

ABSTRAK

Nama : Muhammad Alfian Ihsanuddin
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Analisis Rantai Nilai Inovasi Dalam Strategi Inovasi
Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT. SW)

Semakin tingginya kompetisi bisnis, mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi, bahkan inovasi telah berkembang menjadi salah satu kunci keunggulan bersaing. Merujuk pada kerangka konseptual rantai nilai inovasi, proses inovasi dipandang sebagai tiga tahap yang sifatnya sekuensial yaitu penggalian ide, pengembangan ide dan penyebaran ide. Keberhasilan inovasi suatu organisasi sangat ditentukan oleh kesesuaian antara kapabilitas esensi rantai nilai inovasi yang dimiliki dengan strategi inovasi yang dipilih, apakah sebagai *need seekers*, *market readers* atau *technology drivers*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengamatan penulis akan kurangnya inovasi di PT SW yang menyebabkan perusahaan tersebut sulit bersaing di industri teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi permasalahan pada kerangka rantai nilai inovasi dan mengajukan usulan solusi pemecahan atas permasalahan tersebut. Solusi yang diajukan merujuk pada kerangka konseptual strategi inovasi, rantai nilai inovasi dan manajemen inovasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT SW secara umum lemah dalam proses inovasi perusahaan di mana rantai nilai paling lemah terletak pada tahap pengembangan ide. Tahap pengembangan ide menjadi *bottleneck* yang membatasi kemampuan inovasi perusahaan. Kapabilitas esensial rantai nilai inovasi yang dimiliki perusahaan juga belum mendukung strategi inovasi *market readers*. Permasalahan utama yang berhasil diidentifikasi adalah ketatnya seleksi proyek, lemahnya analisis untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen dalam proses pengembangan produk, kurangnya akses teknologi dari prinsipal dan terakhir adalah kurangnya kemampuan manajemen proyek. Permasalahan tersebut menyebabkan terbatasnya ide yang bisa direalisasikan, lambatnya peluncuran produk dan kualitas produk yang kurang memenuhi kebutuhan konsumen. Usulan solusi ditujukan untuk mengatasi secara spesifik permasalahan yang terjadi. Disamping itu, penulis juga mengajukan usulan dengan mengacu pada prinsip-prinsip manajemen inovasi yang mendukung keberhasilan inovasi secara menyeluruh.

Kata kunci:

Inovasi, keunggulan daya saing, strategi inovasi, rantai nilai inovasi, kapabilitas esensial, manajemen inovasi.

ABSTRACT

Name : Muhammad Alfian Ihsanuddin
Study Program : Magister Manajemen
Title : Innovation Value Chain Analysis in the Corporate
Innovation Strategy (Case in PT SW)

Highly business competition leads firms to leverage their innovation, and furthermore innovation has become a firm's competitive advantage. The innovation value chain, view presents innovation as a sequential, three-phase process that involves idea generation, idea development and the diffusion of developed concept. Successful innovations in such organizations depend on the alignment between essential capabilities at every stage of the innovation value chain and the innovation strategies such as *need seekers*, *market readers* or *technology drivers*. The underlying background of this research based on the lack of innovation in PT. SW that leads the firm struggle in competing with other competitors in the information technology industry. The purpose of this research was to identify the problems referring to the innovation value chain concept and to propose solutions. The proposed solution referred to conceptual framework of innovation strategic, innovation value chain and innovation management. This research showed that the overall innovation process indicate a weakness condition and the firm categories as conversion-poor company, the weakest link in the innovation value chain lies on idea development phase. There is no alignment between essential capabilities and the *market readers* strategic innovation. The main problems identified in this research were: tights selection process policy in term of budget allocation, lack of business requirement analyzes into product development, lack of principal technology access, and lack of project management skills. These problems caused a limited number of project realization, bring products slowly to the market, and the product quality was under customer expectation. The proposed solution tends to overcome the problems. We also propose solutions which refer to the innovation management concepts in order to support the overall firm's performance.

Key words:

Innovation, competitive advantage, innovation strategy, innovation value chain, essential capabilities, innovation management.