

Inovasi Disruptif: Apakah Sebuah Keharusan?

INOVASI disruptif (*disruptive innovation*) adalah inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu. Inovasi disruptif mengembangkan suatu produk atau layanan dengan cara yang tak diduga pasar, dengan menciptakan jenis konsumen berbeda pada pasar yang baru dan menurunkan harga pada pasar yang lama.

Istilah *disruptive innovation* mulai dikenal ketika Clayton M. Christensen seorang Profesor Bisnis dari Harvard Business School menerbitkan buku yang

berjudul *The Innovator Dilemma* di tahun 1997. Pada awal mulanya, Clayton M. Christensen menyebutnya dengan istilah *disruptive technology*, namun seiring perkembangan dia pun lebih mempopulerkan istilah *disruptive innovation*.

Dalam era saat ini, kemampuan inovasi berguna bagi perusahaan untuk bertahan hidup, berkelanjutan di tengah persaingan dan dinamika dunia bisnis yang bergerak semakin dinamis. Perubahan ini, tidak dapat disangkal dunia sudah berubah karena era digital dan otomatisasi teknologi. Meniang dalam persaingan saat ini, harus

jeli dalam melihat peluang yang ada di pasar, harus pandai dalam mengeksploitasi peluang yang ada, harus selalu berinovasi. Salah satu contoh dari Inovasi Disruptif (*disruptive innovation*) adalah *floppy disk* sudah tergantikan dengan USB dan *flash disk*, kamera menggunakan film sudah tergantikan dengan kamera digital, dan masih banyak lagi. Ada beberapa karakteristik inovasi disruptif yang biasanya mempunyai target orang yang sudah mengalami kejenuhan akan satu layanan atau produk tertentu. Produk atau jasa lebih mudah penggunaannya dengan biaya yang lebih terjangkau, dan



Oleh:
Widuri Kurniasari

penggunaan teknologi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *value proposition*.

Yang menjadi pertanyaan sekarang adalah apakah inovasi



disruptive sebuah keharusan? Untuk menjawab pertanyaan ini, ada beberapa hal yang harus kita pertimbangkan. Pertama, inovasi *disruptive* selalu berkaitan dengan teknologi. Teknologi yang terbaru dan terus terbaru. Jika terlambat memperbarui teknologi, perlahan hanya akan menjadi ter-

tinggal dan hanya akan menjadi pengikut saja. Kedua adalah konsumen, mereka akan cenderung untuk mencari produk dan jasa yang mudah diakses, biaya transaksi rendah, dan kecepatan dalam transaksi serta pengiriman. Yang terpenting harus mampu memahami dan mengantisipasi selera konsumen yang selalu berubah. Ketiga, bisnis apa yang akan diciptakan dan untuk pasar yang mana. Jangan sampai kita salah dalam memasuki pasar dan tidak memahami bisnis yang akan dijalankan dan tidak dikuasai.

Dari pertimbangan tersebut, sebelum menerapkan *disrup-*

tive innova bisnis harus selalu *upgr* variasi, be bahan sel cepat, nan erhatikan j puan unt mengelola *ruptive in* harusan? pada diri k rubah den ensinya a menjadi p

*) Dose dan

Permintaan Elektronik dan Ponsel Melon

Apresiasi Pemudik Pameran HomeTech ke-39 Diperpanjang

SEMARANG—Permintaan

sel sejak awal Ramadan. Lantaran, adanya harga promo selama pameran HomeTech ke-39 yang diperpanjang hingga 30 Juni 2018. "Perpanjangan waktu pameran ini, untuk memberikan kesempatan masyarakat

di Semarang cukup panas.

Selain produk pendingin permintaan TV LED juga cukup tinggi. Melihat kondisi ekonomi yang bergairah ini, Samsung menggelar promo, setiap pembelian QLED TV dan Premium



Ar-Bani
Madrasah Wisata

- 0811 290 6412 - 0852 9058 5859
- 0857 2763 3273 - 0812 2857 7116
- 0812 2517 1414 - (024) 760 1577

Jl. Pamularsih Raya 104 Semarang