

**Pendekatan *Open Innovation* Pada Usaha *Virgin Coconut Oil* (VCO) “Indococo”
Oleh Cv. Emka Indococo Sejahtera Di Kelurahan Sarongsong I Kecamatan Airmadidi
Kabupaten Minahasa Utara**

***Open Innovation Approach to "Indococo" Virgin Coconut Oil (VCO) Business
By Cv. Emka Indococo Prosperous in Sarongsong I Village, Airmadidi District
North Minahasa Regency***

Otniel Matheau Anggoro Tedjo ^{(1)(*)}, Leonardus R. Rengkung ⁽²⁾, Ellen Grace Tangkere ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: otnielmatheau17@gmail.com

Naskah diterima melalui Website Jurnal Ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id
Disetujui diterbitkan

: Kamis, 19 Januari 2023
: Sabtu, 28 Januari 2023

ABSTRACT

This study aims to identify open innovation practice on SMEs with focus on CV. Emka Indococo Sejahtera that produce VCO “Indococo” located in Kecamatan Airmadidi on North Minahasa Regency. This study was conducted from August to November 2022. Using primary data by collected through interviews with inventor of VCO “Indococo” i.e. Prof. Dr. Ir. Lucia C. Mandey, MS and used secondary data collected through Google Scholar such as books, journal article and literature reviews. Identification results showed that open innovation has applied on CV. Emka Indococo Sejahtera as their business strategy. With their position on topdown, strategically-driven, distributed activities, open innovation practices by CV. Emka Indococo Sejahtera showed that their business activities as a strategy related to open innovation activities so there is an encouraged to developed and more exploration open innovation implementation as a strategy to survive in the market in the future.

Keywords : *open innovation; VCO; Indococo*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan *open innovation* (OI) pada UMKM dengan fokus pada CV. Emka Indococo Sejahtera yang memproduksi VCO “Indococo” di Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai November 2022. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dengan inventor VCO “Indococo” yaitu Prof. Dr. Ir. Lucia C. Mandey, MS serta data sekunder diperoleh melalui Google Scholar berupa buku, artikel jurnal serta studi literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” telah menerapkan *open innovation* sebagai strategi bisnisnya. Berada pada posisi *top-down, strategically-driven, distributed activities*, penerapan *open innovation* oleh CV. Emka Indococo Sejahtera menunjukkan setiap kegiatan bisnis yang dijalankan sebagai suatu strategi berkaitan dengan *open innovation* sehingga kedepannya perlu adanya pengembangan yang lebih matang serta eksplorasi lebih jauh dalam rangka strategi bertahan dalam persaingan pasar.

Kata kunci : *open innovation; VCO; Indococo*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

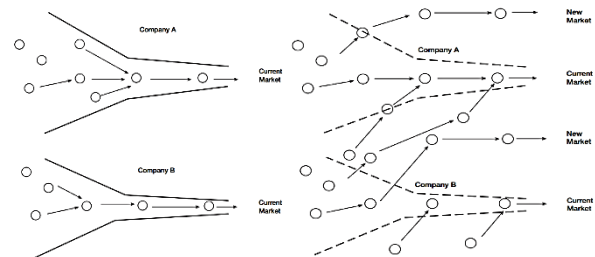
Organisasi bisnis bergerak menjalankan aktivitas ekonominya yang bertujuan menghasilkan keuntungan (*profit*). Dunia sekarang ini bergerak dinamis pada sebuah kemajuan namun juga ketidakpastian akibat semakin pesatnya perkembangan salah satunya perkembangan bidang teknologi. Dinamisnya pergerakan dunia saat ini pada akhirnya mempengaruhi aspek sosial, ekonomi dan lainnya. Dunia organisasi bisnis mengalami banyak perubahan seiring berjalannya waktu dimana perubahannya sangat dinamis, sangat kompetitif dan tidak dapat diprediksi (Rengkung, 2018). Pergerakan yang dinamis disertai dengan ketidakpastian inilah yang membuat organisasi bisnis didorong untuk mencari strategi-strategi guna mempertahankan eksistensinya dalam pasar melalui inovasi.

Inovasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru atau penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Dengan pemahaman tersebut, inovasi menjadi salah satu hal penting yang perlu diterapkan oleh setiap organisasi bisnis maupun pelaku usaha.

Penerapan inovasi dalam suatu organisasi maupun industri atau perusahaan dapat memberikan dampak baik internal maupun eksternal organisasi ataupun industri tersebut. Menurut *Global Innovation Index (GII)* tahun 2021, tingkat penerapan inovasi di Indonesia menempati peringkat 87 dari 132 negara. Peringkat ini tergolong cukup rendah bila dibandingkan dengan beberapa negara tetangga di Asia Tenggara seperti Singapura (peringkat 8), Malaysia (peringkat 36), Thailand (peringkat 43), Vietnam (peringkat 44), Filipina (peringkat 51), serta Brunei Darussalam (peringkat 82). Peringkat Indonesia dalam penerapan inovasi mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2020 dimana dalam Laporan *GII* tahun 2020, Indonesia berada pada peringkat 85 atau mengalami penurunan 2 peringkat pada tahun 2021.

Melakukan inovasi merupakan salah satu cara organisasi bisnis maupun industri dapat bertahan dalam persaingan pasar bahkan menang dalam persaingan tersebut (Fadhilah & Kurnia, 2018). Organisasi bisnis perlu memahami akan

dinamika lingkungan yang berada di sekitarnya agar mampu menghadapi setiap ketidakpastian dan bertahan dalam lingkungannya (Rengkung, 2015). Salah satu penerapan inovasi yang dapat dilakukan oleh organisasi bisnis adalah dengan menerapkan pendekatan inovasi terbuka atau *Open Innovation (OI)*.



Gambar 1. Perbedaan antara closed innovation (kiri) dengan open innovation (kanan)

Inovasi terbuka atau *Open Innovation* menjadi sebuah paradigma baru bagi organisasi maupun industri dalam berinovasi. Dalam buku yang berjudul “*Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*” yang terbit pada tahun 2003, Chesbrough memperkenalkan paradigma inovasi terbuka (*Open Innovation Paradigm*) sebagai suatu bentuk paradigma baru yang dapat diterapkan oleh setiap perusahaan maupun organisasi bisnis (Bogers et al., 2018). *Open innovation* atau inovasi terbuka didefinisikan sebagai pemanfaatan pengetahuan maupun ide yang berasal baik dari dalam maupun luar guna mempercepat proses inovasi dalam organisasi maupun industri dalam usahanya untuk memperluas cakupan pasar (Chesbrough, 2003; Mortara et. al., 2009).

Perusahaan-perusahaan maupun organisasi bisnis masih menerapkan inovasi tertutup (*closed innovation*) dimana inovasi tertutup hanya memiliki satu arah perjalanan saja yaitu setiap ide ataupun proyek masuk dan keluar dari satu arah saja (Chesbrough et al., 2008). Kehadiran inovasi terbuka dinilai sebagai bentuk pertentangan (*antithesis*) dari berbagai paradigma tradisional yang ada selama ini, yaitu paradigma inovasi tertutup atau *closed innovation* (Chesbrough et al., 2008).

Penerapan inovasi oleh UMKM menjadi sebuah hal yang harus dilakukan, salah satunya dapat dilakukan dengan menerapkan inovasi terbuka. UMKM telah berkembang dengan menghasilkan produk-produk yang digunakan oleh masyarakat luas, tidak terkecuali UMKM di

Kecamatan Airmadidi. Dari berbagai produk kerajinan hingga pangan telah dihasilkan dari beberapa UMKM, salah satunya merupakan produk olahan kelapa. Salah satu produk olahan kelapa yang dihasilkan oleh UMKM di Airmadidi adalah *Virgin Coconut Oil* atau VCO.

Produk VCO “Indococo” yang diproduksi oleh CV. Emka Indococo Sejahtera di Kecamatan Airmadidi menjadi salah satu produk olahan kelapa unggulan yang kini telah beredar dalam pasaran. UMKM harus bergerak menerapkan inovasi yang sesuai dengan usahanya. Penerapan inovasi yang dapat dilakukan oleh UMKM salah satunya dengan menerapkan inovasi terbuka. Pada kenyataannya, penerapan inovasi terbuka pada UMKM masih terbatas. Inilah yang akan digali pada CV. Emka Indococo Sejahtera di Kecamatan Airmadidi. Apakah UMKM telah menerapkan inovasi terbuka sebagai salah satu strategi mereka mempertahankan eksistensinya dalam pasar dan sejauh manakah penerapan inovasi terbuka tersebut. Dengan demikian, dapat dilihat sejauh manakah penerapan *Open Innovation* pada UMKM VCO “Indococo”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan *Open Innovation* (OI) pada UMKM dengan fokus pada UMKM yang memproduksi VCO “Indococo” di Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat mengetahui penerapan *Open Innovation* pada usaha *Virgin Coconut Oil* (VCO) “Indococo” di Kota Airmadidi.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan penelitian ini menjadi acuan untuk melihat seberapa jauh penerapan *Open Innovation* yang telah dilakukan pada usahanya terutama pada usaha VCO “Indococo” di Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai penerapan inovasi terbuka atau *open innovation* pada sektor UMKM terutama usaha VCO “Indococo”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian berlangsung selama 4 bulan terhitung sejak penyusunan proposal hingga hasil penelitian dan dimulai dari bulan Agustus 2022. Penelitian ini dilaksanakan di industri pengolahan VCO “Indococo” dibawah CV. Emka Indococo Sejahtera yang terletak di Kelurahan Sarongsong I, Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai metode pengumpulan data. Wawancara dilakukan untuk menggali lebih dalam apakah CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai pelaku usaha yang memproduksi VCO “Indococo” telah menerapkan *open innovation*. Wawancara dilakukan dengan menghubungi langsung inventor dari VCO “Indococo” yaitu Prof. Dr. Ir. Lucia C. Mandey, MS dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan pada variabel-variabel yang terkandung dalam setiap faktor-faktor *open innovation*.

Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengumpulkan serta menyusun berbagai faktor-faktor *open innovation* serta indikator-indikatornya untuk memotret keadaan usaha VCO “Indococo” serta penerapan *open innovation* yang dilakukan usaha VCO “Indococo” dibawah CV. Emka Indococo Sejahtera. Faktor-faktor beserta indikator tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor-Faktor *Open Innovation* Beserta Variabel Atau Indikatornya

Faktor-Faktor	Keterangan	Indikator atau Variabel	Jumlah Variabel
Kerjasama dengan pihak luar (Docherty, 2006; van de Vrande, 2009; Naruetharadho I, 2022)	Berkolaborasi atau bekerja sama dengan pihak luar untuk mendukung proses inovasi yang dilakukan	1. Kerjasama dengan pihak luar seperti periset ataupun pendidikan. 2. Pengetahuan dan informasi yang didapat dengan dilakukannya kolaborasi. 3. Sumber daya manusia yang dilibatkan dalam proses inovasi	3 (tiga)
<i>Inward IP Licensing</i> (van de Vrande, 2009; Lazarenko, 2019)	Membeli atau menggunakan kekayaan intelektual dari pihak luar seperti	1. Menggunakan paten atau trademark yang berasal dari pihak luar. 2. Membeli dan	2 (dua)

	paten, hak cipta, ataupun trademarks	menggunakannya guna menghasilkan keuntungan			oleh perusahaan.	atau telah membeli hak paten maupun lisensi atau trademark yang dimiliki oleh usaha bisnis.	
Pelibatan konsumen ataupun <i>supplier</i> (van de Vrande, 2009; Lazarenko, 2019)	Melibatkan secara langsung konsumen maupun <i>supplier</i> dalam proses inovasi	1. Mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. 2. Menciptakan produk yang menjadi kebutuhan dari konsumen.	2 (dua)	<i>Employee involvement</i> (van de Vrande, 2009)	Melibatkan karyawan ataupun pekerja dalam proses inovasi yang dilakukan oleh perusahaan.	1. Menerima masukan dari karyawan atau pekerja dalam rangka proses inovasi. 2. Memberikan kebebasan bagi karyawan dalam mengimplementasikan ide-ide yang dimiliki. 3. Adanya tim yang dibuat guna merealisasikan inovasi.	3 (tiga)
<i>Crowdsourcing platforms or External Participation</i> (van de Vrande, 2009; Arolas & Ladrón-de-Guevara, 2012; Lazarenko, 2019)	Sebuah kegiatan yang dilakukan guna memperoleh berbagai informasi maupun pengetahuan dari partisipasi pihak-pihak luar melalui media seperti internet (Arolas & Ladrón-de-Guevara, 2012)	1. Melibatkan partisipasi dari berbagai pihak luar dalam berbagai pengetahuan atau memecahkan suatu masalah. 2. Penggunaan media massa sebagai sarana partisipasi. 3. Timbal balik yang diterima partisipan saat membagikan ilmu pengetahuan yang dimilikinya.	3 (tiga)	Kompetensi Sumber Daya Manusia (Lazarenko et. al., 2019)	Berkaitan dengan kompetensi karyawan ataupun sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan.	1. Pengetahuan karyawan, keahlian, kompetensi fungsional serta pengalaman yang berkaitan khusus dengan usaha ini. 2. Kesiapan dan kerelaan karyawan atau tenaga kerja untuk membentuk keahlian yang baru dan mengadopsi pola pikir yang baru.	2 (dua)
<i>Venturing</i> (van de Vrande, 2009; Mergel & Desouza, 2013; Lazarenko, 2019)	Memulai suatu organisasi baru dengan cara memanfaatkan pengetahuan internal ataupun juga dengan keuangan, sumber daya manusia yang dimiliki serta berbagai layanan pendukung lainnya yang berasal dari perusahaan (van de Vrande et al., 2009)	1. Kemampuan usaha bisnis dalam menghadapi tantangan. 2. Kemampuan usaha dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan usahanya (<i>decision making</i>). 3. Memastikan <i>open innovation</i> telah diterapkan dalam usahanya.	3 (tiga)	Kompetensi Berbasis Strategi (Lazarenko et. al., 2019)	Kemampuan korporasi dilihat dari berbagai strategi yang diambil.	1. Strategi-strategi yang dilakukan oleh usaha dalam mengambil suatu keputusan. 2. Keberanian usaha bisnis dalam mengambil resiko. 3. Adanya perubahan pengalaman dalam mengelola usaha bisnisnya. Perubahan dapat seperti perubahan lingkungan usaha bisnis dan lain-lain.	3 (tiga)
<i>Outward IP Licensing</i> (van de Vrande, 2009)	Menawarkan atau menjual lisensi maupun persetujuan royalti kepada pihak lain untuk menghasilkan keuntungan dari Hak Kekayaan yang dimiliki	1. Kepemilikan paten atau hak cipta yang dimiliki oleh usaha terkait. 2. Adanya trademark produk atau merek dagang produk. 3. Adanya pihak luar yang menggunakan	3 (tiga)	Model Manajemen dan Kompetensi Kepemimpinan	Kondisi dan keadaan dalam organisasi bisnis serta	1. Adanya pengelolaan keuangan serta sumber daya yang dimiliki	3 (tiga)

n (Lazarenko et. al., 2019)	<i>leadership</i> yang dimiliki oleh perusahaan.	organisasi bisnis. 2. Menerapkan strategi-strategi yang dilakukan dalam pengambilan keputusan. 3. Kemampuan usaha bisnis dalam merubah pola manajemen saat terjadinya perubahan lingkungan bisnis.	
Kemampuan Teknologi (Lazarenko et. al., 2019)	Berkaitan dengan teknologi yang dimiliki oleh perusahaan.	1. Adanya pengelolaan teknologi untuk kelancaran aktivitas usahanya. 2. Penerapan strategi-strategi berbasis teknologi. 3. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam menjalankan aktivitas usahanya.	3 (tiga)
Kemampuan Mengelola Pengetahuan (Lazarenko et. al., 2019; Naruetharadhol, 2022)	Kemampuan perusahaan dalam mengelola setiap informasi ataupun pengetahuan yang dimiliki perusahaan ataupun yang didapatkan perusahaan dari pihak luar.	1. Kemampuan dalam menyerap serta mengelola pengetahuan yang dimiliki usaha bisnis. 2. Membagikan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki dalam mengembangkan bersama suatu produk. 3. Penerapan <i>Internet of Thing</i> dalam melakukan setiap usahanya.	3 (tiga)
Kapabilitas Kooperasi dan Jaringan (Lazarenko et. al., 2019)	Berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam membangun serta menjalin hubungan baik antar pihak-pihak terkait.	1. Kemampuan dalam menjaga hubungan baik dengan pihak luar. 2. Kemampuan dalam menginisiasi serta mengelola hubungan baik dengan berbagai pihak dalam berinovasi. 3. Mempraktekan kolaborasi berkaitan dengan proyek <i>open</i>	4 (empat)

innovation.
4. Kemampuan berjejaring dengan berbagai pihak mulai dari akademisi hingga instansi terkait.

Analisis Data Penelitian

Analisis data diperoleh dari dilakukannya interview yang dilakukan pada CV. Emka Indococo Sejahtera. Peneliti telah secara langsung datang ke lapangan untuk melihat lokasi CV. Emka Indococo Sejahtera dan menanyakan secara langsung pada inventor VCO “Indococo” mengenai penerapan *open innovation* melalui media WhatsApp.

Analisis data kualitatif dilakukan dengan terdiri dari tiga kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data pada penelitian ini dilakukan dengan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari pembicaraan langsung yang dilakukan melalui media WhatsApp atau telepon.

Penyajian data pada penelitian ini berupa bagan serta penjelasan yang menggabungkan antara informasi yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik VCO “Indococo”.

Penarikan kesimpulan dilakukan sebagai langkah terakhir dalam analisis data pada penelitian. Penarikan kesimpulan dapat berupa review atas keseluruhan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha dan Produksi VCO “Indococo”

Virgin Coconut Oil (VCO) merk “Indococo” merupakan produk unggulan olahan kelapa yang diproduksi oleh CV. Emka Indococo Sejahtera dengan inventor Prof. Dr. Ir. Lucia C. Mandey, MS yang merupakan salah satu Guru Besar dari Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado. Lokasi usaha Terletak di Kelurahan Sarongsong I, Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara. Produk VCO “Indococo” menjadi produk unggulan dimana VCO ini terbuat dari kelapa (organik) tanpa menggunakan pupuk kimia pada lingkungan perkebunan kelapa disekitarnya sehingga tercipta produk VCO yang berkualitas dan memiliki khasiat yang baik bagi kesehatan. Dalam

memproduksi 1 liter VCO “Indococo” dibutuhkan 15 butir kelapa berukuran kecil atau 10- 12 butir kelapa berukuran besar.

Dalam satu hari dapat diproduksi hingga 15 liter VCO per hari. Pada tahun 2021, total penjualan VCO “Indococo” mencapai 4.500 liter dibandingkan dengan tahun 2019 yang mencapai 3.000 liter VCO “Indococo”. Produk ini telah dijual diberbagai lokasi dengan total penjualan terhadap mitra penjualan per tahun yang dapat dijelaskan melalui Tabel 2.

Tabel 2. Total Penjualan Terhadap Mitra Penjualan (per tahun)

Mitra Penjualan	Total Persentase (%)
Toko Obat/Apotik	10
Pasar Swalayan	30
E-commerce	10
Distributor	25
Konsumen Langsung	25

Keunggulan yang dimiliki oleh VCO “Indococo” dapat dilihat dari produk yang berkualitas serta kemasannya yang menjadi pembeda dari produk lainnya yang merupakan jenis produk yang sama (dalam hal ini adalah VCO). Pada kemasan VCO “Indococo”, dicantumkan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk VCO “Indococo”, seperti khasiat dan manfaat mengonsumsi VCO “Indococo”.

Analisis Variabel



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan VCO “Indococo”

Kerjasama Dengan Pihak Luar

Kerjasama merupakan salah satu tindakan membuka peluang-peluang bagi usaha untuk mengembangkan suatu produk atau jasa yang baru serta juga memungkinkan untuk mempelajari bersama-sama isu-isu yang berkembang (Docherty, 2006). Tindakan ini telah dilakukan oleh CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen dari VCO “Indococo”.

Pada tahapan pengembangan lanjut, CV. Emka Indococo Sejahtera melakukan kerjasama dengan mitra usaha (PT. ICDX Logistik Berikat) dan ICC (*International Coconut Community*) dalam upaya pengembangan produksi massal dan komersialisasi yang dilakukan pada akhir tahun 2018. Kegiatan yang dilakukan CV. Emka Indococo Sejahtera ini menunjukkan bahwa tindakan kerjasama dengan pihak luar

memungkinkan pelaku usaha mengembangkan bahkan mengeksplorasi setiap aliran pengetahuan yang masuk ke dalam perusahaan untuk dipergunakan dalam kegiatan bisnis baik dalam mengembangkan teknologi, pengetahuan bahkan dalam pengambilan keputusan (Lazarenko, 2019).

Pelibatan Konsumen

Produk VCO “Indococo” menjadi salah satu produk yang hadir untuk menjadi produk yang bermanfaat bagi konsumen. Pelibatan konsumen dapat dilihat dengan dilibatkannya masyarakat umum, akademisi serta mahasiswa pada Uji Beta dalam uji coba produk VCO “Indococo”.

Dengan mengembangkan VCO “Indococo” sebagai salah satu produk olahan kelapa yang bermanfaat, secara langsung VCO “Indococo” menjadi produk yang memiliki manfaat dan kegunaan bagi masyarakat dalam menciptakan masyarakat yang sehat.

Sejalan dengan apa yang dikemukakan dalam van de Vrande et. al. (2009) dimana konsumen dapat dilibatkan dalam kegiatan inovasi yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk *market research* yang melibatkan konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen ataupun apa yang kurang sehingga tercipta suatu produk yang dikembangkan berdasarkan setiap masukan para konsumen. Tahap Uji Beta yang dilakukan oleh perusahaan memperkuat pelibatan konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha, dalam hal ini CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo”.

Outward IP Licensing

Outward IP Licensing memungkinkan pelaku usaha untuk menjual atau menawarkan lisensi maupun royalti kepada pihak lain untuk menghasilkan keuntungan dari hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh perusahaan (van de Vrande, 2009). Hal yang menarik adalah usaha VCO “Indococo” dibawah CV. Emka Indococo Sejahtera memiliki karya ilmiah yang dilindungi Hak Cipta.

Karya ilmiah tersebut berkaitan erat dengan bagaimana VCO “Indococo” mengaplikasikan antioksidan alami untuk meningkatkan kualitas dari *Virgin Coconut Oil*. Pengembangan produk VCO “Indococo” ini memungkinkan dalam proses pengolahannya memiliki paten atau hak cipta sehingga untuk direplikasi oleh perusahaan atau industri lainnya membutuhkan izin serta perlu membayar royalti atau lisensi.

Penambahan zat antioksidan alami yang dihasilkan dari ekstrak tanaman serai (*Cymbopogon citratus*) yang selanjutnya dipublikasikan dalam karya ilmiah lalu dipatenkan menunjukkan bahwa CV. Emka Indococo Sejahtera yang memproduksi VCO “Indococo” memiliki Hak Paten atas suatu proses pengolahan VCO dalam hal penambahan zat antioksidan alami. Merek dagang “Indococo” juga menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh CV. Emka Indococo Sejahtera karena UMKM yang memproduksi VCO “Indococo” telah berbentuk CV serta berbadan hukum.

Kemampuan Mengelola Pengetahuan

Perjalanan VCO “Indococo” sebagai salah satu produk unggulan dimulai pada tahap eksplorasi yang dilakukan sejak tahun 2006. Kegiatan ini dimulai dengan adanya konsep teknologi untuk menciptakan produk VCO yang berkualitas. Konsep tersebut selanjutnya berkembang dengan dilakukannya riset eksplorasi yang dilakukan pada beberapa tahun. Riset eksplorasi ini menghasilkan temuan-temuan yang dapat diaplikasikan dalam pengolahan VCO yang kedepannya akan menjadi VCO “Indococo”. Setelah tahapan eksplorasi, pada tahapan Uji Alpha yang dilakukan pada tahun 2014-2017, dilakukan pengembangan prototipe VCO serta uji laboratorium untuk menguji kandungan dan kualitas dari VCO serta uji farmakologi.

CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” mengelola setiap pengetahuan yang didapat dari Tahap Eksplorasi menuju ke tahap Uji Alpha dan Uji Beta. Tahap eksplorasi berkaitan dengan riset yang mendalam mengenai VCO dan kandungan yang terdapat didalamnya serta bagaimana cara mengolahnya agar kandungan tersebut tidak mengalami perubahan lalu dilanjutkan dengan mengembangkan prototipe VCO serta Uji Laboratorium pada tahapan Uji Alpha, dan pada Uji Beta dilakukan uji lapangan pada masyarakat serta pengembangan lanjut produk VCO “Indococo”. Pada tahapan akhir yaitu Tahapan Difusi, dilakukan komersialisasi produk dan aplikasi penggunaan.

Kemampuan yang dimiliki oleh usaha memungkinkan VCO “Indococo” mengembangkan produknya serta membagikan ilmu-ilmu yang bermanfaat pada masyarakat luas. Selain itu, daya serap pengetahuan yang dimiliki oleh usaha VCO “Indococo” ini cukup

membuktikan bahwa usaha ini telah memiliki kemampuan dalam mengelola setiap pengetahuan yang berasal dari eksternal maupun internal usaha tersebut. Daya serap pengetahuan berkaitan erat dengan kemampuan usaha dalam mengenali, mengeksplorasi, memodifikasi, menerapkan serta mengubah setiap pengetahuan yang berasal dari luar (Lazarenko, 2019).

Kemampuan Teknologi

Kemampuan teknologi merupakan hal yang perlu dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Pengelolaan setiap teknologi yang dimiliki oleh usaha serta pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi menjadikan kegiatan ini merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” telah menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai bentuk strategi bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hal ini dapat dilihat dari adanya akun media sosial yang digunakan sebagai sarana mempromosikan produk VCO “Indococo”. Tidak hanya itu, VCO “Indococo” juga telah dipasarkan melalui *e-commerce* sehingga dapat menjangkau lebih banyak lagi konsumen-konsumen yang berada di luar.

Hal lain yang memperkuat adanya kemampuan pelaku usaha dalam mengelola setiap teknologinya dimana teknologi yang dimiliki oleh usaha VCO “Indococo” terasa masih kurang memadai sehingga adanya pengelolaan teknologi dengan mendatangkan mesin produksi skala besar untuk memproduksi VCO lebih banyak dalam menangkap peluang pasar lebih besar dan menjangkau konsumen lebih luas dengan mengekspor VCO “Indococo”. Pernyataan tersebut juga telah menunjukkan bahwa pelaku usaha, dalam hal ini CV. Emka Indococo Sejahtera mengelola setiap teknologi yang dimiliki oleh usaha demi kelancaran aktivitas usahanya.

Kapabilitas Koperasi dan Jaringan

Kapabilitas jaringan dan koperasi berkaitan erat dengan kemampuan usaha dalam memelihara serta membangun jalinan yang baik dengan berbagai pihak. CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” membangun suatu bentuk relasi yang baik dengan berbagai pihak, terutama dari akademisi hingga instansi-instansi terkait. Hal ini dapat dilihat bagaimana VCO “Indococo” membangun relasi

dengan mitra usaha serta ICC untuk upaya pengembangan produksi massal dan komersialisasi VCO “Indococo” pada akhir 2018. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya Uji Beta yang dilakukan pada tahun 2017-2018 dimana salah satunya, CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” membangun jaringan dan relasi dalam rangka produksi massal VCO “Indococo”.

Sejalan dengan Lu (2021) dimana berkolaborasi dengan partner yang ada diluar perusahaan membantu usaha bisnis terutama UMKM untuk menghasilkan ide yang baru, mengembangkan kemampuan dalam menyelesaikan masalah serta melihat peluang-peluang yang ada di tengah perubahan lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Knowledge Provision

Knowledge provision diartikan sebagai suatu bentuk aktivitas dimana pelaku usaha aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan proyek inovasi (van de Vrande et. al., 2009; Bigliardi & Galati, 2016). Satu faktor ini ditemukan sebagai salah satu faktor dimana usaha bisnis membuka dirinya terhadap berbagai perkembangan inovasi serta terlibat didalamnya. CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen dari VCO “Indococo” banyak terlibat dalam kegiatan inovasi bahkan terpilih sebagai salah satu produk inovasi unggulan.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa VCO “Indococo” sebagai salah satu produk inovasi yang ikut dipilih dari berbagai produk inovasi lainnya. Selain itu, VCO “Indococo” juga berkontribusi dalam kegiatan Konsorsium Riset dan Inovasi dengan tema “Pengembangan *Virgin Coconut Oil* Sebagai Suplemen Pencegah Virus Corona” dimana dalam konsorsium ini, VCO “Indococo” termasuk dalam 55 proposal yang masuk dalam seleksi nasional bersaing dengan ribuan proposal lainnya. Selanjutnya, VCO “Indococo” masuk seleksi Produk Inovasi Nasional 18 produk dari 55 produk dalam mengaplikasikan penggunaan *Virgin Coconut Oil (VCO)* untuk penanganan COVID-19 pada masa darurat bencana. Kegiatan ini sepenuhnya didanai oleh Kemenristek/BRIN (sekarang menjadi badan BRIN).

Penerapan yang dilakukan menunjukkan bahwa *open innovation* menjadi bagian dari pendekatan strategi bisnis dengan berinovasi serta melakukan *opennes*. Kegiatan bisnis yang

dikaitkan dengan faktor-faktor *open innovation* dapat dilihat melalui Tabel 3.

Tabel 3. Kegiatan Bisnis CV. Emka Indococo Sejahtera Dikaitkan Dengan Faktor-Faktor *Open Innovation*

No.	Kegiatan bisnis yang dilakukan/dijalankan	Faktor-faktor <i>open innovation</i> yang terkait
1.	Melakukan kerjasama dengan mitra usaha dalam upaya pengembangan produksi massal dan komersialisasi.	Kerjasama dengan pihak luar (<i>external networking</i>) Kapabilitas kooperasi dan jaringan.
2.	Melibatkan konsumen atau masyarakat sebagai wadah mendengar berbagai masukan dan saran dalam mengembangkan produk VCO “Indococo”	Pelibatan Konsumen
3.	Transfer ilmu dan pengetahuan yang dilakukan guna mengembangkan produk VCO “Indococo”	Kemampuan mengelola pengetahuan
4.	Memiliki hak paten, Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) serta trademark “Indococo” sebagai merek dagang.	<i>Outward IP Licensing</i>
5.	Melakukan riset, pengembangan serta eksplorasi mendalam mengenai pengolahan produk VCO dengan melibatkan pihak-pihak tertentu.	Kemampuan mengelola pengetahuan
6.	Mengembangkan teknologi produksi skala besar dalam rangka menangkap peluang pasar yang lebih luas.	Kemampuan Teknologi
7.	Keterlibatan pelaku usaha CV. Emka Indococo Sejahtera dalam kegiatan inovasi.	<i>Knowledge Provision</i>
8.	Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai media berbisnis atau penjualan produk (melalui <i>e-commerce</i>).	Kemampuan Teknologi

Melalui Tabel 3, CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” telah menerapkan *open innovation* sebagai pendekatan dalam strategi bisnis. Melalui aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha, CV. Emka Indococo Sejahtera berada pada posisi *Top-down strategically driven, distributed activities* dimana kegiatan *open innovation* yang dilakukan menunjukkan keeratan dengan aktivitas bisnis yang dilakukan pelaku usaha. Menariknya, *open innovation* yang diimplementasikan belum sepenuhnya berkembang sempurna tetapi telah diterapkan sebagai salah satu strategi bisnis. Pada posisi ini, pelaku usaha bekerja sama dengan partner terkait yang berhubungan langsung dengan inti usaha bisnis yang dijalankan sehingga tercipta terobosan dalam berinovasi (Mortara et. al., 2009).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil identifikasi yang telah dilakukan mengenai pendekatan *open innovation* yang diterapkan oleh usaha CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen dari VCO “Indococo” didapati kesimpulan bahwa CV. Emka Indococo Sejahtera menerapkan *open innovation* sebagai strategi inovasi bisnis.

Penerapan *open innovation* yang dilakukan oleh CV. Emka Indococo Sejahtera menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh usaha bisnis ini berada pada posisi *top-down, strategically-driven, distributed activities* dimana penerapan *open innovation* dilakukan sebagai suatu strategi. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh CV. Emka Indococo Sejahtera menunjukkan bahwa *open innovation* telah menjadi bagian dalam usaha yang telah dijalankan, seperti melibatkan berbagai pihak, terbukanya usaha dalam bekerja sama hingga mengelola pengetahuan yang didapatkan oleh usaha bisnis baik dari luar maupun dari dalam CV. Emka Indococo Sejahtera.

Saran

Penulis menyarankan agar CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” mempertahankan strategi *open innovation* sebagai strategi inovasi dalam rangka bertahan dalam pasar. Implementasi dari *open innovation* yang dilakukan oleh CV. Emka Indococo Sejahtera sebagai produsen VCO “Indococo” dikembangkan lebih matang lagi serta dieksplorasi lebih dalam sebagai strategi bertahan dalam pasar terutama pada fokus usaha *Virgin Coconut Oil* (VCO).

DAFTAR PUSTAKA

- Arolas, E.E., & F.G. Ladrón-de-Guevara. 2012. Towards An Integrating Crowdsourcing Definition. *Journal of Information Science*. 32(2): 189-200.
- Bigliardi, B., & F. Galati. 2016. Which Factors Hinder the Adoption of Open Innovation in SMEs. *Technology Analysis & Strategic Management*. 28(8): 869-885.
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. 2018. Open innovation: Research, practices, and policies. *California Management Review*. 60(2):5-16.
- Chesbrough, H.W. 2003. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Publishing Corporation. Boston, MA (USA).
- Chesbrough, H.W., W. Vanhaverbeke & J. West. 2008. *Open Innovation: Researching a New Paradigm*. Oxford University Press. New York.
- Docherty, M. 2006. Primer on Open Innovation: Principles and Practice. *PDMA Visions*. 30(2): 13-17.
- Fadhilah, S., & J. Kurnia S.. 2018. Pengaruh Pendekatan Open Innovation Terhadap Kinerja Inovasi Perusahaan di Indonesia. *Journal of Management and Business Review*. 15(2): 235-259.
- Global Innovation Index. 2021. *Global Innovation Index 2021 Report: Tracking Innovation Through the COVID-19 Crisis*. World Intellectual Property Organization (WIPO). Geneva, Swiss
- Lazarenko, Y.. 2019. Open Innovation Practice: Exploring Opportunities And Potential Risks. *Baltic Journal of Economic Studies*. 5(2): 90- 95.
- Lazarenko, Y., O. Garafonova, V. Marhasova, N. Tkalenko, & S. Grigashkina. 2019. Managing Organizational Open Innovation Capability in a Knowledge-Intensive Business Environment. *MATEC Web of Conferences*. 297.
- Lu, C., B. Yu, J. Zhang, & D. Xu. 2021. Effects Of Open Innovation Strategies On Innovation Performance Of SMEs: Evidence From China. *Chinese Management Studies*. 15(1): 24-43.
- Mergel, I., & Desouza, K. C. 2013. Implementing Open Innovation In The Public Sector: The Case Of Challenge.gov. *Public Administration Review*. 73(6): 882-890.

Mortara, L., J.J. Napp, I. Slacik & T. Minahall. 2009. How to Implement Open Innovation: Lessons form Studying Large Multinational Companies. University of Cambridge Institute for Manufacturing. Cambridge (UK).

Naruetharadhol, P., W.A. Srisathan N. Gebsoambut, P. Wongthahan, & C. Ketkaew. 2022. Industry 4.0 for Thai SMEs: Implementing Open Innovation as Innovation Capability Management. *International Journal of Technology*. 13(1).

Rengkung, L.R. 2015. Keuntungan Kompetitif Organisasi Dalam Perpsektif Resources Based View (Rbv). *AGRI-SOSIOEKONOMI*. 11(2A): 1-12.
Rengkung, L.R. 2018. Modelling Of Dynamic Capabilities: A System Dynamics Approach. *Academy of Strategic Management Journal*. 17(5): 1-14.

van de Vrande, V., J.P.J de Jong, W. Vanhaverbeke, & M. de Rochemont. 2009. Open Innovation in SMEs: Trends, Motives and Management Challenges. *Technovation*. 29(6-7): 423-437