

# STRATEGI INOVASI DALAM DESAIN

I Putu Udiyana Wasista

Jurusan Desain Interior Institut Seni Indonesia Denpasar  
udyanawasista@isi-dps.ac.id

## ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang strategi inovasi yang digunakan dalam dunia desain khususnya yang berhubungan dengan sistem industri. Metode yang digunakan adalah literatur review dengan menganalisa artikel penelitian yang terkait dengan objek pembahasan. Hasilnya terdapat dua strategi inovasi dalam desain yaitu inovasi radikal dan inovasi bertahap yang memiliki karakteristik dan keunikan masing-masing.

Kata Kunci : inovasi, desain, kreativitas, industri desain.

## ABSTRACT

*This article discusses the innovation strategies used in the design world especially those related to industrial systems. The method used is literature review by analyzing research articles related to the object of discussion. The result is that there are two innovation strategies in design namely radical innovation and incremental innovation that have their own characteristics and uniqueness.*

*Keywords : innovations, design, creativity, design industry*

## LATAR BELAKANG

Istilah inovasi dalam desain bukanlah sebuah istilah yang asing. Kebutuhan manusia yang berkembang secara progresif, memunculkan inovasi-inovasi baru dalam berbagai cabang ilmu desain. Inovasi merupakan sebuah kekuatan penggerak dalam desain untuk menemukan solusi baru dalam permasalahan yang dihadapi manusia.

Seiring perkembangan teknologi dan keilmuan desain, para praktisi dan akademisi memiliki pandangan berbeda tentang definisi inovasi. Bahkan diantaranya masih mempertanyakan faktor yang menjadi pemicu kemunculan inovasi. Inovasi dalam hal ini menjadi sebuah diskursus yang terus bergulir seiring perkembangan jaman. Banyak faktor yang dianggap mampu mempengaruhinya, serta banyak bentuk inovasi yang dianggap muncul dari kondisi tersebut.

Melalui tulisan singkat ini, nantinya akan dibahas tentang kaitan inovasi dan desain sekaligus jenis inovasi yang terdapat dalam bidang desain, sebagai bentuk strategi dalam dunia industri desain. Artikel singkat ini akan memberikan gambaran tentang strategi inovasi yang berkembang dalam ranah keilmuan desain, untuk nantinya dapat dikembangkan lebih lanjut bagi para praktisi maupun akademisi.

## **PEMBAHASAN**

### **Apa itu Inovasi?**

(Rogers, 1998), secara sederhana ingin mendefinisikan inovasi yang ia rangkum dari lima jenis inovasi pada OECD Oslo Manual (OECD, 1997). Menurutnya, ada beberapa poin kunci yang didapat untuk mendefinisikan secara sederhana tentang pengertian inovasi. Setidaknya ada dua poin kunci dalam menggolongkan inovasi, yaitu pada produk dan teknologi. Pertama adalah inovasi dalam produk, yaitu produk baru yang memiliki karakteristik yang lebih meningkat dari produk sebelumnya. Kedua adalah inovasi dalam teknologi, yaitu lebih menasar pada proses produksi hingga pengiriman dengan peningkatan teknologi baru yang signifikan. Sejauh ini, definisi inovasi berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat sebagai barang atau jasa baru yang secara substansial telah diperbaiki serta dikomersialkan, atau proses baru yang secara substansial ditingkatkan yang digunakan untuk keperluan produksi barang atau jasa secara komersial (Rogers, 1998).

Sedangkan definisi inovasi lainnya menurut *The Department of Industry and Science* (DIST), mendefinisikan inovasi secara lebih luas yaitu pada tingkat perusahaan atau individual, inovasi dapat didefinisikan sebagai aplikasi ide yang baru bagi perusahaan, baik itu diwujudkan dalam produk, proses layanan, organisasi sistem kerja, pemasaran, serta pelayanan (Gibbons, 1994). Disini dapat diartikan bahwa inovasi dipandang sebagai sebuah sistem menyeluruh. Kata kuncinya adalah sentuhan baru dalam sistem. Artinya inovasi memiliki ikatan yang sangat kompleks dalam pembentukannya hingga menjadi sebuah sistem.

Sejauh ini definisi inovasi berdasarkan uraian di atas, mengacu pada sebuah kata kunci yaitu “peningkatan nilai” dalam produksi barang dan jasa serta sistem penunjangnya (manajemen, sistem produksi, pelayanan, pemasaran. Dalam hal ini peningkatan nilai tersebut harus memiliki jalan menjadi nyata melalui sistem industri. Karena apabila sebuah temuan inovasi tidak diwujudkan maka tidak terhitung sebagai inovasi (Rogers, 1998). Sebab inovasi sendiri berkaitan erat dengan pengejawantahan ide ke dalam bentuk nyata melalui sistem industri yang didalamnya terdapat produksi. Tanpa adanya produksi maka ide tersebut tidak akan menjadi nyata dan tidak dapat disebut inovasi. Di titik ini, sistem industri memberikan ruang bagi inovasi terbentuk menjadi nyata. Oleh karenanya, inovasi tidak dapat terlepas dari sebuah sistem industri, karena di dalamnya terjadi pengolahan ide secara struktural hingga menjadi produk nyata.

### **Inovasi dan Desain**

Sumber inovasi terdiri dari dua aspek besar, yaitu sains (kemajuan teknologi industri) dan lingkungan, hingga menciptakan faktor turunan dari keduanya seperti standar teknologi industri serta produk yang ditingkatkan nilainya (Cautela et al., 2014). Secara mendetail sains dan kemajuan teknologi industri tidak terlepas dari pengaruh para pemimpin inovatif pada perusahaan-perusahaan besar dan komunitas kreatif yang sangat heterogen. Sedangkan lingkungan seperti perubahan kebutuhan atau cara pandang dalam sosio kultural sangat berpengaruh pada inovasi produk khususnya kebutuhan hingga pemasaran. Kedua aspek ini merupakan sebuah kesatuan dalam memicu inovasi.

Namun kaitan inovasi dan desain muncul dari dua jenis inovasi yang dikemukakan (Norman & Verganti, 2014), yaitu inovasi radikal dan inovasi bertahap. Menurut mereka, desain merupakan sebuah artefak yang dinamis terbentuk dari beragam standar salah satunya teori. Dari teori inilah terbentuk pemahaman bahwa desain dan inovasi merupakan sebuah kesatuan yang terikat dalam sistem industri.

Menurut (Norman & Verganti, 2014) secara lebih lanjut, inovasi dalam kaitannya dengan desain sangat bergantung pada manusia sebagai *user interface*. Kebutuhan manusia akan kemudahan untuk membantu kehidupannya menjadi titik tolak dalam desain. Melalui desain, kebutuhan manusia dipersepsikan dan diproyeksikan. Kebutuhan manusia sangat mempengaruhi desain, sedangkan inovasi merupakan jawaban atas strategi desain untuk meningkatkan kesejahteraan atas kebutuhan manusia tersebut. Desain pada titik ini bersifat multidimensional dalam mencari jawaban atas permasalahan tersebut. Jawaban yang diperoleh dari strategi pemecahan masalah hingga analisis, berujung pada inovasi yang di dalamnya memiliki perhitungan sangat kompleks. Perhitungan ini bisa menyangkut banyak hal, contohnya dari produk yang dihasilkan hingga sistem produksi, pemasaran, serta banyak faktor lainnya. Artinya desain dan inovasi saling terkait dalam sebuah rantai industri untuk dapat diwujudkan dan menjawab permasalahan hidup manusia.

### **Strategi Inovasi dalam Desain**

Namun dalam prosesnya perlu diketahui tentang strategi inovasi dalam desain. Melalui strategi tersebut, dapat diketahui tentang transformasi inovasi ke dalam desain, serta proses dan karakteristik yang ada di dalamnya.

Setidaknya terdapat dua jenis inovasi yang lumrah ditemukan dalam produksi atau industri desain, yaitu inovasi radikal (*radical innovation*) dan inovasi bertahap (*incremental innovation*) (Norman & Verganti, 2014). Inovasi radikal dan bertahap merupakan jenis inovasi yang muncul dari teori kreativitas Kirton dengan karakteristik yang khas.

Kreativitas radikal lebih menekankan perkembangan yang menyeluruh, merubah seluruh sistem dan mengabaikan norma yang lumrah serta terkadang dianggap tidak ekonomis karena berusaha merubah seluruh sistem sehingga membutuhkan biaya produksi yang besar. Sedangkan kreativitas bertahap lebih menekankan pada perubahan kecil, selangkah demi selangkah dan tetap pada pertimbangan biaya produksi yang ekonomis (Kirton, 1976).

Jenis inovasi radikal dapat dicontohkan pada kasus penemuan pesawat terbang oleh Wright bersaudara yang keluar norma pada masa itu. Karena masa itu masih menganggap manusia tidak dapat terbang di angkasa layaknya seekor burung, ternyata semua terbantahkan oleh penemuan Wright bersaudara. Sedangkan inovasi bertahap dicontohkan pada perkembangan otomotif yang menambahkan inovasi sedikit demi sedikit seperti perbaikan suspensi, penambahan radio, penambahan lampu, dan lainnya yang dianggap lebih ekonomis untuk dipasarkan. Karena perubahannya tidak terlalu besar dan tidak membutuhkan biaya produksi besar. Inovasi bertahap tidak memiliki perubahan

secara signifikan seperti inovasi radikal, tapi lebih kepada perbaikan dari produk sebelumnya secara perlahan (Wasista, 2020)

Inovasi radikal diibaratkan selalu berusaha berada di puncak kebaruan, sedangkan inovasi bertahap diibaratkan sedang mendaki menuju puncak kebaruan dengan tiada henti. Hal menariknya adalah inovasi radikal kerap dilakukan tanpa riset desain dan para pengembang atau inovatornya melakukan hal baru hanya dengan anggapan bahwa, “ini menarik untuk dilakukan, ayo lakukan!”, hanya dengan pemikiran sesederhana itulah maka Google, Facebook dan Twitter muncul di hadapan kita. Dari penelusurannya, (Norman & Verganti, 2014) gagal menemukan inovasi radikal yang bersumber dari riset berbasis manusia (*Human Centered Design*), justru inovasi ini lebih banyak muncul dari cara main-main sejalan dengan perkembangan teknologi.

Perbedaan yang jelas tentang kedua jenis inovasi tersebut dipaparkan oleh (Dahlin & Behrens, 2005), bahwa sederhananya inovasi bertahap adalah melakukan lebih baik dari yang sudah ada, sedangkan inovasi radikal adalah melakukan yang belum pernah dilakukan. Lebih lanjut menurutnya, inovasi radikal muncul apabila sang desainer atau inovator memiliki dua kriteria yaitu berpikir aneh dan unik. Sang desainer atau inventor cenderung berpikir keluar jalur, tidak terduga, nyeleneh dan mengagetkan dalam mencari solusi. Namun secara kontras, dalam industri khususnya manufaktur seperti desain, inovasi bertahap lebih disukai untuk diwujudkan ketimbang radikal karena terkait dengan faktor biaya pengembangan dan biaya produksi. Hal ini terkait dengan pernyataan (Drucker, 1969), bahwa sebuah perusahaan pasti menggunakan strategi yang aman dan sedikit resiko. Dalam hal ini, inovasi bertahap merupakan pilihan yang sesuai karena lebih sedikit resiko yang diambil dalam proyek pengembangan inovasi.

Dari segi bisnis, inovasi bertahap merupakan pilihan yang paling aman. Sedangkan inovasi radikal lebih banyak menghabiskan modal dalam pengembangan dan juga memiliki resiko yang lebih tinggi karena menciptakan tren baru yang terkadang sangat sulit diprediksi keberlanjutannya. Terlebih lagi menurut (Sandberg & Aarikka-Stenroos, 2014), inovasi radikal memiliki tingkat keberhasilan yang sangat langka dan kebanyakan gagal. Pendapat ini diperkuat lagi oleh Nussbaum dalam (Norman & Verganti, 2014), bahwa inovasi radikal memiliki tingkat kegagalan hampir 96% dan kesuksesannya mungkin sekali dalam kurun waktu lima hingga sepuluh tahun sekali.

Namun proses penerapan inovasi ke dalam desain tersebut tidak terlepas dari peran sistem industri untuk mampu mewujudkannya. Hingga dapat dikatakan bahwa inovasi, desain dan sistem industri merupakan kesatuan. Melalui pembahasan sebelumnya, tentu dapat dipahami bahwa inovasi, desain dan industri merupakan sebuah kesatuan. Inovasi merupakan energi bagi desain untuk dapat terus berkembang, sedangkan industri adalah rahim yang mewujudkan keduanya. Sehingga strategi inovasi dalam desain haruslah mampu berpikir dan sejalan dengan sistem industri, baik dalam penggunaan inovasi teknologi dalam produk hingga manajemen pemasaran produk. Karena seperti yang dikatakan (Rogers, 1998) pada pembahasan sebelumnya, bahwa dunia inovasi tidak dapat terlepas dari sistem industri. Begitupula dengan dunia desain sebagai bagian dari mata

rantai tersebut, sangat dipengaruhi oleh keduanya. Pandangan ini memberikan gambaran bahwa dalam sistem industri khususnya desain, perlu mempertimbangkan strategi yang cocok dalam mengembangkan inovasi agar tidak merugikan perusahaan. Keunikan dalam berinovasi sangat diperlukan, namun perlu disertai pertimbangan yang matang dalam memperhitungkan seluruh sistem yang menyertai inovasi tersebut. Pada akhirnya strategi inovasi yang digunakan tergantung dari kondisi yang sangat kompleks, sesuai dengan kondisi yang ada. Seperti yang diutarakan Sun Tzu, seorang ahli strategi perang kuno Cina, bahwa strategi yang baik adalah strategi yang fleksibel dan selalu berubah sesuai keadaan (McNeilly & McNeilly, 2012). Begitupula dalam berinovasi hendaknya tidak kaku dan selalu fleksibel terhadap perubahan yang terjadi.

### **Kesimpulan**

Terdapat dua buah strategi inovasi dalam desain yang sangat menonjol yaitu inovasi radikal dan inovasi bertahap. Keduanya memiliki karakteristik masing-masing yang sangat unik, serta memiliki resiko yang berbeda. Inovasi ini bukan hanya berbicara tentang produk, tapi juga tentang seluruh sistem penunjangnya. Namun keduanya merupakan sebuah sistem yang sangat terkait dengan sistem industri sebagai sebuah kesatuan strategi dalam inovasi. Hendaknya seorang desainer atau inovator tidak kaku dalam menerapkan strategi inovasi, agar nantinya tetap mampu bertahan dalam industri desain yang terus berkembang.

### **Daftar Pustaka**

- Cautela, C., Deserti, A., Rizzo, F., & Zurlo, F. (2014). *Design and Innovation: How Many Ways? Design Issues*, 30(1), 3–6.
- Dahlin, K. B., & Behrens, D. M. (2005). *When is an invention really radical?: Defining and measuring technological radicalness. Research Policy*, 34(5), 717–737. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.009>
- Drucker, P. F. (1969). *Management's New Role. Harvard Business Review*, 47(6), 49–54.
- Gibbons, M. (1994). *The new production of knowledge: The dynamics of science and research in contemporary societies* (M. Gibbons (ed.)). Sage.
- Kirton, M. (1976). *Adaptors and Innovators: A Description and Measure. Journal of Applied Psychology*, 622–629.
- McNeilly, M., & McNeilly, M. R. (2012). *Sun Tzu and the Art of Business: Six Strategic Principles for Managers*. Oxford University Press.
- Norman, D. A., & Verganti, R. (2014). *Incremental and Radical Innovation: Design Research vs. Technology and Meaning Change. Design Issues*, 30(1), 78–96.
- OECD, O. M. (1997). *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data, The Measurement Of Scientific And Technological Activities, European Commission, Eurostat, Paris.* <https://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf>

- Rogers, M. (1998). *The Definitions and Measurement of Innovation*.
- Sandberg, B., & Aarikka-Stenroos, L. (2014). *What makes it so difficult? A systematic review on barriers to radical innovation*. *Industrial Marketing Management*, 43(8), 1293–1305.  
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.08.003>
- Wasista, I. P. U. (2020). Desainer Jempol. In I. N. Jayanegara & I. N. A. Fajaraditya (Eds.), *Kapita Selektta Citraleka Desain 2020 : Dialektika Seni, Desain, dan Kebudayaan Pada Era Revolusi Industri 4.0* (pp. 69–84). STIKI Press.