

## KRITIK ATAS PANDANGAN INOVASI-KEWIRAUSAHAAN J. A. SCHUMPETER

Rijal Assidiq Mulyana<sup>1</sup>

<sup>1</sup>IAIN Syekh Nurjati, Cirebon, Indonesia, [rijal.assidiq@syekhnurjati.ac.id](mailto:rijal.assidiq@syekhnurjati.ac.id)

### DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p243-253>

### Article history

*Received*

4 August 2023

*Revised*

23 August 2023

*Accepted*

30 August 2023

### How to cite

Lyana, R. A. (2023). Judul Artikel. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 243-253.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p243-253>

**Kata Kunci:** Inovasi, Kewirausahaan, J. A. Schumpeter

**Keywords:** Innovation, Entrepreneurship, J. A. Schumpeter

### Corresponding author

Rijal Assidiq Mulyana

[rijal.assidiq@syekhnurjati.ac.id](mailto:rijal.assidiq@syekhnurjati.ac.id)

### Abstrak

Schumpeter adalah salah satu ekonom abad 20 yang meletakkan gagasan brilian tentang kewirausahaan. ia meletakkan inovasi sebagai jiwa bagi kewirausahaan. seorang individu dianggap menjadi wirausaha ketika ia telah melakukan inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru yang mencakup kepada beberapa hal yaitu: produk baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber pasokan baru, dan manajemen organisasi baru yang lebih efektif. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan *literature review* dengan metode triangulasi sebagai uji validitas data. Penelitian bertujuan untuk melakukan kajian sekaligus komentar kritis atas gagasan Schumpeter. Pada praktiknya gagasan Schumpeter mengenai inovasi mengalami keterbatasan, penulis melihat keterbatasan tersebut pada beberapa aspek: 1). Inovasi yang dimaksud Schumpeter mungkin hanya terjadi pada industri yang telah mapan atau memiliki modal ekonomi yang kuat, sehingga inovasi yang dimaksud hanya terjadi pada pelaku bisnis skala besar namun dalam praktiknya pelaku bisnis tidak memiliki operasi bisnis skala besar sejak awal. 2). Schumpeter terlalu menekankan pada fungsi-fungsi inovasi namun mengabaikan faktor-faktor resiko yang mungkin dihadapi ketika pelaku bisnis melakukan fungsi inovasi. 3). Muncul pelaku-pelaku bisnis yang melakukan pengelolaan usaha, produk usaha, metode produksi dengan mindset dan cara-cara kuno dan tradisional, pelaku bisnis semacam ini tidak bisa dikenali berdasarkan teori Schumpeter. Penelitian diharapkan memiliki implikasi terhadap pengembangan konseptual inovasi-kewirausahaan dan sebagai bahan diskusi dalam merumuskan gagasan inovasi kewirausahaan kekinian.

### Abstract

Schumpeter is one of the 20th century economists who laid brilliant ideas about entrepreneurship. He placed innovation as the soul of entrepreneurship. An individual is considered an entrepreneur when they have made innovation through new combinations that include several things, such as new products, new production methods, new markets, new sources of supply, and more effective organizational management. The research was conducted using a literature review approach with the triangulation method as a data validator and aims to conduct a critical review and commentary on Schumpeter's ideas. In practice, Schumpeter's ideas about innovation have limitations. The author sees these limitations in several aspects: 1. The innovation Schumpeter referred to may only occur in established industries or those with strong economic capital, meaning that innovation only occurs among large-scale business players, but in practice, entrepreneurs do not necessarily have large-scale business operations from the beginning. 2. Schumpeter emphasizes the functions of innovation too much but overlooks the potential risks that business players may face when carrying out innovative functions. 3. Businessman who manage their business, business products, production methods with traditional and outdated mindsets and methods may emerge, and these types of business players cannot be recognized based on Schumpeter's theory. The research is expected to have implications for the conceptual development of innovation-entrepreneurship and as material for

discussion in formulating contemporary entrepreneurial innovation ideas.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



## PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi salah satu obyek penelitian yang banyak dibahas oleh para ahli. Hal ini tidak mengherankan karena kewirausahaan dianggap sebagai salah satu kunci dalam menopang ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Mulyana, 2013). Adalah Joseph Alois Schumpeter salah satu ekonom brilian abad 20 yang karyanya menjadi rujukan banyak ekonom, termasuk diantara karyanya membahas mengenai kewirausahaan (Fragio, 2022). Schumpeter membawa nafas baru dalam pemahaman kewirausahaan dengan meletakkan inovasi sebagai bagian inti darinya (Chatzinikolaou & Vlado, 2019). Sebelumnya inovasi dan kewirausahaan dipahami secara terpisah hal ini nampak dari beberapa pengertian yang dilontarkan para ahli mengenai kewirausahaan. Cantillon, seorang ekonom yang hadir pada abad ke 17, tepatnya beberapa tahun sebelum kehadiran Adam Smith mendefinisikan wirausaha sebagai mereka yang bekerja secara mandiri dengan hasil yang tidak pasti, aktivitas mereka dilakukan dengan jalan membeli produk dengan harga tertentu di masa sekarang untuk dijual di masa mendatang dengan harga yang tidak pasti (Kao, 1995). Ketidakpastian tersebut bisa termanifestasi dalam beragam resiko yang mungkin dihadapi oleh wirausahawan, mengakibatkan ia tidak memiliki kepastian keuntungan dari barang yang akan dijualnya. Gagasan Cantillon mengenai istilah "ketidakpastian" yang melekat pada aktivitas wirausaha, tetap digunakan di tahun 2000 (Hamilton, 2000). Dengan variabel yang beragam dalam memahami konsep ketidakpastian. Bruce memasukkan variabel pajak kemudian melakukan analisa, apakah pajak dapat menjadi prediktor penghambat wirausahawan mendapat keuntungan di masa mendatang (Bruce, 2002) atau karena bencana seperti Covid 19 (Hernández-Sánchez et al., 2020).

Pendapat lainnya datang dari Cowdrey yang mengemukakan bahwa inovasi dan kewirausahaan baru muncul di era Schumpeter, lebih lanjut Cowdrey menjelaskan beragam pandangan para ahli berdasarkan garis waktu, termasuk kapan inovasi menjadi sesuatu yang melekat dalam kewirausahaan. Cowdrey memulai pandangan kewirausahaannya dari konsep yang dibangun dari para ahli tentang kewirausahaan. *entrepreneur* menjadi kalimat serapan yang berasal dari Prancis dan digunakan pada abad ke 13, yaitu *entreprende* yang berarti mengupayakan sesuatu. Istilah kewirausahaan kemudian berkembang seiring dengan perkembangan aktivitas ekonomi dan campur tangan pemikiran para ekonom yang menambah dan menyempurnakan konsep kewirausahaan itu sendiri (Cowdrey, 2012). Pada abad ke 16 para ekonom mendefinisikan kewirausahaan berkait berkelindan

dengan bisnis, pada abad ke 18 memasukkan risiko sebagai variabel dalam kewirausahaan, pada abad ke 19, para ekonom kembali menambahkan variabel lainnya dalam kewirausahaan yaitu keterampilan, yang secara spesifik disebut sebagai keterampilan bisnis dan manajemen. Pada awal abad ke 20, para ekonom merevisi risiko pada konsep kewirausahaan dengan menyebutnya sebagai risiko yang diperhitungkan sebagai variabel dalam kewirausahaan, pada medium abad ke 20, para ekonom menambahkan inovasi sebagai bagian inti dari kewirausahaan (Cowdrey, 2012). Inovasi merupakan gagasan *genuine* Schumpeter dalam kewirausahaan (Callegari & Nybakk, 2022).

Gagasan Ekonomi Schumpeter tidak berdiri begitu saja, ia dipengaruhi oleh banyak pemikiran, Schumpeter menganggap dirinya sebagai seorang pendukung Marx, hal ini nampak jelas dari bukunya *Capitalism, Socialism, and Democracy*, secara terbuka Schumpeter menunjukkan kekagumannya terhadap Marx, bahkan Menyebut Marx sebagai nabi, sosiolog, ekonom, dan seorang guru (Schumpeter, 2013). Tidak heran visi Schumpeter serupa dengan Marx, pemahamannya tentang pertumbuhan dan konsentrasi industri, ketidakstabilan yang melekat pada kapitalisme dan krisis yang tak terhindarkan padanya, juga penghancuran institusi kapitalistik dan kedatangan bentuk organisasi ekonomi sosialis sebagai hasil dari bekerjanya logika internal evolusi kapitalis (Rosenberg, 2011), sekalipun menganggap dirinya sebagai pendukung Marx namun pendapat Schumpeter tentang akhir dari kapitalisme berbeda dengan Marx, Marx menganggap berakhirnya kapitalisme dihancurkan oleh kaum proletar, sebagai pihak yang tereksplotasi dalam sistem kapitalistik. Sementara Schumpeter menganggap kapitalisme berakhir karena dihancurkan oleh keberhasilannya, kapitalisme akan melahirkan kelas intelektual besar yang mencari nafkah dengan menyerang sistem kepemilikan dan kebebasan pribadi borjuis yang sangat diperlukan untuk keberadaan kelas intelektual (Schumpeter, 2013). Sekalipun ide dan pemikirannya menjadi kritik atas kapitalisme, namun disaat bersamaan Pemikiran Schumpeter berkontribusi terhadap perkembangan kapitalisme (Garnaut, 2022).

Schumpeter termasuk orang pertama yang memaparkan konsep kewirausahaan yang jelas. Dia membedakan penemuan dari inovasi pengusaha. Inovasi ini membutuhkan keterampilan dan keberanian yang sama banyaknya dengan proses penemuan. Inovasi yang dilakukan oleh pengusaha beroperasi dengan cara penghancuran kreatif/destruksi kreatif. Destruksi kreatif memandang kunci pertumbuhan ekonomi dimainkan oleh peran sentral sosok wirausahawan melalui inovasi, artinya inovasi adalah inti bagi wirausahawan. Istilah destruksi kreatif sebagai variabel dalam mendorong inovasi bagi

pertumbuhan ekonomi, juga kadang disebut dengan istilah badai Schumpeter (Schumpeter, 1947). Destruksi kreatif menghancurkan cara-cara lama dalam perusahaan dan membuka jalan untuk munculnya hal-hal baru, dalam konteks ini destruksi kreatif merupakan keniscayaan untuk munculnya jalan baru. Jalan baru tersebut yang kemudian dipahami sebagai inovasi, wirausahawan menciptakan inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru dengan memperkenalkan produk baru, pasar baru, sumber baru, atau organisasi baru dan memperkenalkan faktor-faktor produksi baru melalui teknik/cara dan teknologi baru (Schumpeter, 2013).

Schumpeter menyempurnakan istilah Inovasi atau kombinasi baru sebagai upaya memperkenalkan produk baru atau yang ditingkatkan kebaruannya secara signifikan ke pasar atau memperkenalkan teknologi baru atau yang ditingkatkan secara substansial, metode produksi, metode organisasi produksi, metode pemasaran, budaya organisasi tempat kerja atau lingkungan ke dalam aktivitas perusahaan. Definisi di atas mencakup lima perubahan internal yang disebut sebagai penciri utama inovasi oleh Schumpeter: 1. pengenalan barang baru, 2. pengenalan metode produksi baru, 3. pembukaan pasar baru, 4. penaklukan sumber baru pasokan bahan mentah, 5. melaksanakan organisasi baru dari industri apa pun (Schumpeter, 2017). Inovasi menyebabkan inventaris, ide, teknologi, keterampilan, dan peralatan lama menjadi usang (Foy & Gruber, 2022). Karena ide brilian dan jenius dari Schumpeter, tidak heran sebagian kalangan menyebutnya sebagai Nabi sebagai bentuk pengakuan atas karya dan pengaruhnya (McCraw, 2009). Schumpeter tidak hanya meletakkan gagasannya pada ekonomi namun juga pada politik, satu disiplin ilmu yang Schumpeter anggap berkait berkelindan satu sama lain (Piano, 2022).

Tidak sedikit pula para ahli memberikan komentar termasuk kritik atas pandangan Schumpeter, dari beberapa komentar atau kritik tersebut dijadikan landasan sebagai penguat riset penelitian yang ditulis berdasarkan kajian-kajian terdahulu sehingga memunculkan *novelty* bagi riset penulis. Beberapa kritik para ahli, misalnya, Pettit melakukan kritik atas model demokrasi Schumpeter yang bersifat elektoral dan menerima bahwa masyarakat tidak dapat melakukan kontrol atas pemerintah (Pettit, 2017). Piano menganggap perlu adanya pembacaan ulang atas kapitalisme, sosialisme dan demokrasi yang digagas oleh Schumpeter dengan mempertimbangkan politik ekonomi yang berkembang kekinian (Piano, 2017). Thomas menempatkan gagasan Schumpeter sebagai elitis yang bekerja berdasarkan pemahaman populis dan menganggap tesis Schumpeter mengenai akhir dari kapitalisme adalah pandangan yang keliru (Thomas, 2017). Dari beberapa komentar atau kritik para ahli lebih menitik beratkan atas

pandangan politik ekonomi atau demokrasi ekonomi yang digagas Schumpeter.

Penelitian lainnya yang juga mendukung, memberikan penguatan, ataupun memberi kritikan atas asumsi-asumsi inovasi kewirausahaan secara spesifik. Diantaranya dimuat dalam artikel yang ditulis oleh Suwarno dan Silvanita (Suwarno & Silvanita, 2017), Stam (Stam, 2018), dan Lambert dan Velardo (Lambert & Velardo, 2020) yang memuat mengenai adopsi inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru oleh pelaku bisnis atau inovator. Asumsi inovasi-kewirausahaan lainnya adalah risiko-risiko yang dihadapi seorang inovator atau pelaku bisnis, artikel yang bertentangan dengan asumsi yang disajikan oleh Schumpeter. Seperti artikel yang ditulis oleh Sanchez, dkk (Sánchez et al., 2019) dan Williams, dkk (Williams et al., 2021). Artikel lainnya yang bertentangan dengan asumsi Schumpeter adalah mengenai pelaku-pelaku bisnis yang masih memegang tradisi atau cara-cara kolot atau dengan mengadopsi budaya dan tradisionalitas yang berlaku pada masyarakat setempat, seperti ditulis oleh Astrachan dan Jaskiewicz (Astrachan & Jaskiewicz, 2008), Putu, dkk (Putu et al., 2020), dan Widyapuspita, dkk (Widyapuspita et al., 2020).

Kebaruan dari artikel penulis adalah fokus penulis untuk mengulas, memberikan komentar sekaligus kritik atas pandangan inovasi Schumpeter pada beberapa hal. Di beberapa artikel yang dikemukakan, ulasan atau pandangan yang dimaksud masih tercecceh di banyak artikel. Adapun ulasan, komentar, atau kritik penulis bermuara pada, pertama, terkait realitas adopsi inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru. Kedua, risiko-risiko yang pasti dihadapi oleh inovator atau pelaku bisnis yang melakukan inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru. dan Ketiga, asumsi inovasi yang tidak selalu melekat pada pelaku bisnis. Artikel-artikel terdahulu tersebut diatas juga memberikan penguatan atas ulasan, pandangan, dan kritik penulis pada inovasi kewirausahaan Schumpeter.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis merumuskan fokus riset pada beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut, 1) apakah gagasan Schumpeter mengenai Inovasi dalam kewirausahaan tersebut bisa diterapkan pada semua jenis usaha? 2) Apakah Schumpeter mempertimbangkan risiko yang mungkin dihadapi akibat inovasi yang dilakukan? 3) Apakah inovasi menjadi sebuah keharusan dalam bisnis melalui penerapan kombinasi-kombinasi baru? Sehingga Penelitian ini berupaya menjelaskan pandangan-pandangan tersebut sekaligus memberikan komentar atau kritik atas pandangan Schumpeter terkait Inovasi dalam kewirausahaan.

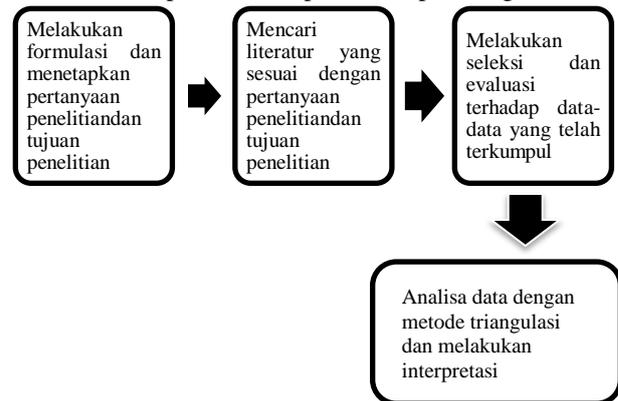
## METODE

Penelitian dengan tujuan memberikan komentar atau kritik terhadap konsep atau teori yang digagas para ahli, lazim dilakukan dalam ilmu-ilmu sosial dan sastra. Para ahli menyebutnya sebagai teori kritis. Secara khusus teori kritis dikapitalisasi oleh aliran pemikiran *Frankfurt* (Sholahudin, 2020). Dalam konsepsi Islam teori kritis juga banyak dipergunakan oleh para cendekiawan muslim dan digunakan sebagai anti tesa atas gagasan-gagasan barat, sangat terkenal ketika fase revolusi Islam Iran. Dibuat dalam ceramah-ceramah yang kemudian dibukukan. Beberapa tokoh muslim Iran yang terkenal kontra atas pemikiran atau gagasan barat diantaranya Imam Khomeini, Murtadha Muthahari dan Ali Syariati.

Dalam konsepsi metodologi penelitian, penelitian sebagaimana penulis maksud dikenal juga sebagai *literature review* (Knopf, 2006). *Literature review* merupakan turunan dari penelitian kualitatif karena lebih mementingkan pemahaman berdasarkan mutu dari hasil pembacaan dan analisa atas suatu karya. Data-data diuraikan sehingga mendapatkan unsur yang akan diteliti, adapun dalam penelitian ini, objek penelitian berkisar atas pandangan Schumpeter terkait inovasi kewirausahaan dalam konsep destruksi kreatif dan pembangunan ekonomi yang ditelaah dari karya-karyanya. Kemudian ditempatkan sebagai sumber rujukan utama serta artikel-artikel lain yang membahas tentang pandangan Schumpeter yang dimaksud.

Obyek penelitian tersebut penulis rumuskan dalam beberapa bentuk pertanyaan yang menjadi dasar rujukan kritik atas kelemahan gagasan inovasi-kewirausahaan. yaitu: 1. apakah gagasan Schumpeter mengenai inovasi-kewirausahaan bisa diterapkan pada semua jenis usaha? 2. Apakah Schumpeter mempertimbangkan risiko yang mungkin dihadapi akibat inovasi yang dilakukan? 3. Apakah inovasi menjadi sebuah keharusan dalam bisnis melalui penerapan kombinasi-kombinasi baru? Adapun langkah-langkah penulis dalam melakukan analisa dari data-data yang diperoleh adalah sebagai berikut: 1) data yang didapat dari artikel kemudian dipilah, disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. 2) menetapkan data yang menjadi prioritas. 3) menginterpretasikan data yang telah dipilih. interpretasi data memuat 2 hal: Pertama, menginterpretasikan secara singkat dan padat tentang inovasi-kewirausahaan Schumpeter. Kedua, menginterpretasikan data-data pembandingan yang digunakan sebagai acuan kritis untuk mengomentari pandangan Schumpeter tentang inovasi-kewirausahaan. Uji validitas data menggunakan metode triangulasi data, dengan mengumpulkan banyak sumber data (Alfansyur & Mariyani, 2020), yang diklasifikasi kepada dua hal. 1) data-data yang mendukung/melengkapi pandangan-pandangan Schumpeter mengenai inovasi

kewirausahaan. 2) data-data yang mengonfirmasi pandangan penulis dalam memberikan ulasan/komentar/kritik atas pandangan Schumpeter tersebut. Alur penelitian dapat dilihat pada bagan berikut,



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Inovasi-Kewirausahaan Schumpeter: Dari Gagasan Destruksi Kreatif sampai Pembangunan Ekonomi.

Destruksi kreatif adalah salah satu konsep populer dalam studi ekonomi, namun lebih sering dikaitkan dengan kewirausahaan. destruksi kreatif menjadi istilah yang melekat kuat, bahkan sangat identik dengan Schumpeter. Destruksi kreatif sendiri merupakan pembacaan Schumpeter terhadap pemikiran Marx dan Engels dalam manifesto komunis. Istilah destruksi kreatif yang digagas Schumpeter mendapat inspirasi dari istilah penghancuran paksa massa kekuatan produktif (Marx & Engels, 1848), sebuah istilah yang dibuat Marx dan Engels untuk menggambarkan krisis yang dihadapi masyarakat borjuis karena mereka tidak lagi mampu melakukan kendali dan eksploitasi terhadap kaum buruh (Marx menyebutnya sebagai tenaga kerja produktif). Kaum buruh tidak lagi memiliki kecenderungan untuk memajukan kepemilikan borjuasi karena terlalu banyak industri dan perdagangan, sementara di lain pihak kekuatan buruh semakin menguat. Bagaimana kaum borjuasi mengatasi krisis ini? Di satu pihak dengan penghancuran paksa sejumlah besar tenaga produktif dengan melakukan pemutusan hubungan kerja secara masif atau cara-cara lainnya; di pihak lain, dengan penaklukan pasar-pasar baru, dan dengan eksploitasi yang lebih menyeluruh atas pasar-pasar lama. Artinya, dengan membuka jalan bagi krisis yang lebih luas dan lebih merusak (Marx & Engels, 1848). Istilah destruksi kreatif juga beririsan dengan istilah sublimasi Hegel dalam ekonomi Jerman yang diambil dari tulisan-tulisan Marx yang diadopsi oleh Werner Sombart dalam *Krieg Und Kapitalismus*, “dari kehancuran muncul semangat penciptaan baru; kelangkaan kayu dan kebutuhan hidup sehari-hari, memaksa penemuan pengganti kayu, memaksa penggunaan batu bara untuk pemanas, memaksa penemuan kokas untuk produksi besi” (Sombart, 1913).

Destruksi kreatif memandang kunci pertumbuhan ekonomi dimainkan oleh peran sentral sosok

wirausahawan melalui inovasi, artinya inovasi adalah inti bagi wirausahawan. Istilah destruksi kreatif sebagai variabel dalam mendorong inovasi bagi pertumbuhan ekonomi, juga kadang disebut dengan istilah badai Schumpeter (Schumpeter, 1947). Destruksi kreatif menghancurkan cara-cara lama dalam perusahaan dan membuka jalan untuk munculnya hal-hal baru, dalam konteks ini destruksi kreatif merupakan keniscayaan untuk munculnya jalan baru. Jalan baru tersebut yang kemudian dipahami sebagai inovasi, wirausahawan menciptakan inovasi melalui kombinasi-kombinasi baru dengan memperkenalkan produk baru, pasar baru, sumber baru, atau organisasi baru dan memperkenalkan faktor-faktor produksi baru melalui teknik/cara dan teknologi baru (Schumpeter, 2013). Selanjutnya Schumpeter menyempurnakan istilah Inovasi atau kombinasi baru sebagai upaya memperkenalkan produk baru atau yang ditingkatkan kebaruannya secara signifikan ke pasar atau memperkenalkan teknologi baru atau yang ditingkatkan secara substansial, metode produksi, metode organisasi produksi, metode pemasaran, budaya organisasi tempat kerja atau lingkungan ke dalam aktivitas perusahaan. Definisi di atas mencakup lima perubahan internal yang disebut sebagai penciri utama inovasi oleh Schumpeter: 1. pengenalan barang baru, 2. pengenalan metode produksi baru, 3. pembukaan pasar baru, 4. penaklukan sumber baru pasokan bahan mentah, 5. melaksanakan organisasi baru dari industri apa pun (Schumpeter, 2017). Pemikiran Schumpeter telah menarik peran manusia kedalam pusat pembangunan ekonomi sebagai seorang wirausahawan yang inovatif.

Dalam konsep pembangunan ekonomi, Schumpeter mengemukakan gagasan perekonomian dalam arus sirkuler (lingkaran). Yaitu, terjadi pada situasi ekonomi berada dalam kondisi seimbang, dimana tidak ada pengangguran, suku bunga dalam kondisi normal, tidak ada tabungan masyarakat, juga nyaris tidak ada investasi (Schumpeter, 2017). Dalam perekonomian dalam bentuk sirkuler produk yang sama diproduksi setiap tahun dengan cara yang sama. Untuk setiap penawaran, di suatu tempat dalam sistem ekonomi, menunggu sesuai permintaan. Begitu pula untuk setiap permintaan, menunggu penawaran yang sesuai. Semua barang ditangani dengan harga yang telah ditentukan, sehingga setiap pendapatan dapat dianggap berjalan dengan cara yang sama di setiap periode (Schumpeter, 2017). Dengan demikian, pola sirkular didasarkan pada perilaku rutin pelaku ekonomi yang telah dijalankan secara teratur untuk menentukan harga dan jumlah barang dalam ekonomi pasar. Akibatnya, proses ini mengingatkan pada sirkulasi darah pada organisme hidup. Arus sirkuler (melingkar), menurut Schumpeter, merupakan titik awal pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi digambarkan sebagai suatu perubahan yang spontan dan terputus-putus dalam saluran aliran melingkar (Schumpeter, 2017). Schumpeter mengemukakan bahwa selama perkembangan ekonomi, dua proses yang berlawanan dalam bidang produksi ekonomi dibedakan. Yang pertama melibatkan penciptaan inovasi, yang kedua menghilangkan produk atau struktur organisasi yang ada dan menggantinya dengan yang baru. Koeksistensi kecenderungan di atas disebut oleh

Schumpeter sebagai prinsip destruksi kreatif (Schumpeter, 2013).

Berdasarkan prinsip destruksi kreatif, ditegaskan bahwa perkembangan ekonomi biasanya menyebabkan terganggunya keseimbangan, yang mengakibatkan perubahan dan menggusur keadaan keseimbangan yang telah ada sebelumnya. Schumpeter berpendapat bahwa peran kunci dalam evolusi ekonomi dimainkan oleh wirausahawan-inovator, yang untuk memperoleh keuntungan, mereka memulai dan menjalankan proses pembangunan ekonomi dengan mendobrak arus melingkar dengan memperkenalkan inovasi dalam ekonomi (Schumpeter, 2017). Perlu dicatat bahwa Schumpeter membedakan kewirausahaan dari manajerial: seorang manajer mengelola urusan suatu perusahaan sedangkan pengusaha juga mengambil risiko tingkat tinggi. Dalam visi evolusi ekonomi Schumpeter, pembangunan ekonomi didorong oleh sisi penawaran ekonomi sementara konsumen memainkan peran pasif dalam proses ini. Rencana produksi inovatif pengusaha menentukan perubahan struktural ekonomi secara keseluruhan sedangkan rencana konsumsi mencerminkan perilaku rutin konsumen (Schumpeter, 2017). Sehingga secara tidak langsung Schumpeter mengemukakan bahwa wirausahawan-inovator telah mendorong perkembangan kecerdasan manusia (Lipieta & Lipieta, 2022a). Atau dengan kata lain faktor kontemporer dari pertumbuhan ekonomi harus didasarkan pada pengetahuan, yang mendorong masyarakat ilmiah/intelektual dan ekonomi berbasis pengetahuan, di mana inovasi, kewirausahaan, dan daya saing mengarah pada peningkatan dan perlindungan lingkungan serta kondisi kehidupan masyarakat. Ekonomi berbasis pengetahuan adalah ekonomi di mana pengetahuan dibuat, diperoleh, ditransmisikan, dan digunakan secara efektif oleh bisnis, organisasi, individu, dan komunitas (Skrodzka, 2016).

Lipieta dan Lipieta (Lipieta & Lipieta, 2022b) merangkum beragam artikel yang turut mengomentari sekaligus dipengaruhi pandangan pembangunan ekonomi Schumpeter, misal Shionoya pada tahun 2007 menulis bahwa dinamika ekonomi harus disertai dan didasarkan pada ekonomi statis. Andersen pada tahun 2009 membuang konsep model tunggal sirkuler serta menggunakan kekuatan pendorong “mesin kapitalis” Schumpeter untuk menjelaskan proses penciptaan inovasi. Foster di tahun 2011 mencatat bahwa para ekonom meyakini awal mula pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh proses penemuan, kewirausahaan, inovasi teknologi dan organisasi, pendidikan, pelatihan dan pengalaman (*learning by doing*), sedangkan perubahan kelembagaan memainkan peran utama dalam mengatur pertumbuhan. Passinetti pada tahun 1993 mengemukakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi proses pertumbuhan ekonomi selain destruksi kreatif yang didasarkan pada pendapat ekonom klasik seperti keseimbangan agregat tabungan, investasi dan perubahan populasi. Romer pada tahun 2012 mengemukakan bahwa dalam pendekatan ekonomi klasik, tingkat pertumbuhan ditentukan oleh tingkat tabungan, rasio modal-output, tingkat pertumbuhan alami yang ditentukan oleh tingkat pertumbuhan penduduk dan tingkat pertumbuhan produktivitas, dipandang sebagai

faktor utama pertumbuhan ekonomi. Sementara dalam teori pertumbuhan endogen, pengetahuan, pendidikan, R&D, dan pengembalian yang meningkat karena rendahnya biaya transfer pengetahuan memainkan peran kunci dalam proses pertumbuhan. Aghion dan Howitt pada tahun 1992 melakukan analisa secara komprehensif sifat inovasi sebagai hasil dari prinsip destruksi kreatif dengan menggunakan metode kalkulus diferensial. Penulis melihat sumber pembangunan ekonomi dalam efektivitas kegiatan sektor penelitian dan pengembangan melalui mekanisme penghancuran kreatif dapat dipahami sebagai penghasil komoditas dengan kualitas yang sangat tinggi dalam menghasilkan pertumbuhan ekonomi.

Mekanisme destruksi kreatif telah membuka jalan bagi inovasi. Dan, saat ini sejumlah besar negara dan organisasi internasional mengakui pentingnya pengukuran inovasi. Adalah OECD/*Organisation for Economic Co-operation and Development*. Organisasi yang bermarkas di Paris-Prancis yang bekerja untuk membangun kebijakan yang lebih baik dengan fokus kerja pada ekonomi, pembangunan, pemerintahan, kelestarian, kemasyarakatan, keuangan, dan pembaruan. OECD merilis *Oslo Manual* pada tahun 2018 sebagai pedoman pengumpulan, pelaporan dan pemanfaatan data inovasi. Lebih lanjut *Oslo manual* dipahami sebagai panduan untuk mengumpulkan dan menginterpretasikan data tentang inovasi. Juga memfasilitasi komparabilitas internasional, dan menyediakan platform untuk penelitian dan eksperimen pengukuran inovasi. Prinsipnya dimaksudkan untuk mendukung kantor statistik nasional dan para pengguna data inovasi dalam merancang, mengumpulkan, dan menerbitkan langkah-langkah inovasi untuk memenuhi berbagai penelitian dan kebutuhan kebijakan (OECD/Eurostat, 2018). Sementara inovasi yang diadopsi dalam *Oslo manual* bersumber pada gagasan Schumpeter tentang inovasi. Yaitu 1. Pengenalan komoditas baru. 2. Pengenalan metode baru dalam produksi. 3. Pembukaan pasar baru. 4. penaklukan sumber baru pasokan bahan mentah. 5. melaksanakan organisasi baru dari industri apa pun (Schumpeter, 2017). Schumpeter mengemukakan bahwa Kegiatan inovatif adalah keseluruhan kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk memperkenalkan inovasi. Perusahaan yang memperkenalkan inovasi disebut perusahaan atau perusahaan inovatif (Schumpeter, 2013).

### **Perusahaan/Industri Besar dan Kombinasi-Kombinasi Baru**

Pertanyaan pertama, apakah gagasan Schumpeter mengenai inovasi bisa diterapkan pada semua jenis usaha? Jawabannya tidak, hanya jenis usaha tertentu dengan karakteristik tertentu yang bisa mengadopsi gagasan inovasi tersebut. Stam menjelaskan bahwa dalam konteks modern, gagasan destruksi kreatif bisa direpresentasikan dalam bentuk perusahaan rintisan (*start up*) (Stam, 2018). Beberapa karakteristik yang melekat pada perusahaan *start up* diantaranya 1. Perusahaan baru seumur jagung, kurang lebih baru menginjak 3 tahun atau kurang dari itu. 2. Jumlah karyawan masih sangat terbatas. 3. Perusahaan

*start up* umumnya bergerak di bidang teknologi dan informatika, 4. Perusahaan *start up* dimiliki oleh beberapa orang dalam jumlah kecil. 5. Perusahaan *start up* menghasilkan aplikasi digital. 6. Umumnya menerapkan *knowledge sharing*. 7. Mendapatkan kucuran dana sangat besar dalam bentuk investasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri (Suwarno & Silvianita, 2017). Kucuran dana tersebut, kemudian dipahami sebagai “bakar uang” praktik promosi besar-besaran yang lazim dilakukan oleh perusahaan *start up*. Operasi destruksi kreatif yang dilakukan perusahaan *start up* adalah dengan berupaya menjadi pemecah kebuntuan pasar dari penawaran yang dilakukan perusahaan-perusahaan terdahulu, melalui penciptaan solusi praktis yang kemudian secara perlahan akan mengambil alih produk atau jasa layanan yang telah ada di pasar dengan menghancurkannya. Hal ini nampak dari upaya masif dan ekspansif yang dilakukan Go-Jek, dengan membuat aplikasi pada layanan berbasis transportasi publik melalui Go-Ride dan Go-Car yang secara perlahan mengeser peran ojek pangkalan dan angkutan umum atau rental mobil pada umumnya dan secara efektif telah mendominasi layanan transportasi publik.

Jenis usaha lainnya yang melakukan adopsi inovasi adalah usaha-usaha atau industri skala besar. Pendapat ini dikemukakan oleh Lambert dan Velardo, inovasi yang dimaksud oleh Schumpeter nyaris sulit dilakukan pada usaha-usaha kecil namun akan berdampak signifikan pada industri besar (Lambert & Velardo, 2020). Representasi modern dari destruksi kreatif-inovasi pada industri besar dengan nilai valuasi ekonomi yang besar dapat dilihat pada perusahaan Samsung vendor *smartphone* asal Korea Selatan yang mampu melakukan strategi inovatif. Faktanya, kini Samsung, telah menjadi salah satu pemain raksasa yang mendominasi pasar *smartphone* global, dengan merilis *smartphone* dengan fitur-fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang tidak dilakukan oleh kompetitor *incumbent*, dan mencapai penjualan yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya di pasar *smartphone*. Melalui kreativitas dan inovasi yang diadopsi oleh Samsung, Samsung telah menjadi pemimpin pasar *smartphone* berbasis teknologi 5G yang sedang berkembang (Fitrah et al., 2020). Perusahaan lain yang melakukan operasi destruksi kreatif-inovasi datang dari perusahaan berbasis teknologi-hijau asal Amerika Serikat yaitu Tesla, Tesla pertama kali hadir dengan menawarkan konsep baru dari pasar otomotif konvensional, yaitu sebagai produsen mobil listrik, pada awalnya Tesla mengalami kesulitan untuk memasuki pasar otomotif yang banyak dikuasai oleh perusahaan otomotif konvensional berbasis bahan bakar minyak, ditambah harga mobil listrik jauh lebih mahal daripada mobil konvensional, namun seiring waktu perusahaan menunjukkan peningkatan

produksi secara signifikan. Hal ini didukung dengan inovasi yang dilakukan dalam berbagai hal, Tesla menggunakan konsep manajemen dan pemasaran yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan terdahulu, perusahaan mendemonstrasikan strategi online dan sistem teknologi informasi yang terhubung dengan kendaraan untuk meningkatkan integrasi dari teknologi, Tesla juga mengakuisisi panel surya dan menerapkannya dalam strategi bisnis (Kim, 2020).

Apple adalah perusahaan dengan nilai kapitalisasi aset begitu besar yang beroperasi dengan cara destruksi-kreatif. Tujuan utama Apple adalah menciptakan produk yang memperkaya kehidupan manusia sehari-hari. Itu tidak hanya melibatkan pengembangan kategori produk yang sama sekali baru seperti iPhone dan Apple Watch, tetapi juga terus berinovasi di dalam kategori tersebut, produk-produk Apple ditenagai oleh sistem operasi mandiri yang dikembangkan oleh Apple. Mungkin tidak ada fitur produk yang mencerminkan komitmen untuk inovasi berkelanjutan pada produk Apple dengan lebih baik daripada kamera iPhone. Saat iPhone diperkenalkan, pada tahun 2007, Steve Jobs telah mencurahkan waktu begitu besar dalam pengembangan kamera iPhone. Sejak itu inovasi teknologi kamera iPhone telah berkontribusi pada industri fotografi: Pencitraan rentang dinamis tinggi (2010), foto panorama (2012), lampu kilat *True Tone* (2013), stabilisasi gambar optik (2015), kamera lensa ganda (2016), mode potret (2016), pencahayaan potret (2017), dan mode malam (2019) adalah beberapa peningkatan yang ada pada iPhone. Untuk menciptakan inovasi seperti itu, Apple mengandalkan struktur yang berpusat pada keahlian fungsional. Apple membuat divisi-divisi yang memiliki hak keputusan untuk masing-masing domain dan tidak boleh mengintervensi atau diintervensi oleh divisi lain yang bukan menjadi domainnya. Hal ini didasarkan pada dua pandangan: Pertama, Apple bersaing di pasar dimana tingkat perubahan dan intensitas teknologi berada pada level sangat tinggi, sehingga harus mengandalkan penilaian dan intuisi orang dengan pengetahuan mendalam tentang teknologi. Jauh sebelum bisa mendapatkan umpan balik dan perkiraan pasar yang solid, perusahaan harus membuat taruhan tentang mana teknologi dan desain yang relatif berhasil dan diterima oleh pasar pada smartphone, komputer, dan sebagainya. Hal ini dilakukan dengan mengandalkan ahli teknis daripada manajer umum yang meningkatkan kemungkinan taruhan tersebut akan terbayar. Kedua, komitmen Apple untuk menawarkan yang terbaik. Produk akan dilemahkan jika keuntungan jangka pendek dan target biaya adalah kriteria utama untuk menilai investasi. Secara signifikan, bonus eksekutif perusahaan didasarkan pada angka kinerja seluruh perusahaan dan bukan berdasar pada biaya atau pendapatan dari produk tertentu. Jadi

keputusan produk terisolasi dari tekanan keuangan jangka pendek. Tim keuangan tidak terlibat dalam peta perumusan produk dari tim teknik, dan tim teknik tidak terlibat dalam keputusan penetapan harga (Podolny, 2020). Keunggulan lainnya dari Apple adalah dengan hadirnya Apple Store yang memberikan garansi perlindungan dan keamanan bagi pengguna produk Apple yang tidak dimiliki oleh kompetitor sejenis.

Berbagai adopsi inovasi dilakukan oleh perusahaan-perusahaan/industri dengan skala besar yang memiliki kapitalisasi aset ekonomi yang begitu besar. Bahkan memiliki kontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Sehingga inovasi Schumpeter nyaris sulit dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kecil dengan kapitalisasi aset yang terbatas. Namun, artikel pada tahun 2019 menyiratkan kemungkinan inovasi yang bisa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kecil. Boutillier menganalisis kapasitas pengusaha kecil untuk memperkenalkan inovasi pada area inovasi yang berbasis ramah lingkungan. Boutillier tidak menjelaskan lebih lanjut inovasi yang dilakukan oleh perusahaan kecil tersebut, apalagi menjelaskan terkait area mana yang menjadi operasi destruksi kreatif yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Boutillier, 2019).

### **Risiko-Risiko dalam Inovasi**

Pertanyaan kedua, Apakah Schumpeter mempertimbangkan risiko yang mungkin dihadapi akibat inovasi yang dilakukan? dari karya-karya Schumpeter, nyaris tidak ditemukan pandangan-pandangannya terkait risiko dari operasi inovasi yang dilakukan wirausaha. Schumpeter hanya membahas secara mendetail dan tuntas destruksi kreatif, inovasi hingga infiltrasinya dalam arus sirkuler yang kontributif terhadap pembangunan ekonomi, dan lebih menitikberatkan pada kombinasi-kombinasi baru sebagai fungsi dari inovasi. Padahal Inovasi secara inheren dikaitkan dengan risiko dan ketidakpastian, dan keterlibatan pengusaha dengan ini merupakan inti dari proses inovasi (Williams et al., 2021). Risiko dalam proses usaha adalah sebuah keniscayaan apalagi dengan melakukan implementasi cara baru dengan meninggalkan/merusak cara lama. Yang dapat ditemukan dari pandangan Schumpeter yang beririsan dengan risiko, mungkin, pandangannya bahwa proses destruksi kreatif hanya akan mengganggu keseimbangan yang secara perlahan akan menuju kepada titik keseimbangan baru.

Sanchez, Williams, dan Andreu mengemukakan risiko terbesar terhadap inovasi bagi pengusaha adalah penolakan dari pelanggan. Pelanggan umumnya puas dengan *status quo* mereka dan tidak memiliki selera inovasi atau memiliki selera inovasi yang relatif rendah (Sánchez et al., 2019), risiko inovasi lainnya adalah penolakan dari karyawan dan ketidak-inginan mereka

untuk berubah hal ini menunjukkan bahwa tidak semua karyawan dapat menerima inovasi yang hendak ditetapkan oleh perusahaan (Gray, 2002), ada peran mekanisme pertahanan adaptif dan dan maladaptif dalam penolakan karyawan terhadap inovasi yang telah menjadi bagian dari isu-isu organisasi (Bovey & Hede, 2001). Konsekuensi dari inovasi adalah biaya inovasi yang tidak murah, apalagi pada perusahaan-perusahaan yang beroperasi di bidang teknologi, sehingga perusahaan perlu mempersiapkan uang cadangan tambahan untuk adopsi inovasi (Williamson, 2010). Risiko konflik manajerial, permasalahan atas aset yang dimiliki dan konflik atas perubahan model bisnis serta kognisi untuk memahami berbagai hambatan atas inovasi tersebut mungkin terjadi karena upaya adopsi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan (Chesbrough, 2010). Inovasi membuka celah untuk mendapatkan profit yang lebih kecil dari sebelumnya, perusahaan tidak dalam posisi merugi namun mendapatkan profit yang lebih rendah dari upaya yang lebih banyak dilakukan perusahaan dari sebelumnya adalah hal yang perlu dipertimbangkan kembali oleh perusahaan, apakah tetap mengadopsi inovasi atau tetap menggunakan cara lama (Afuah, 2003). Proses inovasi juga menciptakan kontradiksi dalam perusahaan, sehingga dapat mengganggu kondusivitas hubungan pemangku kepentingan termasuk para karyawan, menciptakan ketidakpastian dalam organisasi, bertentangan dengan lingkungan kelembagaan, hanya menghasilkan resistensi implisit dan eksplisit terhadap perubahan, mengurangi kepuasan tertentu, karyawan terpaksa mengambil risiko, rendahnya suasana moral dan psikologis, rendahnya pelatihan keterampilan, dan tujuan karyawan tidak sinkron dengan sasaran pengembangan perusahaan (Dibrov, 2015). Aturan dan peraturan di negara yang membatasi inovasi, tenggat waktu dan sumber daya yang langka adalah hal-hal yang perlu dipikirkan dan dipertimbangan pengusaha dalam melakukan inovasi.

### **Pelaku Bisnis dengan Cara-Cara Kolot dan Tradisional**

Pertanyaan ketiga, Apakah inovasi menjadi sebuah keharusan dalam bisnis melalui penerapan kombinasi-kombinasi baru? Jawabannya tidak, faktanya ada perusahaan-perusahaan yang melakukan pengelolaan usaha, produk usaha, metode produksi dengan mindset dan cara-cara lama dan tradisional. Representasi dari perusahaan tradisional ini adalah perusahaan keluarga atau perusahaan yang dikelola oleh keluarga, perusahaan semacam ini melibatkan komponen emosional, mengelola keuangan secara tradisional, keluarga adalah pemilik bisnis yang memiliki kewenangan untuk memutuskan rencana bisnis dan investasi (Astrachan & Jaskiewicz, 2008). Industri pariwisata di Bali bisa dijelaskan sebagai

industri yang tidak terdefiniskan dalam konteks destruksi-inovasi Schumpeter, Bali memiliki nilai-nilai kehidupan sosial yang unik, ada aturan dasar di Bali untuk perumahan. Batas ketinggian bangunan vertikal tidak melebihi pohon kelapa, tempat ritual di Bali menjadi salah satu destinasi wisata selain dari keindahan pantainya, sekalipun demikian kawasan ritus tidak boleh terganggu oleh aktivitas wisata. Hal ini menunjukkan tradisi melekat kuat dalam industri pariwisata di Bali (Putu et al., 2020). Namun di lain pihak upaya-upaya untuk melindungi budaya lokal di Bali merupakan salah satu prinsip pembangunan berkelanjutan. Arsitektur Bali merupakan perwujudan dari konsep kosmologis Hindu Bali yang bersifat lokal dalam kehidupan masyarakat yang senantiasa lestari. Penerapan konsep tradisional Tri Mandala dalam perancangan bangunan modern melalui pendekatan arsitektur neo vernakular merupakan salah satu upaya untuk melestarikan budaya Bali. Hal ini nampak pada desain hotel resort di Kuta Bali Tri Mandala membagi ruang menjadi tiga bagian, yakni Utama, Madya, Nista yang mana makna sakral, netral, kurang sakral diwujudkan dalam organisasi zonasi privat sebagai unit kamar, area publik sebagai lobi, restoran, drop off, dan area layanan sebagai dapur dan tempat parkir (Widyapuspita et al., 2020).

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan:

- 1) Operasi detruksi kreatif-Inovasi yang digagas schumpeter nyaris sulit dilakukan oleh industri-industri kecil, namun signifikan jika diadopsi oleh perusahaan besar/industri besar dengan nilai valuasi ekonomi yang juga besar. Representasi modern dari gagasan ini adalah perusahaan perusahaan *start up*/perusahaan perusahaan berbasis teknologi seperti Go-Jek dan perusahaan *start up* lainnya atau perusahaan-perusahaan dengan kapitalisasi aset begitu besar seperti Samsung, Tesla, Apple. Tidak keliru Schumpeter menempatkan perusahaan-perusahaan tersebut di jantung utama pertumbuhan ekonomi yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi.
- 2) Schumpeter terlalu fokus terhadap fungsi-fungsi inovasi melalui 1. Pengenalan komoditas baru. 2. Pengenalan metode baru dalam produksi. 3. Pembukaan pasar baru. 4. penaklukan sumber baru pasokan bahan mentah. 5. melaksanakan organisasi baru dari industri apa pun. Fungsi-fungsi inovasi tersebut merupakan hasil dari operasi destruksi kreatif. Sementara risiko inovasi nyaris tidak dijelaskan oleh Schumpeter. Padahal inovasi berkait berkelindan dengan risiko dan

ketidakpastian. Para ahli menjelaskan risiko inovasi tersebut diantaranya penolakan dari pelanggan, penolakan dari karyawan, biaya inovasi yang tidak murah, konflik organisasi, profitabilitas yang menurun, kontradiksi dengan budaya organisasi, munculnya biaya pelatihan keterampilan, kontradiksi dengan peraturan pemerintah, adanya tenggat waktu, dan sumber daya yang terbatas.

- 3) Hadirnya pelaku-pelaku bisnis yang tidak mengadopsi destruksi kreatif schumpeter melalui fungsi dari kombinasi-kombinasi baru. Mereka melakukan pengelolaan usaha, produk usaha, metode produksi dengan mindset dan cara-cara kuno dan tradisional. Representasi dari perusahaan ini adalah perusahaan keluarga yang melakukan pengelolaan usaha secara sederhana, laporan keuangan dibuat secara sederhana, keputusan bisnis dan investasi diputuskan secara kekeluargaan, perusahaan semacam ini melibatkan komponen emosional. Industri lainnya yang tidak terdefinisi berdasarkan destruksi kreatif Schumpeter adalah industri pariwisata di Bali. Bali tetap mempertahankan budaya yang berdasar pada kosmologi Hindu Bali sebagai basis pariwisatanya.

Hasil penelitian diharapkan memiliki implikasi terhadap pengembangan konseptual inovasi-kewirausahaan. Penulis menyadari betul bahwa pandangan Schumpeter memiliki pengaruh sangat besar bukan hanya terhadap industri dan perkembangan ekonomi suatu negara, namun juga terhadap kajian akademis khususnya di perguruan tinggi pada aspek inovasi-kewirausahaan. Penulis juga memiliki harapan hasil penelitian menjadi implikasi dari kontruksi diskursus akademis untuk meramu gagasan inovasi-kewirausahaan yang mengakomodasi melesatnya perkembangan informasi dan teknologi saat ini, yang secara faktual bukan hanya telah diadopsi oleh industri namun juga oleh perguruan tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. (2003). *INNOVATION MANAGEMENT Strategies, Implementation, and Profits*. Oxford University Press.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Astrachan, J. H., & Jaskiewicz, P. (2008). Emotional Returns and Emotional Costs in Privately Held Family Businesses: Advancing Traditional Business Valuation. *Family Business Review*, 21(2), 139–149.
- Boutillier, S. (2019). Small entrepreneurship, knowledge and social resources in a heavy industrial territory. The Case of Eco-Innovations in Dunkirk, North of France. *Journal of the Knowledge Economy*, 10, 997-1018.
- Bovey, W. H., & Hede, A. (2001). Resistance to organisational change: the role of defence mechanisms. *Journal of Managerial Psychology*, 16(7), 534–548. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006166>
- Bruce, D. (2002). Taxes and Entrepreneurial Endurance: Evidence from the Self-Employed. *National Tax Journal*, 55(1), 5–24.
- Callegari, B., & Nybakk, E. (2022). Schumpeterian theory and research on forestry innovation and entrepreneurship: The state of the art, issues and an agenda. *Forest Policy and Economics*, 138, 102720. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2022.102720>
- Chatzinikolaou, D., & Vlados, C. (2019). Schumpeter, Neo-Schumpeterianism, and Stra.Tech.Man Evolution of the Firm. *Issues in Economics and Business*, 5(2), 80. <https://doi.org/10.5296/ieb.v5i2.16097>
- Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. *Long Range Planning*, 43(2), 354–363. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.010>
- Cowdrey, R. (2012). *Creating an Entrepreneurial Mindset: Failure Is an Option* (1st ed.). Bookboon.com.
- Dibrov, A. (2015). Innovation resistance : the main factors and ways to overcome them. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 166, 92–96. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.489>
- Fitrah, N., Mohd, B., Mui, D., Kee, H., Chong, L. M., & Han, J. (2020). *The Impact of Innovation Strategy on Organizational Success : A Study of Samsung*. 3(2), 93–104.
- Foy, S., & Gruber, M. (2022). Identity–Society (Mis)Alignment and the Instrumentalization of Firm Creation: Creative Destruction and Creative Reconstruction. *Academy of Management Journal*, 65(2), 479–515. <https://doi.org/10.5465/amj.2019.0754>
- Fragio, A. (2022). *The Crisis of the Historical Style of Economic Reasoning: Joseph A. Schumpeter, Nicholas Georgescu-Roegen, and Paul A. Samuelson* (pp. 53–68). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-94586-2\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-94586-2_4)
- Garnaut, R. (2022). *Economic Ideas and Policy Outcomes: Applications to Climate and Energy*. June. [https://rse.anu.edu.au/sites/default/files/2022-07/Gruen Lecture 2022 %28final%29 - Garnaut - June 29.pdf](https://rse.anu.edu.au/sites/default/files/2022-07/Gruen%20Lecture%202022%20final%29%20-%20Garnaut%20-%20June%2029.pdf)
- Gray, C. (2002). Entrepreneurship, Resistance to Change and Growth in Small Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 61–72.
- Hamilton, B. H. (2000). "Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604–631.

- Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2020). Psychological factors that lessen the impact of covid-19 on the self-employment intention of business administration and economics' students from latin america. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 1–22. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155293>
- Kao, R. W. (1995). "WHY ENTREPRENEURSHIP COULD BE TAUGHT AND SHOULD BE TAUGHT, INCLUDING AN INTRODUCTION TO A MODEL FOR ENTREPRENEURSHIP EDUCATION. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(4), 97–99.
- Kim, H. (2020). *Analysis of How Tesla Creates Core Innovation Capability*. 15(6), 42–61. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n6p42>
- Knopf, J. W. (2006). Doing a Literature Review. *PS: Political Science & Politics*, 39(1), 127–132. <https://doi.org/10.1017/S1049096506060264>
- Lambert, T. E., & Velardo, T. (2020). Schumpeter, Sweezy, the Financial System, and Innovation: Small versus Big Business. *International Review of Entrepreneurship*, 13(3), 447–466.
- Lipietz, A., & Lipietz, A. (2022a). The role of destructive mechanisms within economic evolution. *Panoeconomicus*, 00, 8–8. <https://doi.org/10.2298/PAN190729008L>
- Lipietz, A., & Lipietz, A. (2022b). Adjustment Processes Within Economic Evolution — Schumpeterian Approach. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-00912-3>
- Marx, K., & Engels, F. (1848). *Communist Manifesto - Intro and Part I*. 1–9.
- McCraw, T. K. (2009). *Prophet of innovation: Joseph Schumpeter and creative destruction*. Harvard University Press.
- Mulyana, R. A. (2013). *Pengaruh Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Dan Sikap Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/2616/>
- OECD/Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. In *The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*.
- Pettit, P. (2017). Democracy Before, In, and After Schumpeter. *Critical Review*, 29(4), 492–504. <https://doi.org/10.1080/08913811.2017.1378401>
- Piano, N. (2017). "Schumpeterianism" Revised: The Critique of Elites in Capitalism, Socialism and Democracy. *Critical Review*, 29(4), 505–529. <https://doi.org/10.1080/08913811.2017.1458501>
- Piano, N. (2022). Neoliberalism, leadership, and democracy: Schumpeter on "Schumpeterian" theories of entrepreneurship. *European Journal of Political Theory*, 21(4), 715–737. <https://doi.org/10.1177/1474885120960439>
- Podolny, M. J. (2020). How Apple Is Organized for Innovation. *Harvard Business Review*, December, 1–11.
- Putu, N., Nurjani, S., Ketut, N., & Dwijendra, A. (2020). *How Traditional Balinese Houses Can Adjust and Cater for International Tourist in the Canggu Area , Bali Indonesia ?* 24(03), 2561–2573. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I3/PR201901>
- Rosenberg, N. (2011). Was Schumpeter a Marxist? *Industrial and Corporate Change*, 20(4), 1215–1222. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/icc/dtr037>
- Sánchez, I. R., Williams, A. M., & Andreu, H. G. (2019). Customer Resistance to Tourism Innovations: Entrepreneurs' Understanding and Management Strategies. *Journal of Travel Research*, 59(3), 450–464.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159.
- Schumpeter, J. A. (2013). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203202050>
- Schumpeter, J. A. (2017). *The Theory of Economic Development*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315135564>
- Sholahudin, U. (2020). Membedah Teori Kritis Mazhab Frankfurt. *Jurnal of Urban Sociology*, 3(2), 71–89. [www.journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi](http://www.journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi)
- Skrodzka, I. (2016). Knowledge-based economy in the European Union—Cross-country analysis. *Statistics in Transition. New Series*, 17(2), 281–294.
- Sombart, W. (1913). Studien zur Entwicklungsgeschichte des modernen Kapitalismus: Bd. Krieg und Kapitalismus. *Duncker & Humblot*, 2.
- Stam, E. (2018). An Entrepreneurial Ecosystem Approach to Industrial Policy. *USE Working Paper Series*, 18(5), 13.
- Suwarno, D. J., & Silvianita, A. (2017). Knowledge Sharing Dan Inovasi Pada Industri Startup. *Ecodemica*, 1(1), 98–106.
- Thomas, G. (2017). Can Liberal Democracy Survive Capitalism? *Critical Review*, 29(4), 530–544. <https://doi.org/10.1080/08913811.2017.1443592>
- Widyapuspita, N., Hartanti, N. ., & Rahma, N. (2020). Redefining the concept of Tri Mandala cosmology in the spatial organization of resort hotel in Bali Redefining the concept of Tri Mandala cosmology in the spatial organization of resort hotel in Bali. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/780/1/012074>
- Williams, A. M., Rodríguez Sánchez, I., & Škokić, V. (2021). Innovation, Risk, and Uncertainty: A Study of Tourism Entrepreneurs. *Journal of Travel Research*, 60(2), 293–311.
- Williamson, P. J. (2010). Cost Innovation: Preparing for a 'Value-for-Money' Revolution. *Long Range Planning*, 43(2), 343–353. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.008>