

# ANALISIS FAKTOR PEMBENTUK BUDAYA INOVATIF DALAM KONTEKS BISNIS: KUNCI KESUKSESAN UNTUK INOVASI ORGANISASI

Hizbul Khootimah Azzaakiyah<sup>1</sup>, Abu Muna Almaududi Ausat<sup>2\*</sup>, Silvy Sondari Gadzali<sup>3</sup>, Prety Diawati<sup>4</sup>, Suhartono<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia.

<sup>2,3</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Subang, Jawa Barat, Indonesia.

<sup>4</sup> Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perusahaan, Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Indonesia.

<sup>5</sup> Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

\*E-mail Correspondence: [abumuna742@gmail.com](mailto:abumuna742@gmail.com)

**Diterima 11 Februari 2023, Disetujui 10 Oktober 2023**

## Abstrak

Budaya unik organisasi sering berbeda maka tidak heran jika banyak persaingan bisnis. Namun, konteks inovasi selalu dijunjung tinggi organisasi manapun. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan secara rinci berbagai faktor pembentuk budaya inovatif sebagai kunci kesuksesan organisasi dalam berinovasi. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan cara mengambil data sekunder berupa buku, jurnal, maupun terbitan lainnya. Hasil studi tiba pada suatu pernyataan bahwa budaya inovatif adalah budaya yang menyambut dan mendorong eksperimen, pengambilan risiko, dan pemikiran orisinal. Sebuah organisasi dengan budaya inovasi akan menghargai ide-ide karyawannya dan mendorong mereka untuk mengembangkan ide-ide baru. Ada lima dimensi yang akan menjelaskan apa yang membentuk budaya inovatif seperti konteks inovasi, orientasi pasar, infrastruktur untuk inovasi, kreativitas dan kekuatan tenaga kerja, dan intensi untuk inovasi. Hasil studi ini diharapkan dapat memperkaya literasi akademis di bidang manajemen dan administrasi bisnis.

**Kata Kunci:** Budaya, Inovasi, Kualitatif

## Abstract

*The unique cultures of organizations often differ and it is no wonder that there is a lot of business competition. However, the context of innovation is always upheld by any organization. The purpose of this study is to explain in detail the various factors that shape innovative culture as a key to organisational success in innovation. This research method is descriptive qualitative by taking secondary data in the form of books, journals, and other publications. The study results arrive at a statement that an innovative culture is one that welcomes and encourages experimentation, risk-taking, and original thinking. An organization with an innovation culture will value the ideas of its employees and encourage them to develop new ideas. There are five dimensions that will explain what makes up an innovative culture such as the context of innovation, market orientation, infrastructure for innovation, creativity and power of the workforce, and intentions for innovation. The results of this study are expected to enrich academic literacy in the field of management and business administration.*

**Keywords:** Culture; Innovation, Qualitative

## PENDAHULUAN

Budaya unik dari perusahaan tertentu sering kali menjadi pembeda dari para pesaing (Tran, 2017). Karena tingkat persaingan yang terus meningkat di dunia bisnis, penting bagi perusahaan untuk berevolusi dan beradaptasi seiring dengan perubahan iklim bisnis (Ausat & Suherlan, 2021). Setiap pergeseran dalam lanskap komersial membawa serta kemungkinan-kemungkinan baru untuk pengembangan bentuk-bentuk inovasi baru dalam bisnis dan karyawan mereka (Ausat, 2023). Untuk mengikuti perubahan ini, kepemimpinan harus mengambil inisiatif untuk menerapkan perubahan yang stabil di seluruh perusahaan (Ausat, Suherlan, et al., 2022). Motivasi individu adalah benih dari mana kepemimpinan pada akhirnya berkembang menjadi praktik yang mendarah daging di dalam organisasi (Khootimah Az-zaakiyyah et al., 2022).

Pemimpin dalam sebuah organisasi dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap cara di mana ide-ide untuk inovasi baru dikembangkan dan diimplementasikan (Nur'aeni et al., 2022). Kita dapat menemukan pemimpin dalam bidang ide (*thought leaders*) dan layanan (*servant leaders*). Ada kelebihan dan kekurangan pada setiap gaya kepemimpinan, tetapi mungkin di dunia global saat ini, pemimpin yang inovatif lebih penting daripada sebelumnya untuk sukses di dunia komersial.

Sumber daya manusia sangat penting untuk meraih kesuksesan dalam iklim bisnis saat ini (Kamar et al., 2022). Jika Anda

menginginkan sumber daya manusia yang kompetitif, Anda membutuhkan pemimpin yang dapat menginspirasi inovasi pada anggota timnya. Seorang pemimpin yang inovatif adalah pemimpin yang bertanggung jawab untuk menumbuhkan dan mempertahankan inovasi. Oleh karena itu, bukan sebagai inovator yang jahat. Karena yang ia lakukan adalah menginspirasi orang lain untuk mengikuti dan terus berinovasi (Subagja et al., 2022). Dengan harapan para karyawan atau bawahannya dapat tumbuh menjadi individu yang banyak akal dan imajinatif (Nielsen et al., 2017).

Konsep budaya organisasi, yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas bisnis, mencakup kumpulan nilai, norma, kepercayaan, dan perilaku yang diadopsi oleh organisasi (Tsai, 2011). Ketika sebuah organisasi memiliki budaya yang mapan dan berorientasi pada tujuan untuk meningkatkan kualitas bisnis, maka hal ini dapat memberikan pengaruh yang menguntungkan pada berbagai aspek bisnis (Aboramadan et al., 2019). Ada banyak komponen fundamental dalam budaya organisasi yang memberikan pengaruh pada peningkatan kualitas bisnis.

Pertama dan terutama, penemuan dan imajinasi adalah komponen yang sangat penting. Budaya perusahaan yang mendorong inovasi dan kreativitas dapat memfasilitasi kemajuan yang berkelanjutan dalam produk, layanan, dan prosedur organisasi (Acar et al., 2019). Organisasi yang memberikan wewenang dan otonomi kepada tim untuk terlibat dalam praktik-praktik inovatif memiliki kecenderungan untuk memberikan solusi yang

unggul (Kahl et al., 2023). Selain itu, konsep orientasi klien juga sangat penting. Orientasi budaya yang memprioritaskan pelanggan sebagai titik fokus akan menumbuhkan lingkungan di mana perusahaan termotivasi untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang keinginan dan persyaratan klien (Metz et al., 2020). Hal ini dapat mengarah pada pengembangan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan harapan klien. Pengambilan keputusan berdasarkan data merupakan komponen penting yang memiliki arti penting. Budaya organisasi yang mendorong pengambilan keputusan berbasis data dapat meningkatkan kualitas keputusan dan mengurangi ketergantungan pada asumsi atau dugaan yang tidak berdasar (Chatterjee et al., 2021).

Penekanan juga harus diberikan pada kualitas dan kepatuhan. Orientasi budaya yang menekankan pada kualitas dan kepatuhan terhadap peraturan atau regulasi perusahaan memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan secara keseluruhan dan mengurangi kemungkinan pelanggaran hukum (Macht & Davis, 2018). Keterbukaan dan kolaborasi merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan. Organisasi yang menumbuhkan budaya keterbukaan, komunikasi yang efektif, dan kolaborasi di antara departemen atau tim yang berbeda memiliki potensi untuk mendorong pertukaran ide dan informasi, sehingga meningkatkan kualitas organisasi secara keseluruhan (Curado et al., 2022). Selain itu, pentingnya pengembangan karyawan tidak dapat dilebih-lebihkan. Budaya yang menyediakan sumber

daya untuk pengembangan dan pelatihan karyawan memiliki kecenderungan untuk memiliki tim yang lebih mahir dan berpengetahuan luas (Truitt, 2011). Akibatnya, hal ini dapat meningkatkan kualitas pekerjaan dan layanan yang diberikan.

Terakhir, kepemimpinan yang mendukung muncul sebagai aspek penting untuk dipertimbangkan. Budaya perusahaan yang mendorong kepemimpinan yang adil, penuh pertimbangan, dan memotivasi memiliki potensi untuk menanamkan rasa inspirasi di dalam tim, sehingga memfasilitasi pencapaian standar kualitas yang lebih tinggi dalam upaya mereka (Sonmez Cakir & Adiguzel, 2020). Penghargaan dan pengakuan merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap efektivitas keseluruhan sistem atau proses. Membangun budaya yang berpusat pada insentif dan pengakuan memiliki potensi untuk memberikan motivasi tambahan kepada karyawan untuk bekerja pada tingkat tertinggi dalam upaya profesional mereka (Yang et al., 2022). Budaya organisasi yang menumbuhkan ketahanan dan ketangkasan dalam menanggapi perubahan dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk secara efektif menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi. Pada akhirnya, penanaman etika perusahaan yang kuat merupakan komponen penting. Sebuah organisasi yang dicirikan oleh budaya yang memprioritaskan etika bisnis yang baik cenderung menahan diri untuk tidak terlibat dalam praktik-praktik yang merugikan dan menjamin operasi bisnisnya dengan integritas (Lee & Jin, 2019).

Inti dari budaya organisasi yang mendorong peningkatan kualitas bisnis adalah membangun suasana di mana orang merasa termotivasi, memiliki alat yang tepat, dan merasa bahwa kualitas adalah prioritas utama. Fenomena ini berpotensi menghasilkan peningkatan kualitas produk dan layanan, peningkatan tingkat kepuasan konsumen, dan kesuksesan organisasi yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Melihat penjelasan di atas, sangat penting menjelaskan bagaimana budaya inovatif organisasi bisa tumbuh demi meningkatkan kualitas bisnis. Maka, penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara rinci factor pembentuk budaya inovatif, baik secara individu dan terutama organisasi.

## KAJIAN TEORI

### **Budaya Inovatif di Organisasi**

Gagasan tentang budaya organisasi, yang dikembangkan pada tahun 1980-an, berakar pada teori Medan dari Lewin, yang meneliti pengaruh struktur organisasi terhadap perilaku karyawan (Borman et al., 2003). Teori Medan menyatakan bahwa agar budaya organisasi memiliki efek pada perilaku karyawan, budaya organisasi harus dikombinasikan dengan dan memperkuat elemen-elemen lain yang lebih personal. Interpretasi karyawan terhadap budaya di dalam organisasi berfungsi sebagai paradigma kognitif yang melaluinya budaya organisasi mempengaruhi perilaku karyawan (Borman et al., 2003). Variabel-variabel pribadi di dalam diri individu memberikan konteks untuk memahami persepsi-persepsi ini. Sejauh mana seorang individu secara alami memiliki

sifat kompetitif merupakan aspek internal yang mempengaruhi kecenderungan mereka untuk berinovasi (Ausat, Widayani, et al., 2022).

Menurut Wallach (1983), budaya inovatif adalah budaya yang menyambut dan mendorong eksperimentasi, pengambilan risiko, dan pemikiran orisinal. Dengan membina lingkungan di mana pemikiran orisinal dihargai, budaya inovasi membantu membina lingkungan kerja yang produktif. Orang-orang yang berkembang di lingkungan yang dinamis dan selalu berubah di mana mereka didorong untuk mengambil risiko, berpikir di luar kebiasaan, dan menghasilkan karya orisinal akan berkembang dalam budaya perusahaan yang inovatif. Para pekerja sangat dihormati karena kemampuan mereka untuk berpikir di luar kebiasaan dan menghasilkan sesuatu yang segar dan unik karena budaya inovasi perusahaan.

Menurut Schein (2004), yang menawarkan perspektif berbeda tentang topik budaya inovatif, semuanya dimulai dengan penerimaan organisasi terhadap fakta bahwa dunia telah berubah. Belajar melihat sesuatu dari berbagai sudut pandang merupakan bagian penting dalam mengembangkan budaya inovatif (Hidayah et al., 2018; Nurhayani, 2022; Utami & Kamal, 2023). Organisasi yang terlibat dalam inovasi berkelanjutan mengandalkan keterampilan otak kanan, seperti kreativitas, imajinasi, analogi, dan empati, berbeda dengan organisasi yang memperhatikan dan terjebak dalam analisis dan fokus pada keterampilan otak kiri, seperti yang terkait dengan aktivitas proses, pengukuran, dan eksekusi. Bisnis yang paling berpikiran maju membentuk tim yang

anggotanya menjadi katalisator untuk mengubah cara-cara yang sudah mapan dalam melakukan berbagai hal di tempat kerja dan menghasilkan inovasi yang inovatif. Sebagai hasilnya, perusahaan dapat mencurahkan lebih banyak energi untuk menghasilkan strategi baru dan menganalisis dampak dari ekspansi yang cepat untuk mendominasi pasar.

## METODE

Penelitian ini termasuk penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang memfokuskan pembahasan pada literatur-literatur baik berupa buku, jurnal, maupun terbitan lainnya (Basri, 2001). Hal tersebut dikarenakan penelitian dilakukan untuk mencari, menganalisa, membuat interpretasi serta generalisasi dari fakta-fakta hasil pemikiran dan ide-ide yang ditulis oleh para pemikir dan ahli, yang dalam hal ini berkaitan dengan konteks budaya inovasi. Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis data sekunder.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor Berpengaruh pada Budaya Inovasi

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap budaya inovasi, menurut Lynne Maher dalam presentasinya berjudul "*Creating the Culture of Innovation*" (NHS Institute for Innovation and Improvement) menyebutkan adanya tujuh faktor penting yaitu: *Risk taking*, *resources*, *knowledge*, *goals*, *rewards*, *tools*, serta *relationship*:

#### 1. *Risk Taking*

Peluang kegagalan sebuah inovasi selalu ada. Ketika konsumen menginginkan sesuatu yang baru, tidak ada jaminan bahwa hal itu akan selalu berhasil ditemukan melalui proses inovasi. Tanpa kesediaan untuk mengambil risiko pada ide yang belum terbukti, inovasi tidak mungkin terjadi. Oleh karena itu, mereka yang mencoba berinovasi dan menanggung risiko penemuan harus didorong dan didukung.

#### 2. *Resource*

Dibutuhkan sumber daya seperti uang, alat, dan media, serta hak untuk mewujudkan ide-ide tersebut. Untuk menciptakan lingkungan di mana inovasi tumbuh subur, para eksekutif tingkat atas harus percaya pada nilai inovasi dan bersedia menginvestasikan waktu dan uang untuk mewujudkannya.

#### 3. *Knowledge*

Sudah menjadi sifat alami dari setiap institusi untuk selalu mencari informasi baru. Memperluas wawasan di luar lingkup kewajiban dan tanggung jawab seseorang agar dapat berkembang merupakan hal yang tidak lagi menjadi pilihan. Menumbuhkan kesediaan karyawan untuk mengutarakan pendapat mereka sangat penting untuk memastikan adanya aliran ide dan inovasi baru yang dapat diimplementasikan di seluruh perusahaan demi keuntungan perusahaan.

#### 4. *Goals*

Organisasi sebaiknya membuat semacam kerangka kerja penetapan tujuan atau

strategi yang menekankan nilai inovasi. Para pemimpin harus mampu melihat ke masa depan, merencanakan cara menghadapi rintangan, dan menunjukkan kepada tim mereka betapa mereka akan jauh lebih baik jika berhasil menerapkan visi tersebut. Motivasi dan inspirasi karyawan untuk ide-ide baru dan kreasi orisinal bergantung pada hal ini.

#### 5. *Rewards*

Dampak dari upaya inventif karyawan harus diakui, meskipun hanya secara lisan dengan mengungkapkan "terima kasih", "itu bagus sekali", "saya bangga padamu", atau ucapan serupa lainnya untuk menumbuhkan lingkungan yang mendorong dan menghargai pemikiran kreatif dan pemecahan masalah. Membuat karyawan merasa bahwa mereka penting bagi perusahaan adalah manfaat utama dari menunjukkan penghargaan atas upaya mereka.

#### 6. *Tools*

Dalam konteks ini, "alat" tidak hanya merujuk pada benda-benda fisik yang digunakan dalam proses kerja, tetapi juga berbagai jenis media, proses, dan metodologi yang dapat digunakan untuk melatih dan membina generasi inovator berikutnya. Untuk menumbuhkan budaya inovasi, sebuah bisnis atau organisasi harus kreatif dan mampu mengembangkan platform, prosedur, dan strategi baru.

#### 7. *Relationship*

Budaya inovasi dibentuk oleh hubungan, dengan keyakinan bahwa kedua belah pihak memiliki sesuatu untuk ditawarkan

dan sesuatu yang dapat diperoleh dari interaksi. Oleh karena itu, perlu ada lingkungan yang ramah, dapat dipercaya, dan terbuka di tempat kerja. Meningkatkan jumlah waktu yang dihabiskan untuk bercakap-cakap, menugaskan kembali pekerja, membentuk tim untuk menyelesaikan tugas, mempromosikan pekerja junior ke peran kepemimpinan, dan sebagainya adalah pilihan yang layak.

Dalam konteks budaya inovasi yang dinamis, sangat penting untuk menggarisbawahi keterkaitan dan korelasi yang menguntungkan di antara beragam aspek yang membentuk dinamika organisasi. Elemen-elemen ini bukanlah entitas yang berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dan saling memperkuat satu sama lain. Salah satu elemen yang menonjol adalah pengambilan risiko yang berani. Ketika pengambilan risiko dilakukan dengan tujuan yang terdefinisi dengan baik dan terukur, akan terlihat jelas bagaimana hal tersebut dapat berfungsi sebagai katalisator yang kuat, mempercepat perkembangan prosedur inovasi yang sering kali membutuhkan pemahaman yang mendalam mengenai lingkungan dan prospek yang inventif (Dwivedi et al., 2023).

Perolehan pengetahuan, dengan beragam informasi dan wawasannya, memainkan peran penting dalam memahami pentingnya terlibat dalam kegiatan pengambilan risiko. Pengetahuan ini diperoleh tidak hanya dari sumber internal di dalam organisasi, tetapi juga dari ekosistem eksternal yang lebih luas di sekitar perusahaan. Sumber daya yang memadai, yang mencakup aspek keuangan,

manusia, dan teknologi, sangat penting dalam memfasilitasi akuisisi dan pemanfaatan pengetahuan (Touriano et al., 2023). Selain itu, penyediaan akses yang tepat terhadap alat dan teknologi yang relevan akan memfasilitasi penerapan konsep-konsep baru secara efisien dan efektif (Basir et al., 2023).

Namun demikian, pembentukan budaya inovatif tidak hanya bergantung pada komponen teknis. Pembentukan budaya inovasi yang kuat secara signifikan dipengaruhi oleh dinamika antara individu dan tim di dalam kerangka kerja organisasi (S Marttono, 2013). Pembentukan lingkungan organisasi yang kondusif yang mendorong kolaborasi yang erat dan memfasilitasi aliran ide yang aktif akan meningkatkan pengalaman inovatif individu di dalam organisasi. Hal ini, pada gilirannya, memfasilitasi terciptanya sinergi yang signifikan di antara para anggota.

Faktor-faktor ini bukanlah entitas yang berdiri sendiri, melainkan komponen yang saling bergantung yang saling memperkuat satu sama lain, berkontribusi pada pengembangan budaya penemuan yang dinamis dan bermanfaat. Dalam budaya inovasi yang efektif, tindakan mengambil risiko yang berani akan dipenuhi dengan sumber daya yang memadai, basis pengetahuan yang berkembang, promosi pencapaian tujuan, penghargaan yang menawarkan motivasi lebih lanjut, instrumen yang memfasilitasi inovasi, dan hubungan yang meningkatkan kolaborasi. Faktor-faktor ini merupakan komponen integral yang saling mendukung dan sinergis, sehingga memungkinkan organisasi untuk secara efektif meningkatkan kapasitasnya untuk berinovasi.

## Dimensi Budaya Inovatif

Menurut temuan studi Espig *et al.* (2022), “budaya inovasi adalah konsep multidimensi yang mencakup niat untuk menjadi inovatif,” ketersediaan infrastruktur untuk mendukung inovasi, adanya perilaku tingkat operasional yang diperlukan untuk mempengaruhi orientasi pasar dan nilai-nilai, dan kondisi lingkungan untuk menerapkan inovasi, kreativitas, dan kekuatan tenaga kerja. Proses sosialisasi, di mana karyawan mempelajari dasar-dasar nilai perusahaan, merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi inovasi, begitu juga dengan prinsip-prinsip, prosedur, dan taktik yang membantu perusahaan secara formal mendorong inovasi dan kreativitas. Ada lima dimensi yang akan menjelaskan apa yang membentuk budaya inovatif:

### 1. Konteks Inovasi

Inovasi organisasi mencakup berbagai konsep, termasuk namun tidak terbatas pada: produk/layanan baru atau modifikasi produk/layanan yang sudah ada; reorganisasi atau inisiatif penghematan biaya; peningkatan komunikasi; rencana personalia; teknologi baru; teknologi/penelitian dan pengembangan; perilaku karyawan yang unik; serta respons organisasi terhadap peluang (strategis) dan situasi yang tidak terduga.

### 2. Orientasi Pasar

Sikap dan tindakan karyawan sehubungan dengan penggabungan prinsip-prinsip pemasaran dipupuk oleh orientasi pasar yang merasuk ke dalam organisasi. Penginderaan pasar, hubungan dengan pelanggan, penginderaan persaingan, dan

layanan kepada pelanggan adalah komponen penting dari bisnis yang berorientasi pasar. Pentingnya budaya yang berorientasi pasar dalam mendorong inovasi tidak dapat dilebih-lebihkan. Sebagai ciri budaya perusahaan, "orientasi pasar" memerlukan penekanan pada pembentukan daripada menanggapi pasar. Norma-norma budaya tercermin dalam orientasi pasar, yang dipandang sebagai perilaku yang menghasilkan pengetahuan dan sumber daya tak berwujud yang menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

### 3. Infrastruktur untuk Inovasi

Apa yang dimaksud dengan "infrastruktur untuk mendukung inovasi" adalah sejauh mana program pelatihan, penawaran pendidikan, dan kerja sama karyawan perusahaan sejalan dengan tujuan inovasi perusahaan. Hal ini juga berarti sejauh mana karyawan didorong untuk menggunakan imajinasi mereka dalam pekerjaan. Hal ini juga mengukur seberapa banyak pekerja yang berpendapat dalam pekerjaan mereka. Kapasitas organisasi untuk mewujudkan ide-ide yang menambah nilai adalah komponen kunci dari lingkungan yang kondusif untuk inovasi. Hal ini memperhitungkan seberapa baik perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar.

### 4. Kreativitas dan Kekuatan Tenaga Kerja

Ini merupakan internalisasi dan mengejar keunggulan kompetitif dengan membina lingkungan yang dapat menerima ide-ide

baru dan cepat menyerap ide-ide yang berhasil (Noor et al., 2018).

### 5. Intensi untuk Inovasi

Komitmen perusahaan terhadap inovasi dapat diukur dari seberapa baik perusahaan telah mengembangkan model dan arsitektur bisnisnya sendiri untuk menciptakan dan mempertahankan inovasi (Kosasih, 2018). Visi, tujuan, dan sasaran akan digunakan untuk menyampaikan informasi ini, dan mode serta prosedur bisnis akan mewujudkannya.

Dalam kerangka dimensi budaya inventif, terdapat korelasi yang beragam dan konstruktif di antara berbagai aspek penting yang memberikan dampak substansial pada kapasitas organisasi untuk terlibat dalam inovasi. Konsep inovasi berfungsi sebagai dasar yang sangat penting untuk semua inisiatif yang bertujuan untuk mendorong inovasi, karena hal ini memfasilitasi pemahaman tentang lanskap bisnis dan peluang potensial yang ada (Farida & Setiawan, 2022). Selanjutnya, adopsi orientasi pasar menjadi sangat penting karena mengarahkan organisasi untuk memusatkan upaya-upaya inovatifnya dalam memenuhi permintaan konsumen, sehingga menghasilkan motivasi untuk terlibat dalam inovasi.

Selain itu, pembentukan infrastruktur yang kuat untuk inovasi memainkan peran penting dalam memfasilitasi penyediaan sumber daya dan bantuan penting yang diperlukan untuk secara efektif memanfaatkan kreativitas dan kemampuan yang melekat pada tenaga kerja. Kreativitas, sebagai elemen penting dalam proses inovasi, akan muncul dengan sendirinya ketika kondisi tertentu, seperti adanya otonomi



eksperimental, ruang untuk konsep-konsep baru, dan akses ke sumber daya yang sesuai, difasilitasi oleh kerangka kerja yang mendukung (Hughes et al., 2018). Faktor ini akan menjadi pendorong bagi karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam menghasilkan dan memajukan konsep-konsep kreatif.

Lebih lanjut, keinginan untuk mendorong inovasi berfungsi sebagai katalisator fundamental dalam kerangka lingkungan budaya yang inovatif. Organisasi yang menumbuhkan komitmen yang kuat terhadap inovasi memiliki kemampuan untuk memotivasi orang untuk mengekspresikan kreativitas mereka, mempromosikan pendekatan yang berorientasi pada pasar, dan memanfaatkan infrastruktur inovasi yang sudah ada (Ausat et al., 2023; Sutrisno et al., 2023).

Faktor-faktor yang disebutkan di atas menunjukkan keterkaitan dan saling memperkuat satu sama lain dalam menumbuhkan budaya inovasi yang kuat di dalam organisasi. Dalam konteks ini, orientasi pasar dipandu oleh konteks inovasi, sementara infrastruktur untuk inovasi memfasilitasi pengembangan kreativitas dan tenaga kerja yang sangat kompeten. Selain itu, niat kolektif untuk berinovasi berfungsi sebagai kekuatan pemersatu, menyelaraskan semua elemen menuju tujuan akhir untuk mencapai inovasi yang sukses.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil studi ini memperlihatkan bahwa kunci kesuksesan untuk inovasi organisasi adalah dengan cara membentuk budaya

inovatif. Terlebih lagi budaya inovatif pada kenyataannya, mempengaruhi cara orang bertindak ketika mereka mencoba untuk menjadi inovatif. Artinya, budaya organisasi secara signifikan mempengaruhi tindakan inovatif karyawannya. Budaya inovatif adalah budaya yang menyambut dan mendorong eksperimen, pengambilan risiko, dan pemikiran orisinal. Sebuah organisasi dengan budaya inovasi akan menghargai ide-ide karyawannya dan mendorong mereka untuk mengembangkan ide-ide baru. Lebih lanjut, budaya inovatif adalah cara berpikir organisasi yang menyambut perubahan dan mendorong stafnya untuk memberikan lebih banyak energi untuk menghasilkan ide-ide baru dan menganalisis cara-cara untuk mempercepat pertumbuhan mereka sehingga mereka dapat mendominasi pasar mereka. Menumbuhkan pola pikir untuk inovatif, tentu saja banyak faktor yang ikut berperan, termasuk: lingkungan eksternal; strategi dan model bisnis; kepemimpinan; proses; struktur organisasi dan pedoman perilaku; keterampilan dan pola pikir karyawan; insentif dan penghargaan; aktivasi teknologi. Selain itu, ada lima dimensi yang akan menjelaskan apa yang membentuk budaya inovatif seperti konteks inovasi, orientasi pasar, infrastruktur untuk inovasi, kreativitas dan kekuatan tenaga kerja, dan intensi untuk inovasi.

### **Saran**

Hasil studi ini diharapkan dapat memperkaya literasi akademis di bidang manajemen dan administrasi bisnis. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai rujukan topik terkait dan bisa lebih

mengembangkannya melalui studi kauntitatif yang mengukur vaiditas dan reliabilitas pada suatu unit observasi dan analisis tertentu, sehingga hasilnya lebih kredibel. Tidak hanya itu, temuan penelitian ini sangat penting sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut di bidang manajemen dan administrasi perusahaan, yang dapat mengeksplorasi budaya inovatif, pengaruhnya pada kinerja organisasi, hubungan sebab-akibat dengan hasil bisnis, dan manfaat mendorong budaya inovatif dalam perusahaan. Budaya inovatif mendorong eksperimen, pengambilan risiko, dan keaslian dalam pola pikir karyawan. Keterlibatan aktif kepemimpinan organisasi dan modifikasi dalam struktur organisasi mendukung budaya inovatif. Keuntungan institusi budaya kreatif termasuk efisiensi dalam mengatasi masalah, mengantisipasi tantangan, dan menciptakan produk dan layanan yang lebih baik. Inovasi organisasi berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup. Temuan penelitian ini memiliki signifikansi besar di bidang penelitian, operasi bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan, mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan kreativitas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aboramadan, M., Albashiti, B., Alharazin, H., & Zaidoune, S. (2019). Organizational culture, innovation and performance: a study from a non-western context. *Journal of Management Development*, 39(4), 437–451.
- Acar, O. A., Tarakci, M., & van Knippenberg, D. (2019). Creativity and Innovation Under Constraints: A Cross-Disciplinary Integrative Review. *Journal of Management*, 45(1), 96–121.
- Ausat, A. M. A. (2023). The Application of Technology in the Age of Covid-19 and Its Effects on Performance. *Apollo - Journal of Tourism and Business*, 1(1), 14–22.
- Ausat, A. M. A., & Suherlan, S. (2021). Obstacles and Solutions of MSMEs in Electronic Commerce during Covid-19 Pandemic: Evidence from Indonesia. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 11–19.
- Ausat, A. M. A., Suherlan, S., Peirisal, T., & Hirawan, Z. (2022). The Effect of Transformational Leadership on Organizational Commitment and Work Performance. *Journal of Leadership in Organizations*, 4(4), 61–82.
- Ausat, A. M. A., Velmurugan, R., Mazil, M. M., Mazher, M. A., & Okombo, M. O. (2023). Utilisation of Natural Resources as a Source of Inspiration and Innovation in SME Development. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 1(3), 122–132.
- Ausat, A. M. A., Widayani, A., Rachmawati, I., Latifah, N., & Suherlan, S. (2022). The Effect of Intellectual Capital and Innovative Work Behavior on Business Performance. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(3), 363–378.
- Basir, A., Puspitasari, E. D., Aristarini, C. C., Sulastrri, P. D., & Ausat, A. M. A. (2023). Ethical Use of ChatGPT in the Context of Leadership and Strategic Decisions. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1239–1246.
- Basri, M. (2001). *Metodologi Penelitian Sejarah*. Restu Agung.
- Borman, W. C., Ilgen, D. R., & Klimoski, R. R. (2003). *Industrial and Organizational Psychology* (Weiner. I.B, Ed.; Vol. 12). Wiley.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2021). Does data-driven culture impact innovation and performance of a firm? An empirical examination. *Annals of Operations Research*, 1, 1.
- Curado, C., Henriques, P. L., Jerónimo, H. M., & Azevedo, J. (2022). The Contribution of Communication to Employee Satisfaction in Service Firms: A Causal Configurational Analysis. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 6, 1–14.
- Dodi Setiawan, R., & Ancok, D. (2013). *Pengaruh Budaya Inovasi Persepsian dan Dukungan Organisasi Persepsian terhadap Perilaku*

- Inovatif Karyawan*. Universitas Gadjah Mada.
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., ... Wright, R. (2023). "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.
- Espig, A., Mazzini, I. T., Zimmermann, C., & de Carvalho, L. C. (2022). National culture and innovation: a multidimensional analysis. *Innovation & Management Review*, 19(4), 322–338.
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 1–16.
- Hidayah, K., Kusumaningrum, M., Wismono, F. H., & Amarullah, R. (2018). Aktualisasi Budaya Inovasi Pada Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Borneo Administrator*, 14(3), 249–266.
- Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549–569.
- Kahl, J., de Klerk, S., & Whiteoak, J. (2023). Managing empowerment: adjusting organisational units' autonomy to achieve corporate agility. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 5, 1.
- Kamar, K., Lewaherilla, N. C., Ausat, A. M. A., Ukar, K., & Gadzali, S. S. (2022). The Influence of Information Technology and Human Resource Management Capabilities on SMEs Performance. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2), 1.
- Khootimah Az-zaakiyyah, H., Hidayat, F., Ausat, A. M. A., & Suherlan, S. (2022). Islamic Rural Bank Employee Performance: Role of Motivation, Compensation, and Work Environment. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 44–58.
- Kosasih. (2018). Analisis Tentang Pengaruh Budaya Kerja, Komitmen Organisasi, Dan Standar Prosedur Operasional Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus di PT Kimia Farma Apotek Tbk (Persero) Wilayah Bandung Timur). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 1(2), 95–106.
- Lee, & Jin. (2019). The Role of Ethical Marketing Issues in Consumer-Brand Relationship. *Sustainability*, 11(23), 6536.
- Macht, B., & Davis, A. (2018). Strategies to Influence a Quality and Compliance Culture. *International Journal of Applied Management and Technology*, 17(1), 68–82.
- Metz, D., Ilieş, L., & Nistor, R. L. (2020). The Impact of Organizational Culture on Customer Service Effectiveness from a Sustainability Perspective. *Sustainability*, 12(15), 6240.
- Nielsen, K., Nielsen, M. B., Ogbonnaya, C., Käsälä, M., Saari, E., & Isaksson, K. (2017). Workplace resources to improve both employee well-being and performance: A systematic review and meta-analysis. *Work & Stress*, 31(2), 101–120.
- Noor, L. S., Derriawan, & Soebagy. (2018). Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(1), 70–83.
- Nur'aeni, Ausat, A. M. A., Purnomo, Y. J., Munir, A. R., & Suherlan. (2022). Do Motivation, Compensation, and Work Environment Improve Employee Performance: A Literature Review. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2), 1.
- Nurhayani, M. (2022). Analisis Nilai Budaya Kerja sebagai Faktor Pembentuk Potensi Kerja Karyawan pada PT Sumber Graha Sejahtera (SGS). Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Palmer, D., & Kaplan, S. (2013). *A Framework for Strategic Innovation-Blending strategy and creative exploration to discover future business opportunities*. InnovationPoint.
- Piwowar-Sulej, K. (2021). Human resources development as an element of sustainable HRM – with the focus on production engineers. *Journal of Cleaner Production*, 278, 124008.
- S Marttono. (2013). Strategi Peningkatan Kinerja Program Studi melalui Optimalisasi Peran Pimpinan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 30–45.

- Schein, E. H. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (3rd ed.). The Jossey-Bass business & management series.
- Sonmez Cakir, F., & Adiguzel, Z. (2020). Analysis of Leader Effectiveness in Organization and Knowledge Sharing Behavior on Employees and Organization. *SAGE Open*, 10(1), 1–14.
- Stoffers, J., Neessen, P., & Dorp, P. van. (2015). Organizational Culture and Innovative Work Behavior: A Case Study of a Manufacturer of Packaging Machines. *American Journal of Industrial and Business Management*, 05(04), 198–207.
- Subagja, A. D., Ausat, A. M. A., & Suherlan. (2022). The Role of Social Media Utilization and Innovativeness on SMEs Performance. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 24(2), 85–102.
- Sutrisno, S., Kuraesin, A. D., Siminto, S., Irawansyah, I., & Ausat, A. M. A. (2023). The Role of Information Technology in Driving Innovation and Entrepreneurial Business Growth. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 586–597.
- Touriano, D., Sutrisno, S., Kuraesin, A. D., Santosa, S., & Ausat, A. M. A. (2023). The Role of Information Technology in Improving the Efficiency and Effectiveness of Talent Management Processes. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 539–548.
- Tran, S. K. (2017). GOOGLE: a reflection of culture, leader, and management. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2(10), 10.
- Truitt, D. L. (2011). The Effect of Training and Development on Employee Attitude as it Relates to Training and Work Proficiency. *SAGE Open*, 1(3), 1–13.
- Tsai, Y. (2011). Relationship between Organizational Culture, Leadership Behavior and Job Satisfaction. *BMC Health Services Research*, 11(1), 98.
- Utami, E. U. S., & Kamal, B. (2023). Faktor Penentu Terbentuknya Budaya Kerja Inovatif (Studi pada Politeknik Harapan Bersama). *Owner*, 7(2), 920–931.
- Wallach. (1983). Individual and Organization, The Cultural Match. *Training and Development Journal*, 29–36.
- Yang, T., Jiang, X., & Cheng, H. (2022). Employee Recognition, Task Performance, and OCB: Mediated and Moderated by Pride. *Sustainability*, 14(3), 1631.