

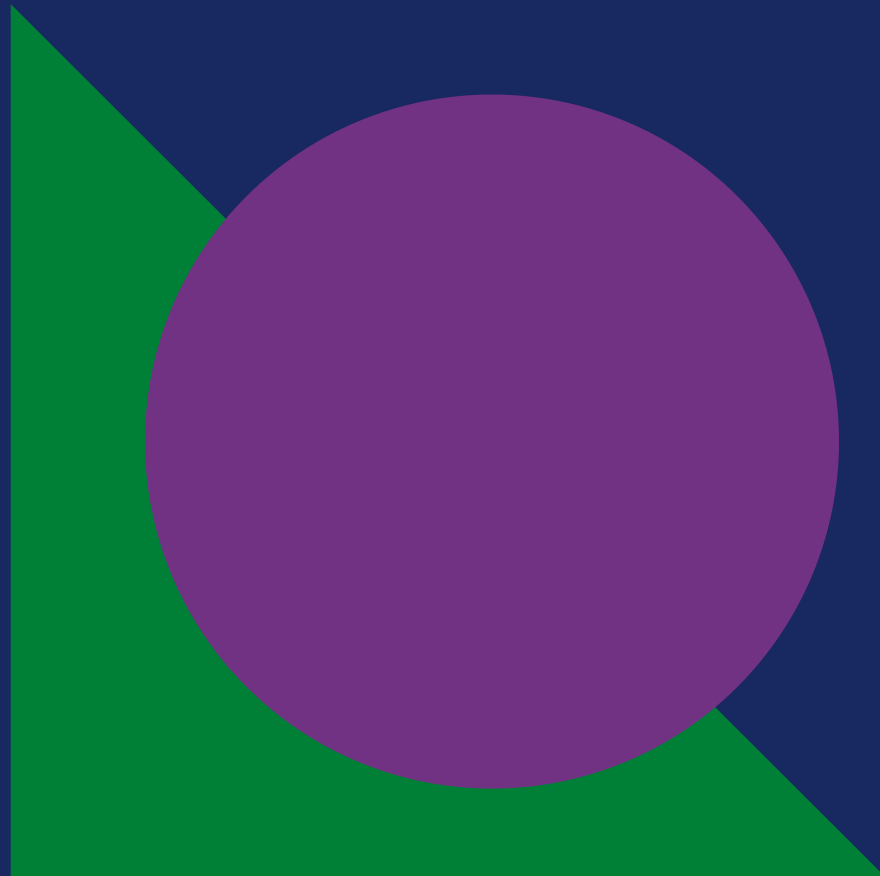


**MASSIVE OPEN  
ONLINE COURSE  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**



# Pengembangan Produk dan Inovasi

TIM PENYUSUN:  
PHIMA RUTHIA DWIKESUMASARI, S.E., M.SM.  
MOH. DARUS SALAM, S.E., MBA.



---

## TOPIK UTAMA HARI INI

# Pokok Bahasan

1. Definisi Inovasi
2. Perspektif Inovasi
3. Model Inovasi
4. Jenis Inovasi



**MASSIVE OPEN  
ONLINE COURSE**  
UNIVERSITAS AIRLANGGA

# Inovasi

- Menurut Robbins (1994), inovasi adalah sebuah gagasan baru yang diimplementasikan untuk menginisiasi atau memperbaiki suatu produk atau proses jasa.
- Menurut Freeman (1982): “not to innovate is to die”, berarti bahwa inovasi harus dilakukan jika perusahaan ingin tetap ‘hidup’.
- Konsep inovasi saat ini sudah lumrah dilakukan dan mulai dikenal luas, bahkan inovasi sendiri telah menjadi bagian dari budaya.
- Inovasi pada produk baru akan menjadi stimulus atas peningkatan kondisi peekonomian suatu negara.



# Perspektif Inovasi

## PERSPEKTIF EKONOMI

- Perusahaan memiliki desain pengelolaan internal yang berhubungan dengan lingkungan eksternal, yaitu perubahan sosial.
- Perubahan sosial masyarakat akan mengakibatkan adanya perubahan kebutuhan pasar sehingga berdampak pada munculnya kebutuhan dan peluang baru.

## PERSPEKTIF STRATEGI MANAJEMEN BISNIS

- Perusahaan dianggap sebagai sebuah entitas yang memiliki fungsi operasional dan aktivitas-aktivitas untuk mencapai tujuan organisasi.
- Perusahaan perlu beradaptasi dan berinovasi dengan cara meningkatkan pengetahuan dan informasi perusahaan, proses, maupun produk.

# Perspektif Inovasi

## PERSPEKTIF PERILAKU ORGANISASI

- Organisasi dipersonifikasikan sehingga terdapat karakter dan perilaku individu di dalam organisasi yang berhubungan dengan perilaku perusahaan.
- Ide untuk berinovasi datang dari kreativitas individu di dalam organisasi.
- Karyawan yang memiliki daya kreativitas tinggi dan pengetahuan yang baik akan mendorong adanya inovasi di dalam perusahaan.

# Model Inovasi

- Inovasi juga merupakan pengelolaan seluruh aktivitas yang terlibat dalam proses penemuan ide, pengembangan teknologi, memmanufaktur (memproduksi) dan memasarkan produk baru atau produk yang telah ditingkatkan, serta memmanufaktur sebuah proses atau peralatan.
- Rumus inovasi:

Innovation = Theoretical Conception + Technical Invention + Commercial Exploitation

Rumus inovasi

Sumber: Trott, Paul. 2010. Innovation management and new product development. 3rd edition. England: Pearson Education, Ltd.

# Model Inovasi

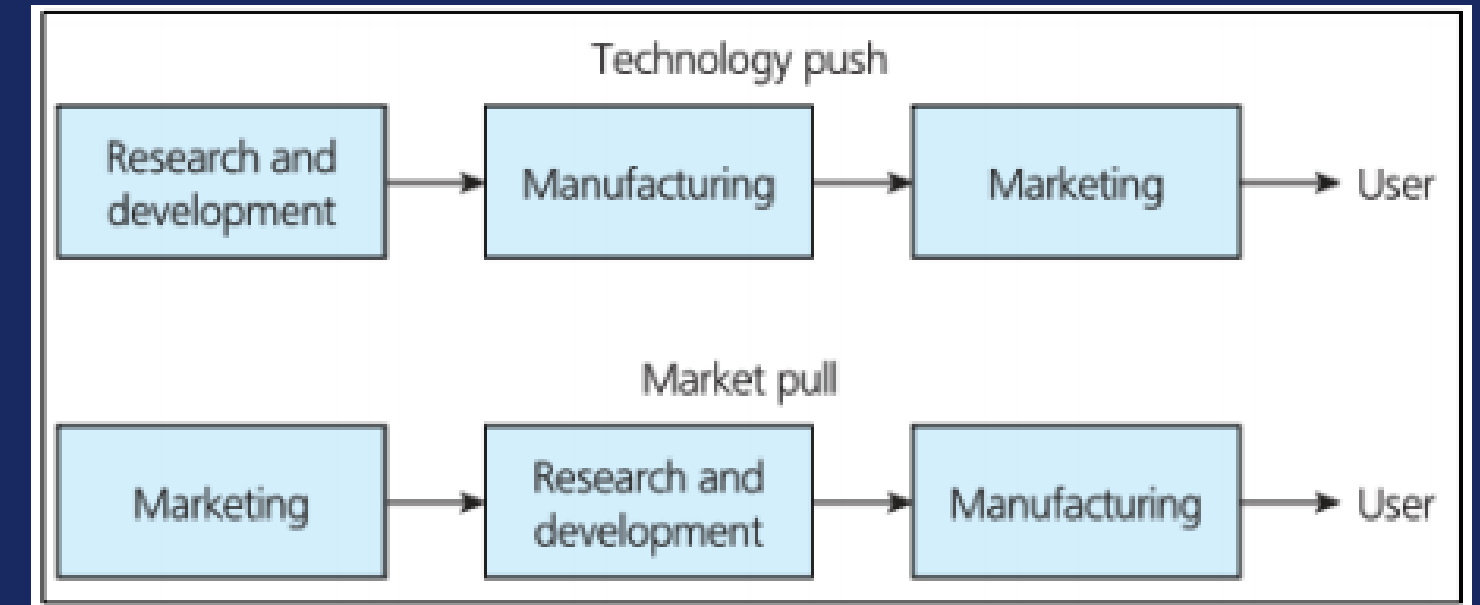
## (1) SERENDIPITY

- Jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, artinya adalah 'kebetulan'.
- Serendipity Model adalah model inovasi di mana inovasi tersebut datang dengan tiba-tiba dan bermuatan keberuntungan. Model ini muncul terutama pada masa-masa awal terjadinya penemuan-penemuan luar biasa yang menjadi dasar kehidupan saat ini, yaitu para penemu yang seringkali mendapatkan ide inovasi tanpa sebab. Pada saat ini, hampir mustahil inovasi yang bernilai dan memberikan kemakmuran dimulai dengan serendipity model.

# Model Inovasi

## (2) LINEAR MODEL

- Inovasi bisa muncul dikarenakan adanya proses linear dari technology push atau market pull.
- Technology push berarti bahwa inovasi berasal dari R&D di perusahaan, kemudian masuk ke departemen manufaktur untuk diproduksi lalu dikenalkan pada masyarakat/pengguna melalui strategi pemasaran yang efektif.
- Market pull berarti bahwa inovasi berasal dari data pemasaran (pangsa pasar, keinginan dan kebutuhan konsumen dsb) mendorong dilakukannya penelitian dan pengembangan di perusahaan untuk mengakomodasi permintaan pasar. Setelah itu masuk ke dalam proses manufaktur kemudian dijual ke pelanggan/pengguna.



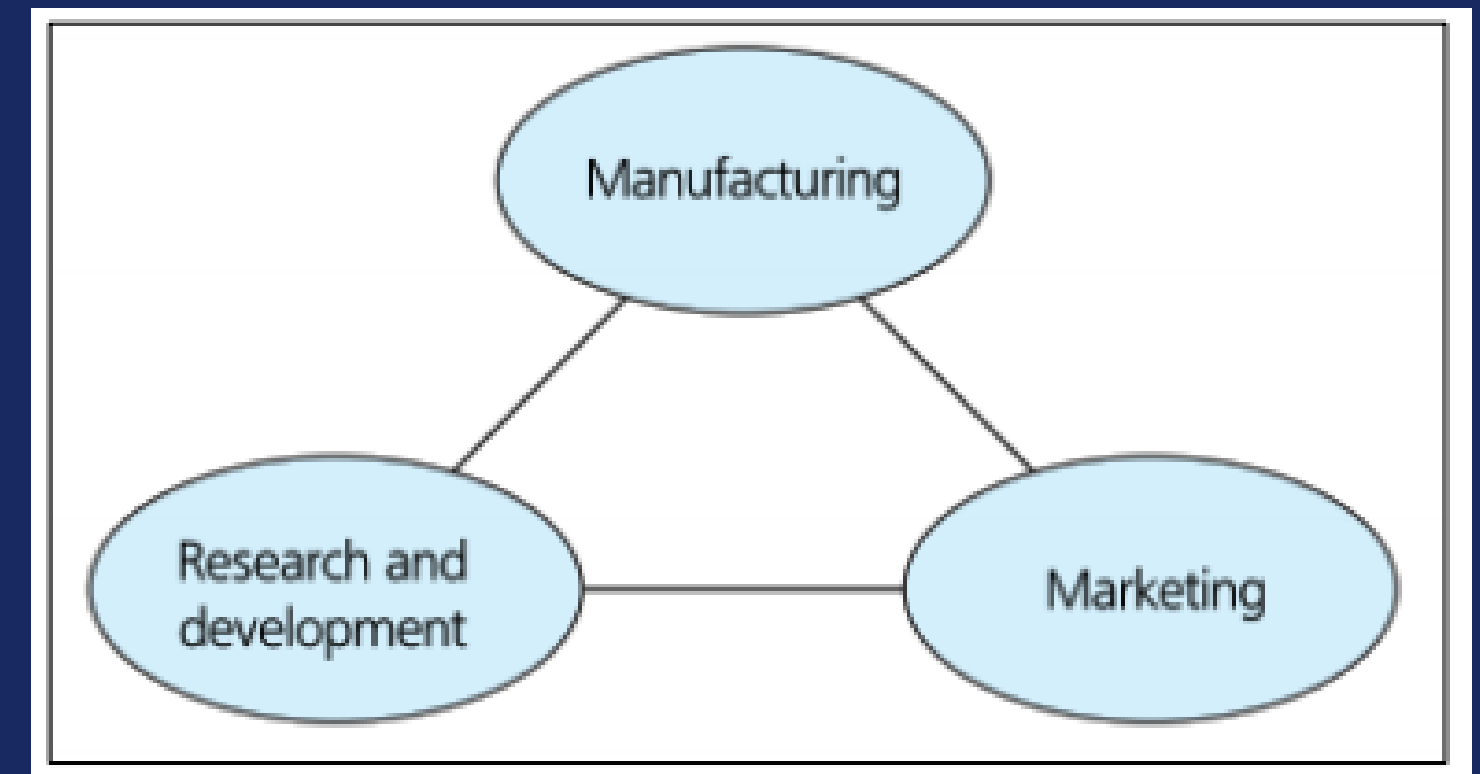
Model Inovasi: Linear

Sumber: Trott, Paul. 2010. Innovation management and new product development. 3rd edition. England: Pearson Education, Ltd.

# Model Inovasi

## (3) SIMULTANEOUS MODEL

- Simultaneous coupling model ini berargumen bahwa inovasi adalah proses simultan antara R&D, Pemasaran, dan Manufaktur. Dengan kata lain, adanya kerjasama, koordinasi dan kolaborasi dari ketiga departemen dalam organisasi tersebutlah yang dapat mendorong adanya inovasi.



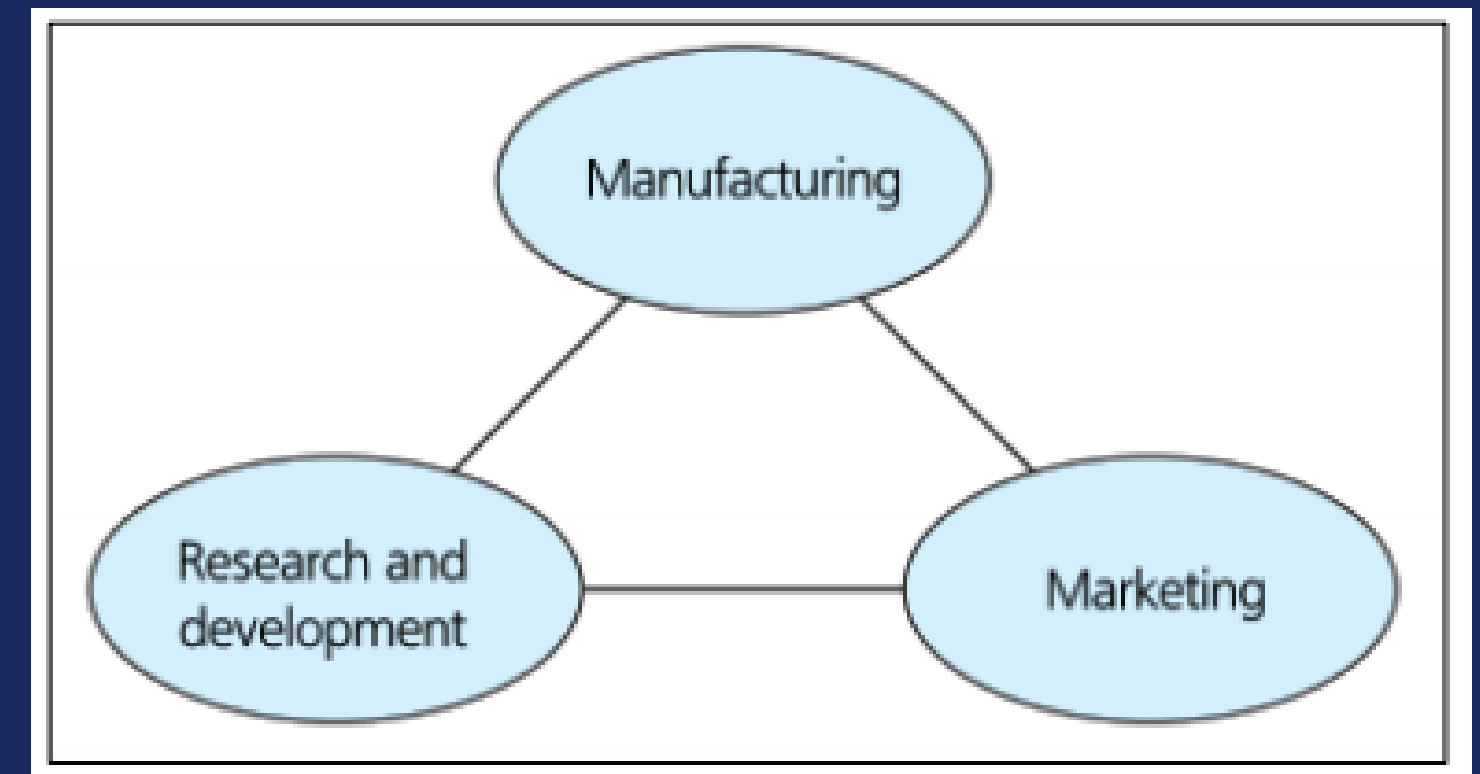
Model Inovasi: Linear

Sumber: Trott, Paul. 2010. Innovation management and new product development. 3rd edition. England: Pearson Education, Ltd.

# Model Inovasi

## (4) INTERACTIVE MODEL

- Model interaktif menghubungkan model technology-push dan market-pull, yang muncul sebagai akibat dari interaksi pasar (marketplace), dasar ilmu dan kapabilitas organisasi.
- Tidak ada titik pasti di mana dimulainya proses inovasi, bersifat sekuensial dan interaksi inter-intra fungsi.
- Serangkaian jalur komunikasi internal dan eksternal yang kompleks terjadi untuk transfer informasi dan pengetahuan.



Model Inovasi: Linear

Sumber: Trott, Paul. 2010. Innovation management and new product development. 3rd edition. England: Pearson Education, Ltd.

# Jenis Inovasi

## MENURUT SKALA

### 1. Radikal

- Skala besar, melalui proses R&D
- Dapat mengubah keseluruhan produk atau proses dan mempengaruhi elemen lain yang terkait di dalam perusahaan.
- Biaya lebih besar dengan tingkat risiko yang tinggi
- Contoh: Gojek

### 2. Inkremental

- Skala kecil, dikenal dengan perbaikan dan penyesuaian.
- Perubahan hanya terjadi di level perusahaan
- Relatif membutuhkan biaya yang lebih kecil dan memiliki risiko yang lebih rendah daripada perubahan radikal
- Contoh: perubahan warna kemasan, penambahan formula baru, mempersingkat proses layanan pelanggan.



# Jenis Inovasi

## MENURUT MACAM

### 1. Proses

- Business process engineering, yaitu memperbaiki proses yang tidak efisien
- Contoh: penyimpanan dan pemeliharaan data pelanggan yang manual beralih menjadi elektronik

### 2. Metode

- Menambahkan metode baru dalam memproduksi produk/jasa
- Contoh: Pembelajaran interaktif melalui video

### 3. Struktur Organisasi

- Perubahan struktur organisasi agar perusahaan lebih responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal, memotong birokrasi yang tidak efektif



# Jenis Inovasi

## MENURUT MACAM

### 4. Hubungan

- Lebih memperhatikan peran pelanggan dan pemasok bagi perusahaan, menambahkan pihak eksternal ke dalam sistem kegiatan bisnis, melakukan kerjasama dan aliansi bisnis.

### 5. Strategik

- Perubahan orientasi bisnis dengan sistem produk yang berbeda.
- Contoh: Wings melakukan diversifikasi produk pada pasar makanan instan dan kebutuhan dapur

### 6. Pola pemikiran

- Perubahan pola pikir yang menghasilkan perubahan pada kehidupan manusia.
- Contoh: Kampanye produk anti pengujian pada binatang oleh The Body Shop



# Jenis Inovasi

## MENURUT MACAM

### 7. Produk

- Melakukan pengembangan produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan
- Contoh: penyesuaian desain, fitur atau tampilan produk untuk konsumen premium

### 5. Pelayanan

- Peningkatan kualitas layanan karena layanan inilah yang menentukan kepuasan pelanggan dan menjadi pembeda dari pesaing.
- Contoh: Layanan jemput zakat





”

**Inovasi adalah kemampuan  
untuk melihat perubahan  
sebagai peluang, bukan  
sebagai ancaman.**

- STEVE JOBS

# TERIMA KASIH

## Tim Penyusun:



**PHIMA RUTHIA  
DWIKESUMASARI, S.E., M.SM**

Dosen D-III Manajemen Pemasaran  
Fakultas Vokasi Universitas Airlangga



**MOH. DARUS SALAM, S.E., MBA.**

Dosen D-III Manajemen Pemasaran  
Fakultas Vokasi Universitas Airlangga



**MASSIVE OPEN  
ONLINE COURSE  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**