibowo, S.E., M.M.

Penulis merupakan seorang Direktur Eksekutif dengan pengalaman lebih dari 9 tahun dalam pengembangan strategi perusahaan, promosi misi organisasi, dan pembentukan tim kepemimpinan tingkat manajerial menengah yang kuat. Berbekal keahlian dalam menangkap peluang pertumbuhan dan membangun hubungan strategis dengan vendor utama serta mitra bisnis, beliau telah mencatatkan rekam jejak pertumbuhan pendapatan tahunan lebih dari 20% selama beberapa tahun terakhir. Saat ini, beliau menjabat sebagai Direktur Konsorsium di PT. Techno Consult Indonesia, memimpin visi strategis perusahaan, serta mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan. Sebelumnya, beliau menjabat sebagai Direktur di PT. Kualita Adara Karya dan berhasil meningkatkan pendapatan sebesar 35% dalam tiga tahun pertama. Selain pengalaman profesionalnya, penulis juga memiliki latar belakang akademik yang solid, dengan gelar MBA dari Binus International dan Sarjana Manajemen dari STIE Kalpataru. Saat ini, beliau tengah menempuh program Doktor (S3) di bidang Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Penulis memiliki beberapa keahlian meliputi keterampilan organisasi, negosiasi, analisis, komunikasi, dan pemecahan masalah yang unggul, menjadikannya figur inspiratif di dunia bisnis dan manajemen. Kombinasi pengalaman profesional, capaian akademik, serta kepemimpinan yang kuat menjadikannya seorang pemimpin yang visioner dan berdedikasi.

Email: 24081626019@mhs.unesa.ac.id



Novi Rahman Hidayat, S.Sos., M.M.

Penulis lahir di Nganjuk, Jawa Timur, pada 2 April 1980 dan saat ini berusia 41 tahun. Penulis menjabat sebagai Bupati Nganjuk untuk periode 2018-2023 serta tercatat sebagai Wakil Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Jawa Timur untuk periode 2021-2026. Pendidikan dasar hingga menengahnya ditempuh di SDN 1 Pace Kulon, SMPN 1 Nganjuk, dan SMA Ponpes Darul Ulum Peterongan Jombang. Setelah itu, penulis melanjutkan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Islam Blitar dan lulus sebagai sarjana pada tahun 2005. Gelar magister manajemen diperoleh dari Universitas Islam Kediri, Kota Kediri. Saat ini, penulis sedang menempuh studi doktoral Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Penulis dikenal aktif dalam kegiatan organisasi, termasuk menjabat sebagai Ketua Real Estate Indonesia Kediri (2010-2015), serta Sekretaris dan Bendahara di PBI Kediri. Selain itu, ia juga menduduki posisi strategis sebagai Wakil Ketua DPW PKB Jawa Timur sejak 2021. Sebelum menjadi Bupati, penulis memiliki pengalaman mengelola berbagai perusahaan. Ia telah merintis 36 perusahaan sejak SMA, dengan beberapa jabatan penting seperti Kepala Wilayah KSP Tunas Artha Mandiri Jawa Timur, Direktur HRD KSP Tunas Artha Mandiri, Direktur Utama Tunas Artha Mandiri, Ketua Bidang Strategi Pengembangan Bisnis KSPPS Tunas Artha Mandiri, Presiden Direktur PT Putra Tunas Artha Mandiri Group, Direktur Utama PT Putra Tunas Artha Mandiri Group, dan Komisaris Utama PT BPR Tunas Artha Jaya Abadi. Penulis memiliki keahlian di bidang manajemen, terutama dalam strategi pengembangan bisnis, manajemen sumber daya manusia, serta pengelolaan koperasi dan lembaga keuangan. Keahliannya tersebut telah terbukti dari keberhasilan memimpin berbagai perusahaan dan organisasi, serta kontribusinya dalam membangun sinergi antara dunia usaha dan pemerintahan.

Email: 24081626022@mhs.unesa.ac.id



Powell Gian Hartono, S.M., M.M., RSA®

Penulis adalah seorang akademisi dengan keahlian di bidang Keuangan. Ia saat ini menjabat sebagai Dosen Purnawaktu di Departemen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar. Penulis merupakan anak bungsu dari Ir. Agus Budi Hartono, M.Mar.E., M.Kom. (Alm.), dan Prof. Dr. Dra. Georgina Maria Tunungki, M.Si. Pendidikan formalnya meliputi Sarjana Manajemen dari Universitas Trisakti, dan

Magister Manajemen dari Universitas Kristen Satya Wacana, yang keduanya memiliki konsentrasi di bidang Manajemen Keuangan. Saat ini, penulis tengah menempuh studi Doktorat dalam bidang Manajemen di Universitas Negeri Surabaya dengan konsentrasi Manajemen Keuangan, berfokus pada penelitian di bidang Keuangan Korporat. Selain itu, ia juga sedang menyelesaikan program doktoralnya di bidang Ekonomi konsentrasi Manajemen Keuangan di Universitas Diponegoro, dengan fokus riset pada bidang Pasar Modal dan Investasi. Penulis juga memegang sertifikasi *Reguler Securities Analyst®* (RSA®) dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), yang menunjukkan kompetensinya di sektor pasar modal. Sebagai dosen, penulis telah mengampu berbagai mata kuliah, termasuk Manajemen Keuangan, Manajemen Investasi, Statistika Bisnis, Matematika Ekonomi dan Bisnis, Studi Kelayakan Bisnis, Ekonomi untuk Bisnis, *Journal Reading*, serta Praktikum Alat Analisis Kuantitatif (ANK). Ia juga terlibat dalam penulisan Buku Ajar Matematika Keuangan, Buku Ajar Manajemen Keuangan, serta Buku Referensi Bisnis dan Keuangan. Penelitiannya mencakup topik seperti *Corporate Finance, Investment, Financial Econometrics, Business Management*, dan *Higher Education*, dengan publikasi yang dimuat di berbagai jurnal nasional terakreditasi nasional serta jurnal internasional bereputasi. Selain itu, ia aktif sebagai *reviewer* di berbagai jurnal yang terakreditasi SINTA, serta terindeks Scopus dan *Web of Science*.

Email: 24081626024@mhs.unesa.ac.id



Agung Evendy, S.STP., M.Si.

Penulis menempuh pendidikan S1 di Institut Pendidikan Dalam Negeri (IPDN) dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan jenjang pada Ilmu Administrasi Program Pascasarjana Universitas Kadiri dan lulus pada tahun 2018. Penulis merupakan Kepala Kelurahan di salah satu kelurahan di Kabupaten Nganjuk yang telah mengemban tugas selama 4 tahun.

Penulis mendapatkan predikat “Kompeten” pada sertifikat kompetensi dalam Bidang Kompetensi Pemerintahan Jabatan Lurah yang di keluarkan oleh Menteri Dalam Negeri pada tahun 2024. Selain dalam bidang Pendidikan, Penulis juga gemar menyalurkan hobinya dalam bidang olahraga ekstrem yaitu mendaki gunung. Penulis telah mendaki beberapa gunung di Pulau Jawa, Pulau Sumatera dan yang terakhir Penulis telah mendaki Gunung Rinjani di Pulau Nusa Tenggara Barat.

Email : agungevendy12@gmail.com



Saif Muchlissun, S.Sos., M.M.

Lahir di Magetan, 22 Desember 1972, Penulis adalah seorang yang aktif sebagai Kepala Dinas Lingkungan Hidup & Pangan Kabupaten Magetan. Dengan latar belakang akademis yang kuat, penulis menyelesaikan pendidikan S1 di bidang Sarjana Ilmu Administrasi Negara di Universitas Merdeka Madiun dan kemudian melanjutkan akademisnya dan mendapat gelar S2 Magister Manajemen di Universitas Gajayana. Saat ini, sedang menempuh program S3 Doktoral

Manajemen di Universitas Negeri Surabaya, yang mencerminkan komitmennya terhadap pengembangan diri dan pengetahuan di bidang manajemen. Pengalamannya sebagai Kepala Dinas Lingkungan Hidup & Pangan dapat memberikan pandangan praktis yang sangat berguna dalam proses belajar di tingkat doktoral, sehingga dapat mengaitkan teori dan konsep manajemen yang dipelajari dengan tantangan nyata yang dihadapi saat di lapangan. Sebagai seorang praktisi dan akademisi, Penulis memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap tema inovasi dan teknologi dalam manajemen. Melalui buku ini, beliau berharap mampu memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik mengenai penerapan inovasi dan teknologi dalam praktik manajemen berkelanjutan, serta bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi. Penulis juga berharap bahwa buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya pemimpin dan pengelola organisasi dalam menghadapi tantangan di era digital yang terus berkembang.

Email: smuchlissun@gmail.com



Ir. Dwijo Saputro, S. Hut, M.P,

Penulis merupakan Kepala Cabang Dinas Kehutanan Wilayah Madiun di Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur sejak tahun 2023. Dengan latar belakang pendidikan yang kuat, penulis meraih gelar Magister Agribisnis dari Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2019, setelah sebelumnya menyelesaikan pendidikan Sarjana di Institut Pertanian Stiper (INSTIPER) Yogyakarta dengan jurusan Budidaya Hutan pada tahun 2004. Sebagai seorang profesional yang sepenuhnya mengabdikan diri dalam bidang

kehutanan, penulis memiliki pengalaman lebih dari 14 tahun dalam kepegawaian sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Saat ini, penulis memegang pangkat IV/a - Pembina, yang menunjukkan dedikasi dan komitmennya dalam melayani masyarakat dan lingkungan. Dalam perjalanan karirnya, penulis telah menjabat di berbagai posisi strategis, termasuk sebagai Kepala Sub Bagian di Dinas Kehutanan Wilayah Madiun dan Kepala Cabang Dinas Kehutanan Wilayah Bojonegoro. Penulis juga aktif dalam pengembangan diri melalui berbagai pelatihan dan diklat, termasuk Diklat PIM Tingkat III dan pelatihan kepemimpinan lainnya. Keterlibatannya dalam pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensinya sebagai seorang administrator, tetapi juga memperkuat kemampuannya dalam mengelola sumber daya alam dan lingkungan hidup. Dalam bidang penelitian, penulis telah berkontribusi dalam berbagai proyek yang berfokus pada pengelolaan hutan berkelanjutan dan konservasi lingkungan. Penulis juga aktif berpartisipasi sebagai pemakalah di seminar-seminar nasional dan internasional, serta menjadi narasumber dalam workshop dan lokakarya yang berkaitan dengan kehutanan dan pengelolaan sumber daya alam. Beberapa topik yang telah dibahas oleh penulis meliputi pengelolaan hutan, kebijakan kehutanan, dan peran ASN dalam pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penulis memiliki komitmen yang tinggi terhadap pengabdian masyarakat, dengan terlibat dalam berbagai program yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan. Penulis percaya bahwa pendidikan dan penyuluhan kepada masyarakat adalah kunci untuk mencapai keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya alam. Dengan

dedikasi dan komitmen yang tinggi, penulis terus berupaya untuk berkontribusi dalam pengembangan sektor kehutanan di Indonesia. Penulis berharap dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan melalui berbagai inisiatif dan program yang dijelankannya.

Email: dwisyahputra073@gmail.com



Aam Waro' Panotogomo, S.Sos., M.Sos.

Penulis adalah seorang profesional teknokratik yang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang unggul serta keahlian dalam pengembangan komunitas (*community development*). Dengan latar belakang pendidikan yang kuat, ia saat ini menempuh program Doktorat Manajemen di Universitas Negeri Surabaya dan sebelumnya telah menyelesaikan Magister Ilmu Politik di Universitas Wijaya Kusuma dan Universitas Airlangga serta Sarjana Sosiologi di Universitas Negeri Jember, Sebagai individu yang berdedikasi, penulis memiliki pengalaman luas di berbagai posisi strategis, termasuk sebagai Komisaris di PT ARTANA CORPORINDO NUSANTARA dan Direktur Utama PT SURGA LAUT INDONESIA. Dalam bidang riset, ia menjabat sebagai Direktur Riset di Edudata.network, memastikan penelitian berjalan dengan baik melalui pendekatan yang terstruktur. Penulis juga aktif di berbagai organisasi komunitas. saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua IV Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Provinsi Jawa Timur dan Sekretaris Jenderal Pusat Kajian Pemilu Indonesia (PUSKAPI). Peran-peran tersebut mencerminkan komitmennya terhadap pengembangan masyarakat dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Sebagai pemegang sertifikasi **Certified Risk Professional (CRP)**, penulis memiliki keahlian tambahan dalam manajemen risiko. Dengan visi untuk mendorong inovasi dan keberlanjutan, ia terus berkontribusi pada berbagai inisiatif strategis di bidang politik, sosial, dan ekonomi. Penulis dapat dihubungi melalui email di aamwarok.1@gmail.com atau melalui portofolionya di <https://lnk.bio/aam.waro>. Saat ini, penulis berdomisili di Surabaya, Jawa Timur, dan terus aktif dalam mendukung pembangunan masyarakat berbasis riset dan kolaborasi.



Akhsanul Yakin, S.I.P

Lahir di Gresik pada 6 Agustus 1977 dan kini tinggal di Margorejo Indah 3 Nomor 5, Surabaya. Penulis menamatkan pendidikan dasar pada tahun 1990, pendidikan menengah pertama pada 1993, dan menengah atas pada 1996. Kemudian, penulis melanjutkan studi S1 pada tahun 1997 dan berhasil meraih gelar sarjana pada 2001. Gelar S2 diperolehnya setelah menempuh pendidikan pascasarjana dari 2013 hingga 2019. Selain berkarier sebagai wiraswasta, penulis juga memiliki pengalaman penting sebagai Staf Ahli Wakil Ketua DPR-RI pada periode 2009–2014. Dengan perpaduan pendidikan formal yang kuat dan pengalaman profesional yang beragam, penulis telah membuktikan komitmennya dalam memberikan kontribusi nyata di berbagai sektor. Penulis tidak hanya berfokus pada pengembangan diri, tetapi juga berperan aktif dalam meningkatkan kualitas masyarakat melalui berbagai inisiatif, mencerminkan dedikasi dan semangatnya untuk mendorong kemajuan di lingkungan sekitarnya.

Email: 240801626037@mhs.unesa.ac.id



Adam Rusydi S.Pd., M. Pd

Penulis lahir di Surabaya pada 27 November 1984, merupakan seorang profesional yang aktif dalam bidang hukum dan pendidikan. Saat ini, penulis menjabat sebagai Anggota DPRD Provinsi Jawa Timur untuk periode 2019-2024, di mana ia juga menjabat sebagai Ketua Komisi A. Dengan latar belakang pendidikan yang solid, penulis menempuh pendidikan di SMPN 2 Waru, SMAN 1 Gresik, dan Universitas Negeri Surabaya, di mana ia meraih gelar Sarjana Pendidikan.

Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan diri dalam pengabdian masyarakat, penulis memiliki pengalaman sebagai narasumber dalam berbagai kegiatan penyuluhan hukum, termasuk penyuluhan tentang ancaman narkoba untuk para pemuda desa dan sosialisasi Perda P4GN yang digagas oleh Biro Hukum Sekda Provinsi Jawa Timur. Penulis juga terlibat dalam sosialisasi Perda nomor 10 Tahun 2022 tentang P4GN yang diadakan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Timur.

Dalam dunia organisasi, penulis memiliki rekam jejak yang mengesankan. Ia pernah menjabat sebagai Sekretaris Jenderal BEM Jurusan Pendidikan Ekonomi dan BEM Fakultas Ekonomi, serta Menteri Pendidikan BEM Universitas Negeri Surabaya. Selain itu, penulis juga aktif dalam organisasi kemasyarakatan, termasuk sebagai Ketua Umum Komisariat HMI Sosial Budaya, Ketua MASIKA ICMI Jawa Timur, dan Sekjen Pengurus Nasional MASIKA ICMI. Penulis juga pernah menjabat sebagai Tenaga Ahli Anggota DPR-RI dan Wasekjen DPP ORMAS MKGR.

Penulis memiliki keahlian dalam kepemimpinan, kolaborasi, aplikasi produktivitas, dan manajemen waktu, yang mendukung kinerjanya dalam berbagai posisi yang diemban. Dengan dedikasi yang tinggi terhadap pengabdian masyarakat dan komitmen untuk meningkatkan kesadaran hukum di kalangan pemuda, penulis terus berupaya memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI DALAM BISNIS MANAJEMEN

Buku ini menyajikan analisis mendalam mengenai evolusi teknologi dan inovasi dalam manajemen. Dengan perkembangan pesat di era digital, inovasi menjadi faktor utama yang menentukan keberlanjutan suatu organisasi. Buku ini mengupas berbagai aspek penting, mulai dari konsep dasar inovasi, model-model pengelolaan inovasi, hingga implementasi teknologi dalam berbagai sektor bisnis.

Pembaca akan diajak memahami bagaimana teknologi telah mengubah lanskap bisnis dan organisasi, serta bagaimana strategi inovasi dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing. Setiap bab dalam buku ini dikembangkan oleh para ahli di bidangnya, sehingga memberikan perspektif akademik dan praktis yang kuat.

Selain itu, buku ini juga membahas berbagai tantangan yang dihadapi dalam menerapkan inovasi serta solusi strategis untuk mengatasinya. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis penelitian, buku ini menjadi referensi yang tepat bagi mahasiswa, akademisi, maupun praktisi yang ingin mendalami konsep inovasi dan manajemen modern.

Buku ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga studi kasus nyata yang menggambarkan bagaimana inovasi dan teknologi telah diterapkan dengan sukses dalam berbagai organisasi. Harapannya, buku ini dapat menjadi inspirasi bagi pembaca untuk terus berinovasi dan menghadapi tantangan dunia bisnis dengan lebih adaptif dan strategis.

Di dalam buku ini, pembaca akan menemukan pembahasan tentang inovasi terbuka, proses inovasi, hingga peran teknologi dalam membentuk model bisnis masa depan. Tidak hanya itu, buku ini juga mengeksplorasi keterkaitan antara digitalisasi dan manajemen, serta bagaimana organisasi dapat memanfaatkan data besar (big data) dan kecerdasan buatan (AI) untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Setiap bab dirancang untuk memberikan wawasan praktis, termasuk pembahasan tentang startup berbasis teknologi, transformasi digital, serta inovasi dalam pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan. Melalui buku ini, pembaca dapat menggali berbagai konsep yang relevan dengan perkembangan dunia usaha, baik dalam skala kecil maupun besar.

Secara keseluruhan, buku ini mengajak pembaca untuk memahami bahwa inovasi bukan sekadar tren, tetapi suatu kebutuhan mendesak di era modern. Dengan wawasan yang komprehensif dan pendekatan multidisiplin, buku ini menjadi panduan penting bagi siapa saja yang ingin berkembang dalam dunia bisnis yang terus berubah.



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

