

INNOVATION THEORY (JOSEPH A. SCHUMPETER)

Week 10

Institutional Economics

Dr. Rambu L.K.R. Nugrohowardhani, S.E.,M.A

Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Indonesia

SUB-CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Setelah mengikuti pertemuan hari ini maka mahasiswa dapat:

1. Memahami konsep dasar dalam teori inovasi menurut Schumpeter;
2. Memahami jenis-jenis inovasi;
3. Memahami peran inovasi dalam dinamika ekonomi;
4. Mengenali relevansi dan penerapan teori inovasi pada perekonomian di Indonesia.

TOPIK HARI INI:

1. Konsep dasar teori inovasi menurut Schumpeter;
2. Lima jenis inovasi ;
3. Peran wirausaha dan inovasi dalam perkembangan ekonomi;
4. Contoh empiris relevansi teori inovasi dalam konteks Indonesia.

TEORI INOVASI

(SCHUMPETER)

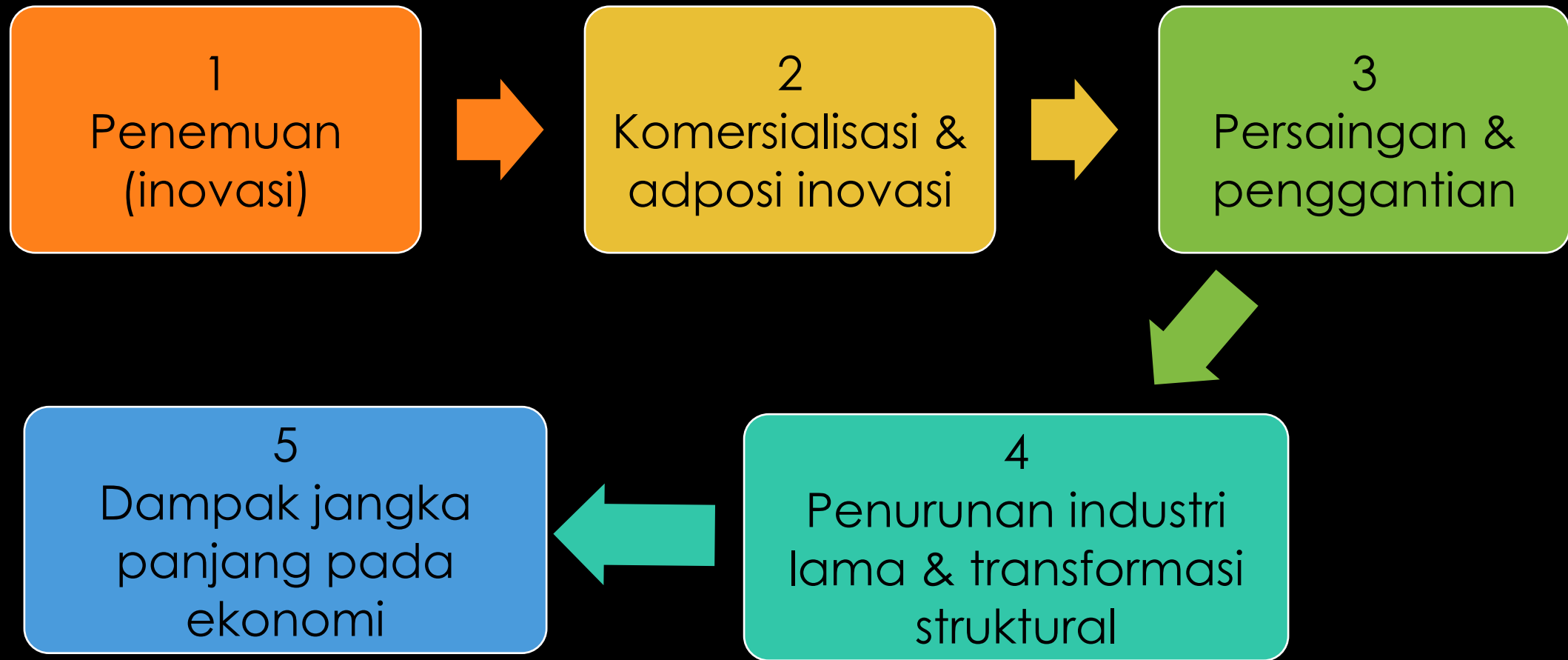
Inovasi adalah proses “menyiapkan fungsi produksi baru” sebagai kekuatan pendorong utama dalam pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang melalui siklus penghancuran kreatif. Fenomena ini sering kali merugikan industri atau pekerjaan lama, tetapi dalam jangka panjang akan menghasilkan kemajuan ekonomi

PENGHANCURAN (DESTRUKSI) KREATIF?

Konsep yang menggambarkan proses dinamis dalam kapitalisme di mana inovasi menyebabkan struktur ekonomi lama hancur dan kemudian digantikan dengan yang baru.

Schumpeter percaya bahwa proses ini adalah inti dari kapitalisme dan pertumbuhan ekonomi, karena perubahan tersebut mendorong produktivitas dan inovasi

MEKANISME DESTRUKSI KREATIF



PENEMUAN (INOVASI)

Inovasi baru muncul dalam bentuk teknologi, produk, atau proses yang lebih efisien atau lebih menarik daripada yang sudah ada. Inovasi ini biasanya datang dari individu atau perusahaan yang berperan sebagai wirausaha atau *entrepreneur*.

• Contoh:

Invensi kamera digital oleh perusahaan Kodak pada Tahun 1975 memperkenalkan cara baru dalam menangkap dan menyimpan gambar tanpa menggunakan film, meskipun pada awalnya mereka tidak memanfaatkannya secara komersial



KOMERSIALISASI DAN ADOPSI INOVASI

Inovasi kemudian dipasarkan atau diadopsi oleh masyarakat, perusahaan, atau industri yang lebih luas. Jika inovasi terbukti memiliki nilai tambah yang tinggi, pasar mulai menerimanya, dan permintaan untuk teknologi atau produk lama mulai menurun.

- **Contoh:**

Ponsel cerdas (*smartphone*) dengan kamera digital mengubah perilaku orang dalam berfoto sehingga permintaan akan kamera yang menggunakan film (kamera analog) turun drastis.



PERSAINGAN DAN PENGGANTIAN

Inovasi yang sukses akan mendorong persaingan baru di pasar sehingga lebih banyak perusahaan ikut menawarkan produk atau layanan serupa. Hal ini mempercepat penurunan minat pada teknologi atau produk lama. Perusahaan yang bertahan harus menyesuaikan atau merombak model bisnis mereka agar tetap relevan.



<https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-6981881/digerus-platform-digital-bisnis-rental-dvd-di-solo-tinggal-tunggu-waktu>



<https://www.satuharapan.com/read-detail/read/kalah-bersaing-dengan-internet-blockbuster-akan-tutup-semua-toko-rental-videonya>

- **Contoh:**

Ketika Netflix mengembangkan layanan *streaming* film dan TV, banyak usaha rental video (VCD dan DVD) kehilangan pangsa pasar dan akhirnya tutup. Blockbuster bangkrut karena gagal beralih ke model *streaming*.

INDUSTRI LAMA HILANG DAN TRANSFORMASI STRUKTURAL

- Produk, teknologi, atau metode lama yang tidak lagi relevan perlahan-lahan menghilang dari pasar. Hal itu menyebabkan perubahan struktural dalam ekonomi, seperti pergeseran pekerjaan, investasi, dan konsumen ke sektor-sektor baru.
- Contoh: Saat ini industri film dengan menggunakan kamera praktis tidak ada lagi. Banyak pekerja dalam industri film harus beradaptasi atau berpindah ke industri digital atau teknologi lainnya.

DAMPAK JANGKA PANJANG PADA EKONOMI

- Walaupun destruksi kreatif menimbulkan kesulitan bagi pekerja dan industri lama, proses ini pada akhirnya menciptakan peluang dan pekerjaan baru. Dalam jangka panjang, teknologi dan produk baru yang lebih efisien dan lebih baik meningkatkan produktivitas ekonomi secara keseluruhan.
- Contoh: Transisi ke ekonomi digital telah menciptakan sektor-sektor baru seperti; *e-commerce*, pengembangan aplikasi, *data science*, dan *cybersecurity*, membuka lebih banyak peluang kerja dibandingkan sebelumnya.

LIMA JENIS INOVASI MENURUT SCHUMPETER

1. Produk baru
2. Cara produksi baru
3. Pasar baru
4. Sumber bahan baku baru
5. Perubahan organisasi dalam industri

#1 PRODUK BARU

“Inovasi jenis ini merujuk pada penciptaan produk yang sebelumnya tidak ada, atau perbaikan signifikan atas produk yang ada. Produk baru ini membuka peluang pasar dan menciptakan permintaan baru”

CONTOH:

- Penemuan mobil, telepon pintar (*smartphone*), dan komputer.
- Peluncuran iPhone oleh Apple pada Tahun 2007. Sebelum iPhone, ponsel dengan layar sentuh kapasitif dan fitur aplikasi dalam satu perangkat jarang ditemui. iPhone memadukan telepon, kamera, akses internet, dan aplikasi dalam satu produk, sehingga tercipta pasar baru untuk *smartphone* yang terintegrasi. Sejak itu, banyak perusahaan mengikuti jejak Apple dan *smartphone* kini menjadi kebutuhan sehari-hari di seluruh dunia.

#2 CARA PRODUKSI BARU

“Inovasi ini berfokus pada perbaikan atau perubahan cara barang atau jasa diproduksi, yang seringkali ditunjukkan untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, atau mempercepat proses produksi”

CONTOH:

- Penggunaan robotika dan kecerdasan buatan (AI) di pabrik otomotif Tesla. Tesla menggunakan robot dalam proses produksi mobil listriknya untuk mempercepat dan mengotomatisasi berbagai tahap produksi, mulai dari perakitan bodi mobil hingga pengujian akhir. Dengan ini, Tesla mampu memproduksi mobil dalam jumlah besar dengan biaya dan waktu yang lebih rendah dibandingkan metode produksi konvensional.

#3

PERLUASAN PASAR

“Inovasi jenis ini melibatkan perluasan (ekspansi) ke pasar baru, baik di tingkat domestik maupun internasional. Dengan memasuki pasar baru, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasarnya”

- **Contoh:**

Kopi bukanlah minuman populer di Cina yang lebih mengutamakan teh. Namun, Starbucks melihat peluang dan memperkenalkan budaya minum kopi di Cina. Dengan strategi lokal seperti menyediakan menu minuman dan tempat yang cocok, Starbucks berhasil membuka pasar baru di negara tersebut, menjadikan kopi sebagai gaya hidup dan menciptakan permintaan baru.



#4

SUMBER BAHAN BAKU BARU

“Inovasi ini melibatkan pencarian sumber bahan baku baru yang dapat menurunkan biaya, meningkatkan kualitas, atau menyediakan pasokan yang lebih stabil”

CONTOH:

- Pemanfaatan lithium dari tambang di Bolivia sebagai bahan utama dalam produksi baterai lithium-ion yang digunakan pada mobil listrik. Seiring meningkatnya permintaan akan kendaraan listrik, produsen seperti Tesla, BMW, dan perusahaan lainnya mulai mencari sumber lithium yang lebih terjangkau dan efisien untuk menurunkan biaya produksi baterai. Bolivia, dengan cadangan lithium yang melimpah, menjadi salah satu alternatif pemasok utama, membantu industri dalam mengamankan pasokan bahan baku yang lebih terjangkau dan berkelanjutan.

#5

PERUBAHAN DALAM ORGANISASI INDUSTRI

“Inovasi jenis ini mencakup perubahan struktur atau organisasi perusahaan yang memungkinkan bisnis untuk lebih kompetitif atau beradaptasi dengan perubahan pasar”

CONTOH:

- Transformasi Amazon menjadi *platform marketplace* digital. Awalnya, Amazon adalah toko buku *online*, namun kemudian mengubah model bisnisnya dengan mengundang penjual pihak ketiga untuk menjual produk mereka melalui *platform* Amazon. Perubahan ini menjadikan Amazon sebagai *marketplace* yang besar dan beragam, memungkinkan perusahaan untuk melayani jutaan pelanggan di berbagai negara dengan beragam produk, tidak terbatas pada stok mereka sendiri. Perubahan ini membawa keuntungan besar bagi Amazon dengan memperluas jangkauan produk tanpa harus meningkatkan inventori.

PERAN WIRAUSAHA (*ENTREPRENEUR*)

Inovasi sering kali dipicu oleh wirausaha (*entrepreneur*), yang berani mengambil risiko dan memanfaatkan kesempatan untuk menciptakan perubahan di pasar. Wirausaha bukan sekadar menjalankan bisnis, tetapi menjadi agen perubahan yang menciptakan nilai baru. Wirausaha memiliki peran besar dalam membawa ekonomi ke arah kemajuan dan mendorong proses destruksi kreatif.

Dengan kata lain, wirausaha adalah motor penggerak inovasi dalam ekonomi.

PERAN INOVASI DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DAN PEMBANGUNAN EKONOMI

- 1) Mendorong pertumbuhan produktivitas
- 2) Menciptakan lapangan kerja baru
- 3) Mempercepat pembangunan ekonomi melalui peningkatan Infrastruktur
- 4) Mendorong daya saing internasional
- 5) Mengurangi ketimpangan dengan menciptakan akses baru
- 6) Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan
- 7) Menggerakkan siklus ekonomi baru
- 8) Mengatasi tantangan sosial dan ekologis

RELEVANSI TEORI SCHUMPETER DI INDONESIA

Teori inovasi Schumpeter relevan di Indonesia karena dapat membantu menjelaskan bagaimana inovasi mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan melalui peran wirausaha dalam menciptakan nilai baru, menggerakkan sektor industri, dan meningkatkan daya saing. Indonesia, sebagai negara berkembang dengan ekonomi yang terus tumbuh, memiliki banyak contoh di mana wirausaha menciptakan perubahan signifikan melalui inovasi.

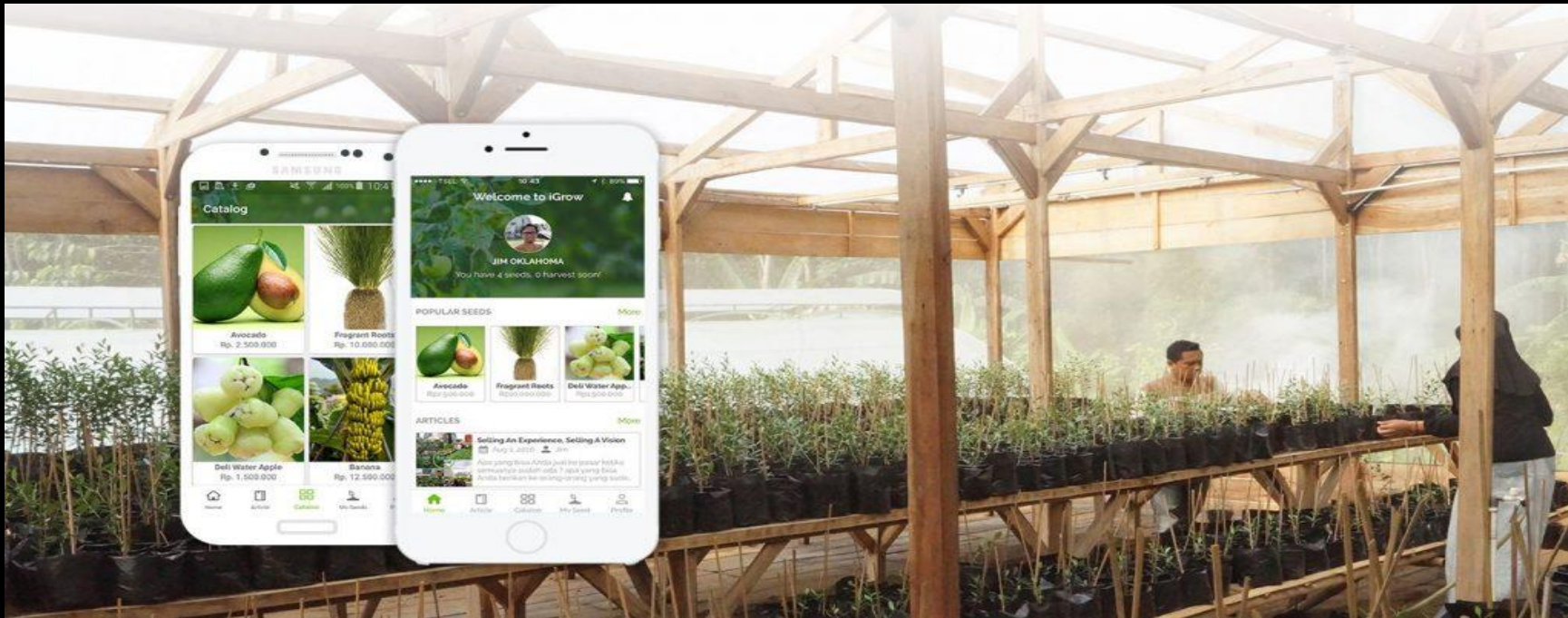
CONTOH EMPIRIK #1: EKOSISTEM STARTUP DIGITAL DAN INOVASI TEKNOLOGI

- Perusahaan Gojek dan Tokopedia adalah contoh inovasi yang mengubah pasar. Gojek memulai dengan layanan transportasi daring, Tokopedia dengan penjualan barang komersial. Sekarang keduanya merger menjadi *platform superapp* (GOTO) yang menawarkan layanan pembayaran digital, pengiriman makanan, dan berbagai layanan lainnya. Gojek & Tokopedia telah mengubah cara orang Indonesia bekerja, berbisnis, dan bertransaksi.



CONTOH EMPIRIK #2: INOVASI DALAM SEKTOR PERTANIAN DAN AGRIKULTUR

- PT iGrow Resources (iGrow) adalah salah satu *startup* yang menghubungkan petani dengan sumber pembiayaan dan akses pasar. iGrow membantu petani menjual produk langsung ke konsumen atau bisnis.



Sumber gambar: <https://glints.com/id/lowongan/startup-bidang-pertanian/>

CONTOH EMPIRIK #3: PERUBAHAN DI SEKTOR KEUANGAN DENGAN FINTECH

Inovasi *financial technology* (fintech) di Indonesia telah memungkinkan inklusi keuangan yang lebih luas. Melalui aplikasi fintech, masyarakat di wilayah perkotaan dan pedesaan yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan kini bisa memperoleh layanan keuangan.



CONTOH EMPIRIK #4: TRANSFORMASI EKONOMI KREATIF MELALUI DIGITALISASI



<https://id.wikipedia.org/wiki/Ruangguru>



<https://about.blibli.com/id/media>



<https://id.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>



<https://gizmologi.id/news/startup/kemanayo-itinerary/>



<https://sulsef.fajar.co.id/2022/03/11/kini-jadi-lifestyle-superapp-ini-10-fakta-unik-perjalanan-traveloka/>

KRITIK TERHADAP TEORI INOVASI SCHUMPETER

- Hanya menyoroti keberhasilan wirausaha melakukan inovasi tanpa cukup menyoroti risiko atau potensi kegagalan inovasi. Faktanya, banyak inovasi dan *startup* yang gagal di tahap awal atau tidak mencapai pasar karena berbagai faktor, seperti kurangnya modal, penerimaan pasar yang rendah, atau faktor teknis.
- Menganggap wirausaha selalu mampu mengakses sumber daya yang dibutuhkan untuk inovasi. Dalam praktiknya, banyak wirausaha kecil tidak memiliki akses ke sumber daya seperti modal, teknologi, atau tenaga ahli.

KESIMPULAN

- Teori inovasi Schumpeter menekankan bahwa perubahan ekonomi dan kemajuan teknologi adalah hasil dari inovasi yang diperkenalkan oleh para wirausaha melalui siklus destruksi kreatif yang dalam jangka panjang memungkinkan terciptanya sistem ekonomi yang lebih efisien dan produktif.
- Kritik pada teori ini menyoroti bahwa inovasi dalam ekonomi modern membutuhkan pendekatan yang lebih holistik dan inklusif. Teori ini dapat diperkaya dengan memperhitungkan dinamika ekonomi global dan tantangan modern yang dihadapi oleh para wirausaha dan perusahaan.

REFERENSI

- Khamimah, W. (2021) Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia, Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 4, No.3, pp.228-240
- Langroodi, F.E. (2021) Schumpeter's Theory of Economic Development: A Study of the Creative Destruction and Entrepreneurship Effects on the Economic Growth, Journal of Insurance and Financial Management, Vol. 4, Issue 3, pp: 65-81
- Śledzik K.(2013) Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship (in:) Management Trends in Theory and Practice, (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina