



Inovasi Teknologi sebagai Pendukung Keberhasilan Usaha

Maria Fransiska Ema Koten^{1*}, Sofia Metilda Oldin², Mesly Olivia Liu³, Elisabeth Apriana Poso⁴, Yosep B. N. A. Koten⁵, Sedelis Nenabu⁶, Enike Tje Yustin Dima⁷

¹⁻⁷Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

Email: enikedima79@gmail.com⁷, verakoten9@gmail.com⁵

*Penulis Korespondensi: enikedima79@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the role of technological innovation in supporting business success in the context of increasingly competitive and dynamic business development. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation studies to obtain a comprehensive understanding of technology implementation in business activities. The results indicate that technological innovation plays a significant role in improving operational efficiency, accelerating work processes, reducing production and administrative costs, expanding market reach, and encouraging the creation of more innovative products and services. The use of digital platforms, information systems, and online marketing strategies also helps businesses adapt to changes in consumer behavior and strengthen their competitiveness. However, the implementation of technology still faces several challenges, including limited human resources, low digital literacy, inadequate infrastructure, and limited capital for technology investment. Therefore, appropriate managerial strategies, continuous training, and the improvement of digital competencies are required to optimize the use of technology, particularly for small and medium enterprises facing rapid digital transformation today. This study concludes that technological innovation is an essential factor in supporting sustainable business success.*

Keywords: *Business Success; Digital Competence; Digital Literacy; Technological Innovation; Technology Implementation.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi teknologi dalam mendukung keberhasilan bisnis dalam konteks perkembangan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi teknologi dalam kegiatan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses kerja, menurunkan biaya produksi dan administrasi, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong terciptanya produk dan layanan yang lebih inovatif. Penggunaan platform digital, sistem informasi, dan strategi pemasaran daring juga membantu bisnis beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen serta memperkuat daya saingnya. Namun, implementasi teknologi masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, infrastruktur yang belum memadai, serta keterbatasan modal untuk investasi teknologi. Oleh karena itu, diperlukan strategi manajerial yang tepat, pelatihan berkelanjutan, serta peningkatan kompetensi digital untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi, khususnya bagi usaha kecil dan menengah yang menghadapi transformasi digital yang pesat saat ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi teknologi merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Implementasi Teknologi; Inovasi Teknologi; Keberhasilan Bisnis; Kompetensi Digital; Literasi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia usaha. Transformasi digital mendorong perubahan pada proses produksi, pemasaran, distribusi, hingga pelayanan pelanggan, sehingga teknologi tidak lagi dipandang sebagai pelengkap, melainkan sebagai kebutuhan strategis dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi menjadi salah satu faktor yang menentukan daya saing dan keberhasilan bisnis di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis (Laudon & Laudon, 2018).

Dalam konteks kewirausahaan, inovasi teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional usaha. Pemanfaatan teknologi seperti sistem informasi manajemen, media sosial, dan platform *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, mempercepat proses pelayanan, serta mengoptimalkan pengelolaan sumber daya yang dimiliki (Turban et al., 2015). Selain itu, inovasi teknologi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen yang terus mengalami perubahan.

Meskipun demikian, penerapan inovasi teknologi belum sepenuhnya berjalan optimal, terutama pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, serta kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi teknologi masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital (Tambunan, 2012). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk mendukung pengembangan usaha dan peningkatan daya saing.

Secara teoritis, inovasi merupakan faktor yang mampu mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha melalui penciptaan nilai tambah serta peningkatan produktivitas (Schumpeter, 1934). Sementara itu, Porter (2008) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya dan strategi yang sulit ditiru oleh pesaing. Dalam era digital, pemanfaatan teknologi menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif yang berpotensi meningkatkan keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja dan keberhasilan usaha. Ainin et al. (2015) menemukan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas pasar. Ahmad et al. (2018) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas dan daya saing usaha, sedangkan Nambisan et al. (2019) menegaskan bahwa transformasi digital mendorong terciptanya model bisnis yang lebih inovatif dan adaptif. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada dampak teknologi terhadap kinerja usaha secara umum, sehingga kajian mengenai peran inovasi teknologi sebagai faktor pendukung keberhasilan usaha masih memerlukan penguatan, khususnya dalam konteks pelaku usaha yang menghadapi keterbatasan sumber daya.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang terletak pada perlunya pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana inovasi teknologi berkontribusi terhadap keberhasilan usaha, tidak hanya dari aspek peningkatan kinerja, tetapi juga dari aspek daya saing, efisiensi operasional, dan kemampuan beradaptasi

terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya mengkaji inovasi teknologi sebagai faktor strategis yang mendukung keberhasilan usaha secara menyeluruh melalui berbagai bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi teknologi dalam mendukung keberhasilan usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian kewirausahaan dan transformasi digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pihak terkait dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha.

2. KAJIAN TEORITIS

Inovasi teknologi merupakan faktor penting yang mendukung perkembangan dan keberhasilan usaha. Menurut Schumpeter (1934), inovasi merupakan upaya menciptakan kombinasi baru dalam produk, proses, maupun metode bisnis yang dapat meningkatkan nilai tambah dan produktivitas. Dalam perkembangan bisnis modern, inovasi tidak hanya berupa penciptaan produk baru, tetapi juga pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Turban et al. (2015) menjelaskan bahwa teknologi informasi dan komunikasi dapat membantu pelaku usaha mengelola aktivitas bisnis secara lebih efektif, sedangkan Laudon dan Laudon (2018) menyatakan bahwa teknologi informasi berperan dalam mendukung operasional, pengelolaan informasi, dan pengambilan keputusan bisnis.

Penerapan inovasi teknologi dapat dilakukan melalui penggunaan sistem informasi manajemen, media sosial, platform *e-commerce*, digitalisasi proses bisnis, serta pemanfaatan data dan informasi. Penggunaan teknologi tersebut memungkinkan pelaku usaha meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, mempercepat pelayanan, dan mengurangi biaya operasional. Oleh karena itu, inovasi teknologi menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Keberhasilan usaha menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tambunan (2012) menjelaskan bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari kemampuan mempertahankan keberlangsungan usaha, meningkatkan pendapatan, dan memperluas pasar. Selain itu, Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan produktivitas.

Hubungan antara inovasi teknologi dan keberhasilan usaha dapat dijelaskan melalui konsep daya saing. Porter (2008) menyatakan bahwa daya saing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing. Dalam era digital, kemampuan memanfaatkan teknologi menjadi salah satu sumber keunggulan tersebut. Bharadwaj et al. (2013) menambahkan bahwa strategi digital mampu menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi yang tepat dapat membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing sekaligus mencapai keberhasilan usaha.

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), transformasi digital menjadi salah satu langkah penting dalam menghadapi persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menegaskan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Namun, berbagai kendala seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan akses teknologi masih sering dihadapi oleh UMKM (Tambunan, 2012). Menurut OECD (2021), digitalisasi dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Ainin et al. (2015) menemukan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan kinerja usaha melalui perluasan pasar dan interaksi dengan pelanggan. Ahmad et al. (2018) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM. Selain itu, Nambisan et al. (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital mendorong terciptanya model bisnis yang lebih inovatif dan adaptif, sedangkan Prasetyo dan Sutopo (2018) menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* mampu meningkatkan penjualan UMKM. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa inovasi teknologi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberhasilan usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis peran inovasi teknologi dalam mendukung keberhasilan usaha. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan dan menghasilkan data deskriptif yang menggambarkan objek penelitian secara komprehensif (Sugiyono, 2017).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku usaha, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh informasi yang akurat dan mendalam terkait pemanfaatan inovasi teknologi dalam kegiatan usaha (Sugiyono, 2017).

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan tersebut bertujuan untuk menyederhanakan data, menyajikan informasi secara sistematis, serta menghasilkan kesimpulan yang dapat menjelaskan peran inovasi teknologi dalam mendukung keberhasilan usaha (Miles et al., 2014).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi berperan penting dalam mendukung keberhasilan usaha. Pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce*, dan sistem informasi manajemen membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat pelayanan kepada konsumen. Temuan ini sejalan dengan pendapat Turban et al. (2015) yang menyatakan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan efektivitas proses bisnis melalui pengelolaan informasi yang lebih cepat dan terintegrasi. Selain itu, penggunaan teknologi juga mendukung terciptanya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sebagaimana dikemukakan oleh Porter (2008).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi teknologi mendorong pelaku usaha untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen secara lebih cepat sehingga mampu menyesuaikan strategi bisnis dan mengembangkan produk maupun layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Temuan ini mendukung pandangan Schumpeter (1934) yang menempatkan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai tambah dan mendorong perkembangan usaha.

Meskipun demikian, penerapan inovasi teknologi masih menghadapi berbagai kendala, khususnya pada usaha kecil dan menengah. Keterbatasan kemampuan digital sumber daya manusia, keterbatasan modal, serta rendahnya pemahaman mengenai transformasi digital menjadi faktor yang menghambat pemanfaatan teknologi secara optimal. Kondisi ini sejalan dengan temuan Tambunan (2012) yang menyatakan bahwa keterbatasan sumber daya merupakan salah satu tantangan utama dalam pengembangan UMKM.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dipahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dan kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital, pelatihan, serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait diperlukan untuk mendorong pemanfaatan inovasi teknologi secara lebih optimal sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi teknologi berperan penting dalam mendukung keberhasilan usaha melalui peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan daya saing usaha. Pemanfaatan teknologi seperti media sosial, *e-commerce*, dan sistem informasi manajemen membantu pelaku usaha menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar dan kebutuhan konsumen. Namun, penerapan inovasi teknologi masih menghadapi berbagai kendala, terutama keterbatasan sumber daya manusia, modal, dan literasi digital, sehingga optimalisasi pemanfaatan teknologi memerlukan kesiapan sumber daya dan strategi yang tepat.

Saran

Pelaku usaha perlu meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis serta mengembangkan kompetensi digital agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan persaingan pasar. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait melalui pelatihan, pendampingan, dan akses pembiayaan perlu diperkuat untuk mendorong transformasi digital, khususnya pada UMKM. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji inovasi teknologi pada sektor atau wilayah yang lebih luas guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perannya dalam mendukung keberhasilan usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, S. Z., Abu Bakar, A. R., & Ahmad, N. (2018). Social media adoption and its impact on business performance of SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 45–67.
- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 570–588. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>

- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management information systems: Managing the digital firm* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges, and key themes. *Research Policy*, 48(8), Article 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Porter, M. E. (2008). *The competitive advantage of nations* (Rev. ed.). Free Press.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2012). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (8th ed.). Springer International Publishing.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Sekretariat Negara Republik Indonesia.