



EKSPLORASI KERANGKA FILOSOFI INOVASI TERHADAP KINERJA STARTUP

EXPLORATION OF THE INNOVATION PHILOSOPHY FRAMEWORK FOR STARTUP PERFORMANCE

Harry Yulianto

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

Email: harryyulianto.stieypup@gmail.com

Article history :

Received : 08-12-2024

Revised : 10-12-2024

Accepted: 12-12-2024

Published: 15-12-2024

Abstract

Startups play a vital role in the global economy, with innovation at the core of their growth and sustainability. This study aims to develop a framework of innovation philosophy integrating epistemology and ontology to holistically understand startup performance. The research adopts a literature review method, analyzing key theories such as entrepreneurial orientation, adaptability to external environments, innovation strategies, and strategic partnerships. The findings reveal that epistemology enables the creation of new knowledge relevant to market needs, while ontology helps understand the fundamental nature of innovation and its impact on social and economic structures. This framework supports not only the development of new products or services but also ensures innovation sustainability through high adaptability to environmental changes. The conclusion indicates that this framework offers strategic guidance for startups to create sustainable value, despite the limitation of lacking empirical verification. Future studies are recommended to empirically test this framework through mixed-method approaches.

Keywords : *philosophy, innovation, performance, startup.*

Abstrak

Startup memainkan peranan penting dalam perekonomian global, dengan inovasi sebagai inti dari pertumbuhan dan keberlanjutannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka filosofi inovasi yang mengintegrasikan aspek epistemologi dan ontologi untuk memahami kinerja *startup* secara holistik. Penelitian dilakukan melalui metode studi literatur, yang mengkaji teori-teori utama seperti orientasi kewirausahaan, adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal, strategi inovasi, serta kemitraan strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi epistemologi memungkinkan penciptaan pengetahuan baru yang relevan untuk kebutuhan pasar, sementara pendekatan ontologi membantu memahami sifat dasar inovasi dan dampaknya terhadap struktur sosial dan ekonomi. Kerangka ini tidak hanya mendukung pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga memastikan keberlanjutan inovasi melalui adaptabilitas yang tinggi terhadap perubahan lingkungan. Kesimpulan menunjukkan bahwa kerangka ini memberikan panduan strategis yang relevan bagi *startup* untuk menciptakan nilai berkelanjutan, meskipun keterbatasan penelitian ini terletak pada absennya verifikasi empiris. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji kerangka ini secara langsung melalui studi empiris dengan pendekatan campuran.

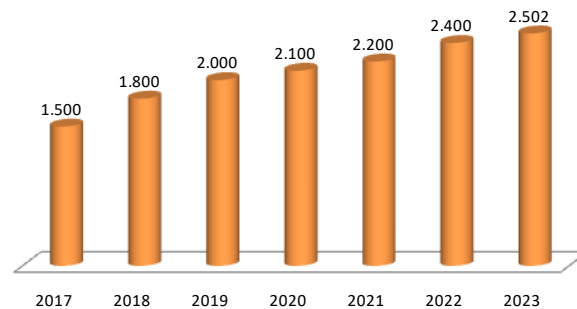
Kata Kunci : *filosofi, inovasi, kinerja, startup.*

PENDAHULUAN

Inovasi merupakan elemen krusial dalam meningkatkan kinerja *startup*. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki (Suryana, 2008). *Startup*, sebagai unit bisnis penggerak



perekonomian, perlu terus berinovasi agar memiliki keunggulan bersaing dan mampu memenangkan pasar (Yulianto et al., 2023). Kerjasama dengan *startup* teknologi dianggap sebagai strategi penting, karena *startup* cenderung lebih lincah dalam mengembangkan ide-ide baru, memiliki kemampuan untuk dengan cepat menguji dan menerapkan teknologi baru, serta membawa perspektif yang segar dalam menyelesaikan permasalahan bisnis (Yulianto. et al., 2023). Oleh karena itu, memahami kerangka filosofi inovasi menjadi esensial pada konteks tersebut.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah *Startup* di Indonesia (2017-2023)

Sumber: Marietha (2024).

Perkembangan *startup* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat, terutama sejak tahun 2017. Namun, banyak *startup* menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja yang berkelanjutan. Indikator kinerja merupakan salah satu instrumen penting untuk pengukuran kinerja sebagai tolok ukur keberhasilan suatu inovasi. Selain itu, budaya organisasi memainkan peran penting dalam inovasi dan kesuksesan *startup* teknologi, sehingga diperlukan kerangka filosofi inovasi yang dapat membantu *startup* dalam meningkatkan kinerjanya.

Berbagai penelitian telah membahas hubungan antara inovasi dan kinerja *startup*. Orientasi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap penciptaan peluang baru dan peningkatan kinerja *startup*, terutama melalui kemampuan untuk memahami kebutuhan konsumen dan menyesuaikan produk atau layanan dengan cepat (Buli, 2017). Selain itu, Ries (2011) memperkenalkan pendekatan eksperimental dan pembelajaran iteratif yang menekankan pentingnya menguji hipotesis bisnis dengan *Minimum Viable Product* (MVP) untuk meminimalkan risiko kegagalan. Pendekatan tersebut memberikan dasar yang kuat dalam strategi inovasi, tetapi sebagian besar berfokus pada aspek praktis tanpa menghubungkan inovasi dengan dimensi filosofi yang lebih mendalam. Kajian Hargadon dan Bechky (2006) menyatakan pentingnya kreativitas kolektif dalam pengambilan keputusan inovasi, tetapi tidak membahas landasan epistemologis atau ontologis dari proses tersebut.

Penelitian Smith dan Lewis (2011) menyatakan bahwa inovasi sering kali melibatkan ketegangan antara eksploitasi (menggunkan sumber daya saat ini) dan eksplorasi (menciptakan sesuatu yang baru), tetapi belum ada model filosofi yang dapat menjelaskan keseimbangan dalam konteks *startup*. Pada literatur terkini, hanya sedikit yang mengkaji bagaimana kerangka filosofi inovasi dapat digunakan secara komprehensif untuk meningkatkan kinerja *startup*, khususnya dalam merancang strategi inovasi yang holistik dan berkelanjutan. Kerangka filosofi inovasi dapat mengintegrasikan dimensi-dimensi seperti etika, epistemologi, dan ontologi untuk memberikan dasar yang lebih kuat bagi proses inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan (*gap*), dengan merancang kerangka yang menghubungkan filosofi dan praktik inovasi pada konteks *startup*.



Meskipun banyak penelitian telah membahas aspek inovasi dalam *startup*, masih terdapat kesenjangan dalam literatur terkait penerapan kerangka filosofi inovasi secara holistik. Sebagian besar studi fokus pada aspek praktis tanpa mengaitkannya dengan landasan filosofi yang mendasari proses inovasi, maka diperlukan penelitian yang mengintegrasikan perspektif filosofi dalam kerangka inovasi untuk meningkatkan kinerja *startup*.

Saat ini (*das Sein*), banyak *startup* berfokus pada inovasi produk dan layanan tanpa mempertimbangkan landasan filosofi yang mendasari proses tersebut. Idealnya (*das Sollen*), *startup* harus mengembangkan kerangka filosofi inovasi yang komprehensif, mencakup aspek etika, epistemologi, dan ontologi, untuk memastikan bahwa inovasi yang dilakukan tidak hanya efektif tetapi juga berkelanjutan dan bertanggung jawab (Yulianto, 2021). Banyak *startup* menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja yang berkelanjutan karena kurangnya kerangka inovasi yang terstruktur. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang pentingnya landasan filosofi dalam proses inovasi seringkali mengakibatkan inovasi yang tidak berkelanjutan atau tidak sesuai dengan nilai-nilai etis (Yulianto, 2024).

Studi ini menawarkan pendekatan baru dengan mengintegrasikan perspektif filosofi dalam kerangka inovasi untuk *startup*, sehingga diharapkan memberikan wawasan baru tentang bagaimana landasan filosofi dapat mempengaruhi proses inovasi dan kinerja *startup* secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka filosofi inovasi yang dapat digunakan oleh *startup* untuk meningkatkan kinerjanya, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur terkait inovasi dan kinerja *startup*, serta memberikan panduan praktis bagi para pelaku *startup* dalam mengimplementasikan inovasi yang berlandaskan filosofi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk mengeksplorasi kerangka filosofi inovasi dan dampaknya terhadap kinerja *startup*. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam melalui analisis interpretatif terhadap data yang ada (Fadli, 2021). Sedangkan, metode studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian. Metode studi literatur sangat efektif untuk penelitian yang membutuhkan eksplorasi mendalam terhadap konsep-konsep yang telah ada, seperti kerangka filosofi inovasi, tanpa harus melakukan pengumpulan data langsung. Studi literatur memungkinkan peneliti untuk menghasilkan sintesis pengetahuan yang lebih luas, sehingga dapat membangun landasan teoretis yang kuat untuk mendukung penelitian lebih lanjut (Snyder, 2019).

Selain itu, metode studi literatur bermanfaat untuk menghemat sumber daya, terutama pada konteks studi dengan ruang lingkup luas atau dengan keterbatasan waktu dan biaya. Baumeister dan Leary (1997) menyatakan bahwa studi literatur memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai latar belakang masalah dengan mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam literatur yang ada. Metode studi literatur relevan dalam penelitian filosofi, di mana pemahaman terhadap berbagai teks, pemikiran, dan teori yang telah ada sangat penting untuk mengembangkan konsep-konsep baru atau menafsirkan ulang teori yang ada (Moleong, 2017).

Pada konteks filosofi, studi ini mengadopsi pendekatan hermeneutik untuk menafsirkan teks dan konsep terkait inovasi dan kinerja *startup*. Pendekatan hermeneutik memungkinkan peneliti



untuk memahami makna di balik teks dan konteksnya, sehingga dapat mengungkap pemahaman yang lebih dalam mengenai konsep yang diteliti. Pendekatan hermeneutik dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami dan menafsirkan makna di balik teks, konsep, atau ide yang menjadi fokus penelitian. Pada konteks filosofi inovasi, hermeneutik sangat relevan karena memberikan ruang bagi eksplorasi mendalam terhadap gagasan teoretis dan implikasinya terhadap fenomena nyata seperti kinerja *startup*.

Hermeneutik berakar pada tradisi filosofi yang menekankan pentingnya interpretasi sebagai alat untuk memahami hubungan antara teks dan konteks. Menurut Gadamer (1989), hermeneutik adalah proses dialogis yang mengungkap pemahaman baru melalui interaksi antara peneliti dan teks. Hermeneutik sangat relevan dalam penelitian filosofi, karena gagasan sering kali bersifat abstrak dan memerlukan penafsiran untuk diaplikasikan pada konteks praktis. Pendekatan hermeneutik memungkinkan peneliti untuk menggali dimensi etika, epistemologi, dan ontologi dalam konsep inovasi, yang sering kali tersembunyi dalam diskusi formal. Gadamer (1989) menekankan bahwa hermeneutik membantu peneliti menafsirkan fenomena secara lebih holistik, mencakup dimensi historis dan budaya yang membentuk makna dari konsep yang diteliti. Dengan menggunakan hermeneutik, penelitian ini tidak hanya menjelaskan apa yang tersurat, tetapi juga yang tersirat, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap kerangka filosofi inovasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari artikel jurnal ilmiah, buku, dan publikasi lain yang relevan dengan topik inovasi, filosofi, dan kinerja *startup*. Data sekunder dipilih karena memberikan efisiensi dalam mengumpulkan informasi yang sudah ada untuk mendukung tujuan penelitian. Data sekunder mencakup hasil penelitian terdahulu, laporan, dan artikel jurnal yang telah dipublikasikan. Menurut Johnston (2017), penggunaan data sekunder memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan informasi yang telah diverifikasi, sehingga menghemat waktu dan biaya dalam pengumpulan data penelitian. Pada studi yang berfokus pada filosofi inovasi dan kinerja *startup*, data sekunder relevan karena literatur sebelumnya dapat menyediakan wawasan teoretis dan empiris yang mendalam. Data sekunder dapat membantu mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam studi sebelumnya yang kemudian menjadi dasar untuk pengembangan penelitian baru (Vartanian, 2010). Selain itu, data sekunder memberikan akses pada cakupan data yang lebih luas dibandingkan dengan pengumpulan data primer. Hal ini penting untuk penelitian yang mengkaji konsep abstrak seperti filosofi inovasi, di mana berbagai sumber seperti artikel jurnal, buku, dan laporan menjadi landasan utama analisis (Moleong, 2017).

Pengumpulan data melalui penelusuran literatur di database akademik karena memberikan akses ke sumber informasi yang kredibel, relevan, dan telah melalui proses *peer-review*. Database akademik seperti *Google Scholar*, *JSTOR*, *ScienceDirect*, dan *ProQuest* menyediakan koleksi artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik penelitian, sehingga mendukung validitas data yang digunakan. Kata kunci yang digunakan meliputi "filosofi inovasi," "kinerja *startup*," dan "kerangka filosofi." Setelah mengidentifikasi sumber yang relevan, peneliti melakukan seleksi berdasarkan relevansi dan kredibilitas sumber tersebut.

Menurut Hart (2018), penelusuran literatur di database akademik memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi penelitian terdahulu yang berkualitas dan sesuai dengan topik kajian. Database akademik juga menyediakan fitur pencarian yang memungkinkan penyaringan berdasarkan kata kunci, tahun publikasi, dan topik spesifik, sehingga proses pengumpulan data menjadi lebih terfokus dan efisien. Penelusuran literatur ini juga penting dalam penelitian berbasis



filosofi, karena konsep yang dikaji sering kali abstrak dan membutuhkan referensi dari berbagai disiplin ilmu untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Snyder (2019) menyatakan bahwa studi literatur membantu peneliti dalam menemukan kesenjangan penelitian dan membangun landasan teori yang kuat. Dengan menggunakan database akademik, penelitian dapat memanfaatkan data terkini dan relevan yang mendukung tujuan analisis dan interpretasi yang mendalam.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi (*content analysis*) karena memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menganalisis tema atau pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan. Pada konteks penelitian ini, analisis isi digunakan untuk memahami bagaimana konsep filosofi inovasi diuraikan dalam literatur dan bagaimana kaitannya dengan kinerja *startup*. Menurut Krippendorff (2018), analisis isi sebagai pendekatan yang sangat fleksibel dan sesuai untuk menganalisis data kualitatif, termasuk teks, dokumen, atau publikasi ilmiah. Metode analisis isi membantu peneliti mengorganisasi data yang kompleks ke dalam kategori-kategori yang bermakna, sehingga mempermudah interpretasi.

Elo dan Kyngäs (2008) menyatakan bahwa analisis isi memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul dari data, baik secara induktif (berangkat dari data) maupun deduktif (berdasarkan teori yang ada). Dalam penelitian ini, metode ini digunakan untuk mengungkap tema-tema utama seperti dimensi etika, epistemologi, dan ontologi dalam kerangka filosofi inovasi. Analisis isi memberikan struktur yang sistematis untuk mengeksplorasi keterkaitan antara tema yang muncul, sehingga memungkinkan peneliti untuk menghasilkan sintesis yang mendalam dan relevan terhadap pertanyaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Filosofi Inovasi

Filosofi inovasi merupakan cabang filosofi yang mempelajari dasar konseptual, etika, dan implikasi sosial dari inovasi. Bidang ini berfokus pada pertanyaan mendasar seperti: Apa itu inovasi? Bagaimana proses inovasi terjadi? Apa dampak etis dan sosial dari inovasi? Dengan demikian, filosofi inovasi tidak hanya mengeksplorasi definisi dan proses inovasi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai dan konsekuensi yang menyertainya.

Salah satu tokoh utama dalam pengembangan konsep inovasi yakni Schumpeter, seorang ekonom Austria yang memperkenalkan konsep "destruksi kreatif" (*creative destruction*). Pada karyanya "*Capitalism, Socialism, and Democracy*", Schumpeter (1942) menjelaskan bahwa inovasi adalah kekuatan pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial. Proses inovasi secara inheren mengganggu struktur ekonomi yang ada, menghancurkan industri lama, dan menciptakan yang baru. Konsep ini menekankan bahwa inovasi tidak hanya tentang penemuan teknologi baru, tetapi juga tentang transformasi sistem ekonomi dan sosial secara keseluruhan.

Christensen memperkenalkan teori "inovasi disruptif" (*disruptive innovation*) dalam bukunya "*The Innovator's Dilemma*". Christensen (1997) menjelaskan bagaimana perusahaan kecil dengan sumber daya terbatas dapat mengganggu pasar yang sudah mapan dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih sederhana dan terjangkau, yang pada akhirnya dapat menggantikan pemain dominan di pasar tersebut. Teori inovasi disruptif menyoroti pentingnya memahami dinamika pasar dan kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi sebagai kunci sukses dalam inovasi.

Pemahaman mendalam tentang filosofi inovasi memiliki implikasi signifikan bagi dunia bisnis. Pertama, perusahaan perlu menyadari bahwa inovasi adalah proses yang berkelanjutan dan esensial untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan mereka. Mengabaikan inovasi dapat



menyebabkan stagnasi dan kehilangan daya saing di pasar. Kedua, konsep "destruksi kreatif" menekankan bahwa perusahaan harus siap menghadapi perubahan dan bahkan mengganggu model bisnis mereka sendiri sebelum pesaing melakukannya. Ini berarti bahwa perusahaan harus proaktif dalam mencari peluang inovasi dan tidak terjebak dalam zona nyaman dengan produk atau layanan yang sudah ada. Ketiga, teori "inovasi disruptif" mengajarkan bahwa perusahaan harus peka terhadap kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi dan siap untuk mengembangkan solusi yang mungkin tampak sederhana atau kurang menguntungkan pada awalnya, tetapi memiliki potensi untuk mengganggu pasar yang ada. Ini menekankan pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas dalam strategi bisnis. Keempat, filosofi inovasi juga menyoroti aspek etika dalam proses inovasi. Perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari inovasi mereka, memastikan bahwa inovasi tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga bertanggung jawab secara sosial.

Inovasi, yang didefinisikan sebagai proses menciptakan nilai baru melalui pengembangan ide, produk, atau layanan, memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat. Menurut Andreas dan Bukidz (2023), inovasi tidak hanya memengaruhi aspek teknis dan ekonomis, tetapi juga berdampak pada struktur sosial, budaya, dan nilai-nilai yang dianut masyarakat. Pada konteks ini, konsep inovasi sering kali dihubungkan dengan peningkatan kualitas hidup melalui efisiensi teknologi, kemudahan akses, dan perbaikan sistem sosial.

Namun, inovasi juga dapat memunculkan tantangan sosial dan etika. Dampaknya, baik positif maupun negatif, sering kali tidak merata. Seperti otomasi pada industri yang meningkatkan efisiensi tetapi dapat menyebabkan pengangguran dalam skala besar. Fenomena ini menunjukkan perlunya pendekatan etis dalam proses inovasi untuk memastikan dampaknya tidak merugikan kelompok tertentu dalam masyarakat (Schumpeter, 1942). Penerapan inovasi memerlukan kerangka kerja yang mempertimbangkan keadilan distribusi manfaat dan beban inovasi.

Penerapan nilai-nilai etis dalam inovasi juga mencakup transparansi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan. Menurut Christensen (1997), inovasi yang bertanggung jawab adalah inovasi yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan, seperti menggunakan bahan ramah lingkungan dalam pengembangan produk atau memastikan bahwa proses produksi tidak mencemari lingkungan.

Selain itu, inovasi perlu dilandasi oleh nilai-nilai inklusivitas. Proses inovasi harus melibatkan berbagai kelompok masyarakat untuk memastikan bahwa kebutuhan dan kepentingan semua pihak terakomodasi. Pendekatan ini membantu menciptakan solusi yang relevan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat, seperti inovasi dalam teknologi kesehatan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan kelompok rentan seperti lansia dan penyandang disabilitas mencerminkan penerapan nilai inklusivitas. Konsep dan praktik inovasi memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan pertimbangan teknis, sosial, dan etis. Inovasi yang hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek tanpa memperhatikan nilai-nilai etis, akan berpotensi menciptakan kesenjangan sosial dan merusak kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai etis seperti transparansi, tanggung jawab sosial, keberlanjutan, dan inklusivitas menjadi penting pada setiap proses inovasi.

Filosofi inovasi mempertimbangkan aspek epistemologi dan ontologi, karena keduanya merupakan elemen mendasar yang membantu memahami esensi, proses, dan dampak dari inovasi.



1. Aspek epistemologi

Epistemologi, cabang filosofi yang mempelajari hakikat, sumber, dan batasan pengetahuan, berperan penting dalam filosofi inovasi. Inovasi tidak hanya melibatkan penciptaan sesuatu yang baru, tetapi juga proses pembelajaran dan pengembangan pengetahuan baru yang mendukung inovasi tersebut. Inovasi sering kali muncul dari kombinasi pengetahuan yang ada dengan ide-ide baru. Proses ini melibatkan konversi pengetahuan *tacit* (implisit) menjadi pengetahuan eksplisit melalui interaksi sosial dan pembelajaran organisasi (Nonaka & Takeuchi, 1995). Pengetahuan *tacit*, seperti intuisi dan pengalaman pribadi, sulit diartikulasikan tetapi menjadi sumber penting bagi inovasi. Transformasi pengetahuan *tacit* menjadi eksplisit memungkinkan penyebaran dan penerapan ide inovatif di organisasi.

Setelah pengetahuan baru dihasilkan, langkah berikutnya adalah validasi dan justifikasi. Dalam konteks inovasi, ini berarti menguji ide atau produk baru melalui prototipe, eksperimen, atau uji pasar. Pendekatan *lean startup* yang diperkenalkan oleh Ries (2011) menekankan pentingnya eksperimen cepat dan pembelajaran berkelanjutan untuk memvalidasi hipotesis bisnis. Validasi pengetahuan inovatif tidak hanya bergantung pada metode ilmiah tradisional tetapi juga pada respons pasar dan umpan balik pelanggan. Setelah divalidasi, pengetahuan inovatif perlu disebarkan dan diterapkan. Rogers (2003) dalam teorinya tentang difusi inovasi menjelaskan bahwa adopsi inovasi mengikuti kurva yang melibatkan inovator, pengadopsi awal, mayoritas awal, mayoritas akhir, dan laggard. Pemahaman tentang bagaimana pengetahuan inovatif menyebar dalam masyarakat atau organisasi membantu dalam merancang strategi implementasi yang efektif.

Meskipun inovasi berpotensi membawa manfaat besar, terdapat tantangan epistemologis yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah bias kognitif yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam inovasi. Kahneman dan Tversky (1979) menyatakan bahwa manusia cenderung membuat keputusan berdasarkan heuristik yang dapat menyebabkan kesalahan (bias) yang sistematis. Pada konteks inovasi, bias dapat mengarah pada overestimasi potensi sukses atau underestimasi risiko.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, penting bagi praktisi inovasi untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip epistemologi dalam praktiknya, termasuk mengembangkan budaya organisasi yang mendukung pembelajaran berkelanjutan, keterbukaan terhadap umpan balik, dan kesediaan untuk menguji asumsi secara kritis. Inovasi tidak hanya menjadi proses kreatif, tetapi juga proses pembelajaran yang berkelanjutan. Dari perspektif epistemologi, filosofi inovasi menawarkan kerangka kerja untuk memahami bagaimana pengetahuan baru dihasilkan, divalidasi, dan diterapkan. Dengan memahami aspek epistemologis, organisasi dan individu dapat lebih efektif dalam mengelola proses inovasi, mengatasi tantangan yang muncul, serta memaksimalkan manfaat dari ide-ide baru.

2. Aspek ontologi

Ontologi sebagai cabang filosofi yang mempelajari hakikat keberadaan dan realitas, membantu memahami apa yang dimaksud dengan "inovasi" secara mendasar. Dalam filosofi inovasi, ontologi mengeksplorasi sifat dasar inovasi, seperti: Apa yang membuat suatu ide atau produk dianggap inovatif? Apakah inovasi merupakan proses yang berkelanjutan atau suatu peristiwa tertentu? Bagaimana inovasi ada dan berinteraksi dengan elemen-elemen lain, seperti teknologi, manusia, dan masyarakat? (Yulianto & Iryani, 2021).



Menurut Andreas. dan Bukidz (2023), filosofi inovasi melibatkan analisis kritis terhadap konsep dan praktik inovasi, termasuk bagaimana inovasi mempengaruhi masyarakat dan bagaimana nilai-nilai etis dapat diterapkan dalam proses inovasi. Dari perspektif ontologi, inovasi dapat dipandang sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru yang memiliki nilai atau manfaat tertentu. Hal ini mencakup pengembangan ide, produk, atau layanan yang sebelumnya tidak ada atau merupakan perbaikan signifikan dari yang sudah ada, sehingga inovasi tidak hanya terbatas pada penemuan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses, model bisnis, atau bahkan struktur sosial.

Selain itu, ontologi inovasi juga mempertimbangkan sifat dinamis dari inovasi itu sendiri. Inovasi sering kali melibatkan proses iteratif yang terus berkembang seiring waktu, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan pasar, kemajuan teknologi, dan perubahan sosial. Dengan demikian, memahami ontologi inovasi dapat membantu dalam mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang membentuk proses inovatif dan bagaimana elemen-elemen tersebut berinteraksi pada konteks yang lebih luas.

Mengintegrasikan epistemologi dan ontologi ke dalam filosofi inovasi memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami inovasi secara mendalam. Epistemologi, yang mempelajari hakikat dan sumber pengetahuan, serta ontologi yang mempelajari hakikat keberadaan, bersama-sama membantu menjelaskan bagaimana inovasi muncul, berkembang, dan berdampak pada realitas.

Epistemologi berfokus pada bagaimana pengetahuan baru dihasilkan dan divalidasi dalam proses inovasi. Pengetahuan *tacit* (implisit) dapat diubah menjadi pengetahuan eksplisit melalui interaksi sosial dan pembelajaran organisasi, yang menjadi dasar bagi inovasi (Nonaka & Takeuchi, 1995). Proses ini melibatkan konversi pengetahuan individu menjadi pengetahuan kolektif yang dapat diterapkan dalam konteks praktis. Sedangkan, ontologi membantu memahami esensi dari inovasi itu sendiri. Pertanyaan seperti "Apa yang membuat suatu ide atau produk dianggap inovatif?" dan "Bagaimana inovasi mempengaruhi struktur realitas yang ada?" adalah fokus utama dalam ontologi inovasi. Inovasi tidak hanya tentang penciptaan teknologi baru, tetapi juga transformasi dalam cara berpikir, bekerja, atau berinteraksi di masyarakat (Andreas & Bukidz, 2023). Melalui integrasi epistemologi dan ontologi, filosofi inovasi dapat:

1. Memahami proses penciptaan pengetahuan

Filosofi inovasi membantu menjelaskan bagaimana pengetahuan baru dihasilkan melalui interaksi antara individu dan lingkungan, serta bagaimana pengetahuan tersebut divalidasi dan diterapkan dalam konteks inovasi.

2. Mengidentifikasi esensi inovasi

Filosofi inovasi membantu mengklarifikasi apa yang dimaksud dengan inovasi, karakteristiknya, dan bagaimana ia berbeda dari perubahan atau modifikasi biasa.

3. Mengevaluasi dampak inovasi

Filosofi inovasi memungkinkan analisis mendalam tentang bagaimana inovasi mempengaruhi struktur sosial, ekonomi, dan budaya, serta implikasi etis yang menyertainya.

4. Membentuk strategi inovasi yang holistik

Dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pengetahuan dihasilkan dan apa esensi dari inovasi, organisasi dapat merancang strategi inovasi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Integrasi epistemologi dan ontologi memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami inovasi tidak hanya sebagai produk akhir, tetapi sebagai proses dinamis yang melibatkan



penciptaan pengetahuan dan transformasi realitas. Mengintegrasikan aspek epistemologi dan ontologi dalam filosofi inovasi memungkinkan pendekatan yang lebih holistik dan bertanggung jawab dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi inovasi.

1. Perancangan inovasi

Dengan memahami epistemologi yaitu bagaimana pengetahuan dihasilkan dan divalidasi, perancang inovasi dapat memastikan bahwa ide-ide baru didasarkan pada pengetahuan yang sah dan relevan. Proses konversi pengetahuan *tacit* menjadi eksplisit melalui interaksi sosial dan pembelajaran organisasi merupakan dasar bagi inovasi yang efektif (Nonaka & Takeuchi, 1995). Selain itu, pemahaman ontologis tentang esensi inovasi membantu perancang dalam mengidentifikasi karakteristik fundamental dari inovasi yang diinginkan, memastikan bahwa inovasi tersebut sesuai dengan kebutuhan dan konteks spesifik.

2. Implementasi inovasi

Selama implementasi, pendekatan holistik yang mengintegrasikan epistemologi dan ontologi memastikan bahwa inovasi tidak hanya diterapkan secara teknis, tetapi juga mempertimbangkan dinamika sosial, budaya, dan etika. Hal ini untuk memastikan bahwa inovasi diterima dan diadopsi oleh masyarakat atau organisasi. Inovasi yang mempertimbangkan nilai-nilai etis dan dampak sosial cenderung lebih berhasil dalam jangka panjang (Andreas & Bukidz, 2023).

3. Evaluasi inovasi

Pada tahap evaluasi, pendekatan ini memungkinkan penilaian yang komprehensif terhadap keberhasilan inovasi, tidak hanya dari segi efisiensi atau profitabilitas, tetapi juga dampaknya terhadap struktur sosial, budaya, dan nilai-nilai yang ada. Evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga proses dan dampak yang ditimbulkan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip-prinsip inovasi yang bertanggung jawab, sehingga menekankan pentingnya mempertimbangkan implikasi etis dan sosial dari inovasi.

Melalui integrasi epistemologi dan ontologi, pendekatan ini memastikan bahwa inovasi dirancang, diimplementasikan, dan dievaluasi dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh inovasi tersebut. Hal tersebut akan menghasilkan inovasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan etis.

Grand Theory Kinerja Startup

Grand theory kinerja *startup* sebagai kerangka konseptual yang komprehensif yang dirancang untuk memahami dan menjelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan rintisan (*startup*). Teori ini mengintegrasikan berbagai perspektif dari bidang manajemen, kewirausahaan, dan inovasi untuk memberikan wawasan mendalam tentang dinamika yang menentukan keberhasilan atau kegagalan *startup*. Komponen utama *grand theory* pada kinerja *startup* sebagai berikut:

1. Sumber daya dan kapabilitas

Sumber daya dan kapabilitas merupakan elemen fundamental yang memengaruhi kinerja dan keberhasilan *startup*. Dalam kerangka *Resource-Based View* (RBV), seperti yang dikemukakan oleh Barney (1991), keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dapat dicapai dengan mengelola sumber daya yang unik, berharga, sulit ditiru, dan tidak dapat disubstitusi (*Valuable, Rare, Inimitable, and Non-substitutable* atau VRIN). *Startup* dengan sumber daya yang unik tetapi tanpa kapabilitas yang memadai, cenderung gagal memanfaatkan potensinya.



Sinergi antara sumber daya dan kapabilitas menjadi kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Yulianto & Iryani, 2024).

Manajemen yang kompeten membantu bisnis untuk mengarahkan strategi, mengelola sumber daya, dan membuat keputusan yang mendukung pertumbuhan (Yulianto & Iryani, 2023). Keahlian dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko juga penting dalam ekosistem *startup*. Barney (1991) menyebutkan bahwa kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya internal merupakan kunci untuk mengkonversi sumber daya menjadi keunggulan kompetitif.

Keunggulan *startup* tidak hanya bergantung pada ketersediaan sumber daya tetapi juga pada kemampuan untuk mengelola dan mengkombinasikannya secara efektif. Sumber daya seperti modal, teknologi, dan jaringan, serta kapabilitas seperti keahlian manajemen dan kemampuan inovasi sebagai pilar penting dalam menentukan kinerja *startup*. Pengelolaan sumber daya yang unik dan sulit ditiru, sebagaimana yang dijelaskan dalam RBV oleh Barney (1991), memberikan dasar teoritis yang kuat untuk memahami bagaimana *startup* dapat membangun keunggulan kompetitif di pasar yang dinamis.

Kapabilitas dalam menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru memberikan *startup* keunggulan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Proses inovasi yang berkelanjutan membantu *startup* untuk tetap relevan di pasar yang dinamis. Drucker (1985) menjelaskan bahwa inovasi sebagai fungsi utama dari kewirausahaan, yang memungkinkan *startup* menciptakan sumber daya baru atau meningkatkan nilai sumber daya yang ada.

2. Orientasi kewirausahaan

Sikap proaktif, inovatif, dan keberanian mengambil risiko adalah karakteristik utama dari orientasi kewirausahaan yang memainkan peran penting dalam menentukan kinerja *startup*. Lumpkin dan Dess (1996) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kerangka perilaku strategis yang meliputi tiga dimensi utama, yang secara kolektif memberikan kemampuan kepada perusahaan untuk menghadapi dinamika pasar dan kompetisi dengan lebih baik.

Sikap proaktif mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang, bertindak lebih awal, dan memimpin dalam pasar dibandingkan pesaing. *Startup* yang proaktif memiliki kecenderungan untuk menciptakan tren pasar baru daripada hanya bereaksi terhadap perubahan yang sudah terjadi. Dengan bersikap proaktif, *startup* dapat memperoleh keunggulan pertama (*first-mover advantage*) dalam menangkap peluang pasar, sehingga menciptakan posisi kompetitif yang lebih kuat. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa sikap proaktif secara positif memengaruhi pertumbuhan perusahaan dengan memungkinkan mereka mengoptimalkan peluang sebelum pasar menjadi jenuh.

Inovasi adalah inti dari orientasi kewirausahaan, yang mencakup kemampuan untuk menciptakan produk, layanan, atau proses baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Inovasi membantu *startup* untuk tetap kompetitif dalam pasar yang cepat berubah. *Startup* yang berfokus pada inovasi cenderung menarik pelanggan baru, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Menurut Drucker (1985), inovasi adalah fungsi utama kewirausahaan yang memungkinkan perusahaan menciptakan nilai baru atau meningkatkan nilai dari sumber daya yang ada.

Keberanian mengambil risiko mencerminkan kesiapan perusahaan untuk menginvestasikan sumber daya dalam kondisi yang penuh ketidakpastian. *Startup* sering kali menghadapi risiko yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan mapan karena keterbatasan sumber daya dan pasar yang tidak stabil. Keberanian mengambil risiko membantu *startup* untuk



mengeksplorasi peluang yang mungkin diabaikan oleh pesaing yang lebih konservatif. Namun, risiko ini harus dikelola dengan baik agar tidak membahayakan keberlanjutan perusahaan. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa keberanian mengambil risiko secara positif memengaruhi profitabilitas, terutama ketika risiko tersebut didasarkan pada analisis pasar yang kuat dan strategi yang matang.

Orientasi kewirausahaan yang mencakup sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko memiliki hubungan positif dengan pertumbuhan dan profitabilitas *startup*. *Startup* dengan orientasi ini cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal, memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi peluang baru, dan mampu menghadapi tantangan kompetitif dengan lebih baik. Lumpkin dan Dess (1996) menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan memungkinkan perusahaan untuk: menangkap peluang baru, meningkatkan nilai pelanggan, dan mengelola ketidakpastian.

Sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko adalah pilar utama dalam orientasi kewirausahaan yang menentukan kinerja *startup*. Melalui penerapan tiga dimensi ini, *startup* dapat meningkatkan peluang pertumbuhan, menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan, dan mempertahankan profitabilitas di tengah persaingan yang ketat.

3. Lingkungan eksternal

Startup beroperasi dalam ekosistem bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Faktor-faktor eksternal seperti dinamika pasar, tingkat persaingan, dan regulasi memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan atau kegagalan *startup*. Dinamika pasar mencakup perubahan preferensi pelanggan, perkembangan teknologi, dan kondisi ekonomi yang terus berubah (Yulianto & Iryani., 2024a). Persaingan yang ketat, terutama di industri teknologi, memaksa *startup* untuk terus berinovasi agar tetap relevan di pasar. Selain itu, regulasi yang berubah-ubah dapat menciptakan hambatan atau peluang baru bagi *startup*, seperti undang-undang perlindungan data atau kebijakan insentif bagi perusahaan rintisan.

Penelitian (Zahra & Covin, 1995) menyatakan bahwa adaptabilitas terhadap perubahan lingkungan eksternal menjadi kunci keberhasilan *startup*. *Startup* yang mampu memantau perubahan pasar dan menyesuaikan strategi bisnis mereka cenderung memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Kemampuan untuk merespons tren konsumen dengan cepat atau mengubah model bisnis untuk mematuhi regulasi baru sebagai bentuk adaptabilitas (Yulianto & Iryani., 2024c). Pada konteks ini, adaptabilitas bukan hanya kemampuan untuk bertahan dalam kondisi sulit, tetapi juga kemampuan untuk melihat perubahan sebagai peluang strategis (Yulianto, 2023).

Lebih jauh, Zahra dan Covin (1995) menjelaskan bahwa adaptabilitas sering kali terkait dengan fleksibilitas organisasi, keterbukaan terhadap inovasi, dan pengambilan keputusan yang cepat. *Startup* dengan struktur organisasi yang ramping dan budaya yang mendukung inovasi lebih mungkin untuk berhasil menghadapi tantangan eksternal. Adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal bukan hanya menjadi mekanisme bertahan hidup, tetapi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Faktor eksternal seperti dinamika pasar, persaingan, dan regulasi memainkan peran penting dalam menentukan kinerja *startup*. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini memungkinkan *startup* untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di tengah tantangan yang ada. Studi (Zahra & Covin, 1995) menyatakan bahwa



adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal harus menjadi prioritas strategis bagi setiap *startup* yang ingin mencapai kesuksesan jangka panjang.

4. Strategi inovasi

Kemampuan untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kinerja *startup*. Dalam bukunya, *Innovation and Entrepreneurship*, Drucker (1985) menegaskan bahwa inovasi adalah fungsi spesifik dari kewirausahaan yang tidak hanya menciptakan sumber daya baru tetapi juga meningkatkan nilai dari sumber daya yang sudah ada. Inovasi, menurut Drucker, adalah proses sistematis yang melibatkan pengamatan terhadap perubahan di lingkungan sosial, teknologi, dan ekonomi untuk menemukan peluang baru. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan teknologi canggih, tetapi juga metode baru untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

Startup yang sukses adalah yang mampu memahami kebutuhan pasar dengan baik dan menciptakan solusi inovatif yang relevan. Misalnya, perusahaan teknologi sering kali menciptakan layanan berbasis aplikasi yang menawarkan efisiensi atau kenyamanan baru bagi pengguna, seperti layanan pengiriman makanan atau aplikasi pembayaran digital. Keunggulan inovasi ini memungkinkan *startup* untuk menarik pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mempertahankan daya saing mereka di pasar yang kompetitif.

Drucker juga menjelaskan bahwa inovasi sebagai alat utama untuk mengatasi ketidakpastian pasar. *Startup* yang berorientasi pada inovasi cenderung lebih fleksibel dalam menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai dengan umpan balik pelanggan dan tren pasar. Kemampuan ini memberikan keunggulan kompetitif yang tidak hanya mendorong pertumbuhan tetapi juga memastikan keberlanjutan jangka panjang.

Inovasi tidak hanya menciptakan manfaat ekonomi tetapi juga dapat mengubah perilaku konsumen dan struktur pasar. Seperti inovasi dalam teknologi finansial (*fintech*) telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi keuangan, menciptakan pasar baru, dan mengurangi ketergantungan pada sistem perbankan tradisional (Iryani & Yulianto, 2023). Dengan demikian, *startup* yang berinovasi secara konsisten memiliki peluang lebih besar untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan dan keberlanjutan operasional.

Inovasi merupakan inti dari kewirausahaan yang berkontribusi langsung pada kinerja *startup*. Sebagaimana dijelaskan Drucker (1985), inovasi memungkinkan *startup* untuk menciptakan nilai baru, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, kemampuan untuk memahami kebutuhan pasar dan mengembangkan solusi inovatif harus menjadi prioritas strategis bagi setiap *startup* yang ingin mencapai keberhasilannya.

5. Jaringan dan aliansi

Kemitraan strategis dan jaringan bisnis sebagai elemen penting dalam ekosistem *startup* yang dapat memberikan akses kepada sumber daya tambahan, peluang pasar baru, dan peningkatan kredibilitas. Stuart et al. (1999) dalam penelitiannya menegaskan bahwa hubungan jaringan yang baik memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan *startup*. Melalui jaringan yang luas, *startup* dapat mengakses sumber daya seperti pendanaan, keahlian teknis, informasi pasar, dan mentor yang berpengalaman. Jaringan yang kuat juga memungkinkan *startup* untuk membangun hubungan dengan mitra strategis, seperti investor, pelanggan, dan pemasok, yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar mereka.

Kemitraan strategis tidak hanya menyediakan dukungan material tetapi juga meningkatkan reputasi dan kredibilitas *startup* di pasar. *Startup* yang memiliki hubungan dengan aktor yang



diakui dalam industri, seperti perusahaan besar atau lembaga keuangan terkemuka, lebih cenderung menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan serta investor (Stuart et al., 1999). Hubungan tersebut dapat membuka akses ke peluang kolaborasi yang tidak tersedia bagi perusahaan tanpa jaringan yang kuat.

Jaringan bisnis memungkinkan *startup* untuk berbagi risiko dan biaya dalam mengembangkan produk atau memasuki pasar baru. Misalnya, melalui aliansi strategis, *startup* dapat berbagi teknologi atau berbagi pasar dengan mitra yang lebih besar, sehingga mempercepat proses inovasi dan ekspansi tanpa harus mengeluarkan investasi yang besar. Hal ini sangat relevan dalam industri dengan persaingan tinggi, di mana kecepatan dan efisiensi menjadi kunci keberhasilan.

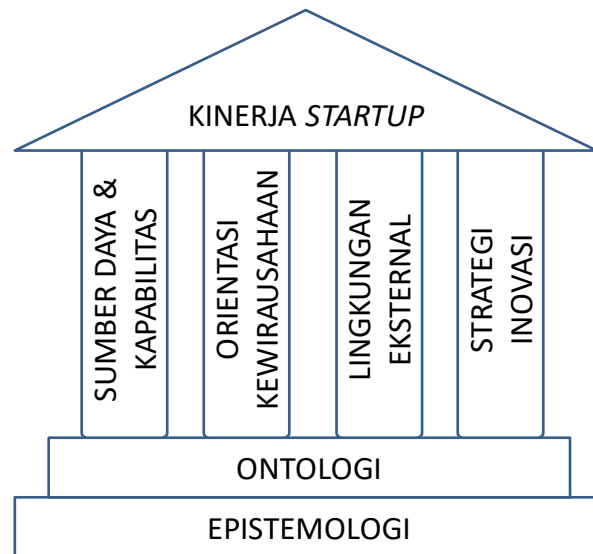
Hubungan jaringan yang baik dapat memfasilitasi akses ke informasi pasar yang lebih baik. Informasi ini membantu *startup* memahami tren konsumen, kebutuhan pelanggan, dan dinamika persaingan dengan lebih efektif. Dengan memanfaatkan informasi dari jaringan, *startup* dapat mengembangkan strategi yang lebih relevan dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Kemitraan strategis dan jaringan bisnis sebagai aset penting yang dapat mendorong pertumbuhan *startup*. Penelitian Stuart et al. (1999) menunjukkan bahwa hubungan jaringan memiliki dampak signifikan pada keberhasilan *startup*, baik dalam hal akses sumber daya maupun peningkatan peluang pasar. Oleh karena itu, membangun dan memelihara jaringan yang kuat harus menjadi bagian integral dari strategi pengembangan *startup*.

Kerangka Filosofi Inovasi terhadap Kinerja Startup

Kerangka filosofi inovasi terhadap kinerja *startup* mengintegrasikan pendekatan filosofis dari aspek epistemologi dan ontologi untuk memahami dan menjelaskan peran inovasi dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan *startup*. Dari perspektif epistemologi, inovasi dipahami sebagai proses pembentukan pengetahuan baru yang relevan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Proses ini melibatkan transformasi pengetahuan tacit menjadi pengetahuan eksplisit, sebagaimana dijelaskan oleh Nonaka dan Takeuchi (1995), yang memungkinkan ide-ide baru dikembangkan dan diterapkan dalam produk, layanan, atau model bisnis yang relevan. Pengetahuan ini tidak hanya menciptakan solusi inovatif, tetapi juga membantu *startup* untuk bersaing dalam pasar yang dinamis.

Sedangkan, dari sudut pandang ontologi, kerangka ini mengeksplorasi sifat dasar inovasi, termasuk karakteristik esensial yang membuat suatu ide, produk, atau layanan dianggap inovatif. Ontologi juga mengkaji bagaimana inovasi mengubah struktur sosial, ekonomi, dan teknologi yang ada, serta bagaimana elemen-elemen tersebut saling berinteraksi untuk menciptakan nilai baru. Menurut Andreas dan Bukidz (2023), inovasi tidak hanya sekadar menciptakan sesuatu yang baru tetapi juga merupakan transformasi yang secara mendasar memengaruhi cara masyarakat, organisasi, atau individu beroperasi dan berinteraksi.



Gambar 2. Kerangka Filosofi Inovasi terhadap Kinerja Startup

Integrasi epistemologi dan ontologi dalam kerangka filosofi inovasi membantu *startup* memahami inovasi sebagai proses yang holistik dan kontekstual. Proses ini tidak hanya berfokus pada penciptaan teknologi baru atau produk unggulan, tetapi juga melibatkan evaluasi dampak sosial, etis, dan ekonomi dari inovasi tersebut. *Startup* yang mampu mengadopsi kerangka ini dapat mengembangkan strategi yang lebih terarah untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, baik melalui adaptasi terhadap perubahan pasar maupun melalui kemitraan strategis yang memanfaatkan jaringan bisnis untuk memperluas sumber daya dan peluang pasar.

Kerangka ini didukung oleh empat pilar *grand theory* utama yang saling terhubung. Pilar pertama adalah teori sumber daya dan kapabilitas, yang menyoroti pentingnya sumber daya unik seperti modal, teknologi, jaringan, dan kemampuan manajerial dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Barney, 1991). Pilar kedua adalah orientasi kewirausahaan, yang menekankan pada sikap proaktif, inovatif, dan keberanian mengambil risiko sebagai pendorong utama kinerja *startup*. Lumpkin dan Dess (1996) menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan, sehingga memungkinkan *startup* untuk menghadapi ketidakpastian pasar dengan lebih baik.

Pilar ketiga adalah adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal, yang menurut Zahra dan Covin (1995), menekankan pentingnya kemampuan *startup* untuk merespons perubahan dalam dinamika pasar, tingkat persaingan, dan regulasi. Kemampuan ini memastikan bahwa *startup* tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berkembang. Pilar keempat adalah kemitraan strategis dan jaringan, yang berperan dalam memberikan akses ke sumber daya tambahan dan peluang pasar. Penelitian Stuart et al. (1999) menunjukkan bahwa hubungan jaringan yang kuat secara signifikan dapat memengaruhi pertumbuhan *startup*, baik melalui kolaborasi strategis maupun peningkatan reputasi di pasar.

Dengan mengintegrasikan epistemologi dan ontologi, kerangka filosofi inovasi memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana inovasi dapat dihasilkan dan diterapkan dalam konteks yang lebih luas. Hal tersebut membantu *startup* untuk tidak hanya fokus pada penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana inovasi mereka dapat memberikan nilai berkelanjutan bagi pelanggan dan masyarakat. Selain itu, kerangka ini memungkinkan *startup* untuk mengelola ketidakpastian dan risiko dengan lebih baik, serta membangun strategi yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan. *Startup* dapat merespons perubahan pasar



dengan cepat, memanfaatkan peluang baru, dan tetap kompetitif dalam jangka panjang. Zahra dan Covin (1995) menekankan bahwa adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal menjadi salah satu kunci keberhasilan *startup* di pasar yang terus berkembang. Keseluruhan pendekatan ini menciptakan dasar konseptual dan praktis bagi *startup* untuk menghasilkan inovasi yang relevan, bertanggung jawab, dan berkelanjutan, serta membantu dalam membangun keunggulan kompetitif yang kokoh di pasar yang dinamis.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengeksplorasi pentingnya kerangka filosofi inovasi yang mengintegrasikan aspek epistemologi dan ontologi dalam meningkatkan kinerja *startup*. Integrasi membantu *startup* memahami inovasi sebagai proses holistik yang melibatkan penciptaan pengetahuan baru dan transformasi realitas untuk memberikan nilai berkelanjutan bagi pelanggan dan masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, adaptabilitas terhadap lingkungan eksternal, kemitraan strategis, dan strategi inovasi merupakan faktor utama yang memengaruhi keberhasilan *startup*. Kerangka filosofi inovasi dapat menjadi landasan konseptual dan praktis yang relevan bagi *startup* dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis dan kompleks, serta mendorong inovasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, yang meskipun memberikan wawasan teoritis yang mendalam, namun memiliki keterbatasan dalam hal verifikasi empiris. Data yang digunakan berasal dari sumber sekunder, sehingga tidak mencerminkan pengujian langsung pada *startup* di lapangan. Selain itu, penelitian ini tidak mengeksplorasi secara mendalam pengaruh faktor-faktor, seperti budaya organisasi atau kebijakan pemerintah, yang kemungkinan memiliki dampak terhadap kinerja *startup*.

Untuk pengembangan penelitian ini, disarankan agar studi empiris dilakukan dengan menggunakan metode campuran (*mixed methods*), yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif untuk menguji kerangka filosofi inovasi secara langsung pada *startup*. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas cakupan dengan menganalisis pengaruh faktor budaya organisasi, regulasi pemerintah, dan dinamika sosial dalam memodifikasi kerangka ini. Selain itu, eksplorasi yang lebih mendalam tentang hubungan antara inovasi berbasis teknologi dan nilai-nilai etika dapat memberikan *input* untuk meningkatkan keberlanjutan kinerja *startup*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas., O. M., & Bukidz, D. P. (2023). Creativity and Innovation in Philosophy Learning: A Literature Study. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 2(4), 269–284. <https://doi.org/10.55927/ijar.v2i4.3783>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing Narrative Literature Reviews. *Psychological Bulletin*, 118(3), 393–404.
- Buli, B. (2017). Orientasi Pasar dan Kinerja Startup. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(2), 123–135.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.



- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Gadamer, H. G. (1989). *Truth and Method* (2nd ed.). Continuum Publishing Group.
- Hargadon, A. B., & Bechky, B. A. (2006). When collections of creatives become creative collectives: A field study of problem solving at work. *Organization Science*, 17(4), 484–500.
- Hart, C. (2018). *Doing a Literature Review: Releasing the Research Imagination* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Iryani., & Yulianto, H. (2023). Artificial Intelligence (AI) of Financial in the VUCA Era: A Systematic Mapping Study. *Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing*, 5(2), 398–413.
- Johnston, M. P. (2017). Secondary Data Analysis: A Method of Which the Time Has Come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*, 3, 619–626.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1914185>
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Marietha, A. R. (2024). *Indonesia “Bersinar” di Laju Pertumbuhan Startup: Peringkat Satu Se-Asia Tenggara*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/indonesia-bersinar-di-laju-pertumbuhan-startup-peringkat-1-se-asia-tenggara-nAqzC>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper & Brothers.
- Smith, W. K., & Lewis, M. W. (2011). Toward a theory of paradox: A dynamic equilibrium model of organizing. *Academy of Management Review*, 36(2), 381–403.
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Stuart, T. E., Hoang, H., & Hybels, R. C. (1999). Interorganizational Endorsements and the Performance of Entrepreneurial Ventures. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 315–349. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2666992>
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Vartanian, T. P. (2010). *Secondary Data Analysis*. Oxford University Press.
- Yulianto., H., Sumardi., Nursyamsi, I., & Pakki, E. (2023). Research Trend of Business Startup Performance: Bibliometric Analysis. *Prosiding Seminar STIAMI*, 1–8.
- Yulianto, H. (2021). Philosophy of management science: Ontology, epistemology, and axiology perspectives. *Cross-Border Journal of Business Management*, 1(1), 152–162.
- Yulianto, H. (2023). *Manajemen Strategis: Dasar Konsepsi Pada Organisasi Bisnis*. Yudha English Gallery.
- Yulianto, H. (2024). Filosofi Matematika Bisnis. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 796–807.
- Yulianto, H., & Iryani. (2021). Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam Historis Peradaban Manusia: Tinjauan Inkuiri Filosofis. *Cross-Border*, 3(1), 153–168.
- Yulianto, H., & Iryani. (2023). Research Gap Of E-Hrm: A Systematic Review. *SEIKO : Journal*



- of Management & Business*, 5(2), 750–759.
- Yulianto, H., & Iryani. (2024a). *Manajemen Bisnis Digital: Dasar Konsepsi, Studi Kasus dan Strategi Bisnis*. Sagusatal Indonesia.
- Yulianto, H., & Iryani. (2024b). Peningkatan Kapasitas SDM melalui Pelatihan Berbasis Teknologi untuk Mendukung Transformasi Nasional. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 8.0*, 496–506.
- Yulianto, H., & Iryani. (2024c). What are the trends of AI technology towards HCM? *International Conference on Artificial Intelligence for Multidiciplinary Research*.
- Yulianto, H., Sumardi., Nursyamsi, I., & Pakki, E. (2023). Does Any Research Gap On Education Startup (Edtech) In Indonesia. *Proceeding Of International Conference On Education, Society And Humanity*, 705–712.
- Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43–58. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00004-E](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00004-E)