

Inovasi dan Kreativitas, Kunci dari Kesuksesan Kewirausahaan

Siget Fitrianto Haribowo^{1*}, IG. Jarot Febri Setyo Wibowo², Wening Patmi

Rahayu³, Agung Winarno⁴

¹⁻⁴Universitas Negeri Malang, Indonesia

Alamat: Jl. Cakrawala No.5, Sumber Sari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

Korespondensi penulis: siget.fitrianto.2404138@students.um.ac.id

Abstract. *The crucial role that creativity and innovation play in fostering entrepreneurial success is examined in this study. Entrepreneurs must not only stay relevant but also promote sustainable growth in a fiercely competitive and quickly evolving business environment. Creativity and innovation are essential components that set successful companies apart from those that find it difficult to adjust. Despite their significance, little is known about the direct effects of these two ideas on entrepreneurial outcomes, especially for small and medium-sized businesses (SMEs). The goal of this essay is to present a thorough examination of the elements that affect creativity and innovation in entrepreneurship, looking at how they interact and how they affect long-term company performance. The study also identifies the obstacles that prevent inventive and creative processes in business endeavors and provides actionable suggestions for entrepreneurs to improve these areas of their operations. This study aids in the creation of fresh theoretical frameworks and useful methods for entrepreneurship by pinpointing the primary forces behind creativity and innovation. The results highlight how important it is to develop a creative and inventive attitude since it is necessary to get a competitive edge and maintain long-term company success in the fast-paced global market of today.*

Keywords: *competitive advantage, SMEs, innovation, creativity, entrepreneurship, business success, and entrepreneurial strategy.*

Abstrak. Abstrak. Peran penting yang dimainkan oleh kreativitas dan inovasi dalam mendorong kesuksesan kewirausahaan diperiksa dalam studi ini. Pengusaha tidak hanya harus tetap relevan tetapi juga mempromosikan pertumbuhan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan cepat berubah. Kreativitas dan inovasi adalah komponen penting yang membedakan perusahaan yang sukses dari mereka yang kesulitan untuk beradaptasi. Meskipun penting, sedikit yang diketahui tentang efek langsung dari kedua ide ini terhadap hasil kewirausahaan, terutama untuk usaha kecil dan menengah (UKM). Tujuan dari esai ini adalah untuk menyajikan pemeriksaan menyeluruh terhadap elemen-elemen yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan, melihat bagaimana mereka berinteraksi dan bagaimana mereka mempengaruhi kinerja perusahaan jangka panjang. Studi ini juga mengidentifikasi hambatan yang menghalangi proses inventif dan kreatif dalam usaha bisnis serta memberikan saran yang dapat ditindaklanjuti bagi para pengusaha untuk meningkatkan area-area tersebut dalam operasi mereka. Studi ini membantu dalam penciptaan kerangka teoretis baru dan metode yang berguna untuk kewirausahaan dengan mengidentifikasi kekuatan utama di balik kreativitas dan inovasi. Hasil penelitian ini menyoroti betapa pentingnya mengembangkan sikap kreatif dan inovatif karena hal ini diperlukan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan kesuksesan perusahaan jangka panjang di pasar global yang cepat berubah saat ini.

Kata kunci: keunggulan kompetitif, UKM, inovasi, kreativitas, kewirausahaan, kesuksesan bisnis, dan strategi kewirausahaan.

1. LATAR BELAKANG

Dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memecahkan masalah sosial dan lingkungan, kewirausahaan memainkan peran penting dalam ekonomi dunia. Para wirausahawan menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saing dan relevansi bisnis mereka seiring dengan kemajuan

teknologi, globalisasi, dan perubahan kebutuhan pasar. Dalam situasi seperti ini, kreativitas dan inovasi muncul sebagai komponen penting yang bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan suatu usaha.

Terbukti bahwa dua komponen penting yang memberikan keunggulan kompetitif bagi wirausahawan adalah inovasi, yang merujuk pada pembuatan ide baru dan implementasinya dalam bentuk produk, proses, atau model bisnis, dan kreativitas, yang merujuk pada kemampuan untuk berpikir keluar dari kotak dan membuat solusi unik. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana inovasi dan kreativitas berkontribusi terhadap keberhasilan kewirausahaan sangat penting, baik dari perspektif teori maupun praktik.

Namun, meskipun banyak penelitian yang menyoroti pentingnya inovasi dalam kewirausahaan, masih terdapat celah signifikan dalam literatur yang menjelaskan secara rinci bagaimana kedua elemen ini saling berinteraksi dan secara langsung memengaruhi kesuksesan wirausaha, khususnya di sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Lebih lanjut, masih ada kekurangan studi yang mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dan pendukung proses inovasi dan kreativitas di lapangan, serta bagaimana mengatasi tantangan-tantangan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai peran inovasi dan kreativitas dalam dunia kewirausahaan, dengan fokus pada penerapan strategi yang dapat meningkatkan kedua elemen tersebut dalam usaha sehari-hari. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dan cara-cara praktis yang dapat dilakukan oleh wirausahawan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kreativitas dalam menjalankan usaha mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan teori kewirausahaan serta memberikan panduan praktis bagi para wirausahawan untuk mencapai kesuksesan dalam menghadapi tantangan yang ada.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Inovasi dalam Kewirausahaan

Inovasi adalah salah satu pilar utama dalam kesuksesan kewirausahaan. Secara umum, inovasi merujuk pada penciptaan atau pengenalan ide, produk, proses, atau layanan baru yang dapat memberikan nilai tambah yang signifikan. Dalam konteks kewirausahaan, inovasi memungkinkan wirausahawan untuk menciptakan solusi yang

memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang, serta membuka peluang baru untuk memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan.

Joseph Schumpeter (1934) adalah salah satu tokoh utama yang mengemukakan teori inovasi dalam kewirausahaan. Dalam pandangannya, inovasi adalah inti dari kewirausahaan yang dapat memecah kebekuan pasar yang ada melalui apa yang ia sebut sebagai "*Creative Destruction*" — proses di mana inovasi menghancurkan struktur pasar yang lama dan menggantikannya dengan model bisnis yang lebih efisien dan produktif. Bagi wirausahawan, inovasi tidak hanya terfokus pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses, strategi, serta model bisnis yang dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Selain itu, teori Inovasi Terbuka (Chesbrough, 2003) mengemukakan bahwa inovasi tidak lagi hanya berasal dari riset internal perusahaan, melainkan dapat melibatkan kolaborasi dengan pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, dan bahkan pesaing. Inovasi terbuka memungkinkan wirausahawan untuk mempercepat proses penciptaan ide baru dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknologi dari luar perusahaan, menciptakan peluang untuk berkembang lebih cepat di pasar yang sangat kompetitif.

2.2 Kreativitas dalam Kewirausahaan

Kreativitas adalah elemen yang tidak kalah penting dalam kewirausahaan. Kreativitas berkaitan dengan kemampuan untuk berpikir baru, menghasilkan ide-ide yang orisinal, dan mencari solusi yang tidak konvensional untuk masalah yang ada. Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas tidak hanya sekedar berkaitan dengan penemuan ide-ide baru, tetapi juga dengan kemampuan untuk menghubungkan informasi yang tidak terhubung sebelumnya, menciptakan inovasi yang dapat digunakan dalam dunia nyata. Teori kreativitas yang diajukan oleh Teresa Amabile (1996) melalui Komponen Kreativitas menunjukkan bahwa kreativitas dapat dikembangkan melalui tiga komponen utama: kemampuan teknis atau keterampilan, keterbukaan terhadap pengalaman baru, dan motivasi intrinsik. Dalam dunia kewirausahaan, faktor-faktor ini sangat penting karena mendorong wirausahawan untuk berpikir kreatif dalam mengidentifikasi peluang pasar baru, merancang produk atau layanan baru, dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif.

Selain itu, teori Transformasi Kreatif oleh Margaret Boden (1994) mengemukakan bahwa kreativitas melibatkan dua jenis proses utama. Proses pertama

adalah eksplorasi, yaitu pencarian berbagai kemungkinan ide yang dapat menghasilkan solusi baru. Proses kedua adalah transformasi, yang berfokus pada penyaringan ide-ide tersebut dan mengadaptasinya untuk diimplementasikan dalam dunia nyata. Dalam kewirausahaan, kedua proses ini berfungsi untuk menciptakan ide-ide baru yang berpotensi menjadi produk atau layanan inovatif yang dapat diterima oleh pasar.

2.3 Hubungan Antara Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan

Inovasi dan kreativitas seringkali dianggap sebagai dua konsep yang saling terkait namun memiliki perbedaan yang mendasar. Kreativitas adalah proses penciptaan ide-ide baru, sementara inovasi adalah penerapan ide-ide tersebut dalam bentuk yang lebih konkret dan praktis, seperti produk baru, layanan baru, atau proses yang lebih efisien. Dengan kata lain, kreativitas merupakan langkah awal dalam proses inovasi. Sebuah ide yang kreatif hanya akan berharga jika dapat diubah menjadi inovasi yang dapat diterapkan dan diterima oleh pasar.

Tushman dan O'Reilly (1996) dalam teori Proses Inovasi mereka menyatakan bahwa untuk berhasil dalam inovasi, kewirausahawan harus mampu mengelola dan mengkomersialisasikan ide-ide kreatif tersebut. Menghasilkan ide yang kreatif adalah langkah awal, namun yang lebih penting adalah bagaimana ide tersebut dapat diwujudkan menjadi produk atau layanan yang dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sebagai contoh, dalam industri teknologi, banyak perusahaan yang berhasil berinovasi berawal dari ide kreatif yang diubah menjadi produk atau layanan yang diterima pasar. Inovasi dalam produk teknologi seperti smartphone, aplikasi, dan perangkat keras lainnya, tidak hanya datang dari penelitian internal perusahaan besar, tetapi juga dari ide-ide kreatif yang berasal dari kolaborasi dengan startup atau individu-individu kreatif yang mampu mengubah ide menjadi solusi praktis.

2.4 Hubungan Antara Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan

Beberapa teori kewirausahaan menekankan pentingnya inovasi dalam mencapai kesuksesan bisnis. Teori Kewirausahaan Schumpeterian, yang pertama kali dikembangkan oleh Joseph Schumpeter, menyatakan bahwa kewirausahawan berperan sebagai "penghancur kreatif" yang memperkenalkan inovasi yang mengubah pasar dan menciptakan dinamika baru dalam ekonomi. Inovasi dianggap sebagai motor utama

dalam perkembangan ekonomi karena ia memungkinkan terciptanya produk atau layanan yang lebih efisien dan memiliki daya saing lebih tinggi.

Teori Keunggulan Kompetitif oleh Michael Porter (1985) juga relevan dalam hal ini. Porter mengemukakan bahwa inovasi dalam produk dan proses bisnis dapat menjadi faktor utama dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan kompetitif ini, yang diperoleh melalui penerapan inovasi yang lebih baik dan lebih efisien, memungkinkan wirausahawan untuk menawarkan nilai lebih bagi konsumen dan memperkuat posisi pasar mereka di pasar yang sangat kompetitif.

Dalam hal ini, inovasi dan kreativitas bukan hanya dianggap sebagai alat untuk mengembangkan produk baru, tetapi juga sebagai strategi yang lebih luas untuk menciptakan keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing. Inovasi menjadi pilar utama dalam strategi bisnis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang dan membantu wirausahawan mengatasi tantangan pasar yang dinamis.

2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan

Beberapa faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kemampuan wirausahawan dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas di antaranya:

Lingkungan Organisasi: Menurut Amabile (1996), lingkungan yang mendukung kreativitas adalah lingkungan yang memungkinkan individu untuk mengeksplorasi ide-ide baru tanpa takut gagal dan mendorong kolaborasi antar anggota tim. Di sinilah budaya organisasi yang terbuka terhadap ide baru dan perubahan dapat memicu inovasi yang lebih cepat.

Sumber Daya: Sumber daya yang tersedia, baik dalam bentuk modal finansial, pengetahuan, maupun akses ke teknologi, juga dapat mempengaruhi kemampuan wirausahawan untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas. Akses terhadap sumber daya yang lebih luas akan memberikan peluang yang lebih besar untuk eksperimen dan pengembangan produk baru.

Kepemimpinan dan Manajemen: Kepemimpinan yang mendukung penciptaan ide-ide baru dan menciptakan budaya inovasi di dalam organisasi juga menjadi faktor yang sangat penting. Wirausahawan yang mampu menginspirasi tim mereka untuk berpikir kreatif dan memberikan dukungan yang diperlukan akan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk inovasi.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) untuk menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam kesuksesan kewirausahaan, khususnya pada UKM. Data dikumpulkan dari sumber sekunder seperti artikel jurnal terindeks (Scopus, Sinta), buku teoretis (Schumpeter, Amabile, Chesbrough), dan studi kasus perusahaan sukses (Apple, Google). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konten (content analysis), meliputi pengkodean tema, kategorisasi faktor pendorong, dan sintesis temuan untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan peer review, meskipun penelitian ini memiliki keterbatasan dalam generalisasi akibat ketergantungan pada data sekunder. Etika penelitian dipatuhi dengan menghindari plagiarisme dan menggunakan referensi yang kredibel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Peran Inovasi dalam Kewirausahaan

Inovasi dalam konteks kewirausahaan mencakup pengembangan produk atau layanan baru, perbaikan dalam proses operasional, dan penciptaan model bisnis yang lebih efisien. Kewirausahawan yang mampu menerapkan inovasi secara efektif memiliki peluang yang lebih besar untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan membedakan diri mereka dari para pesaing. Inovasi menjadi kunci untuk membuka peluang baru, merespon perubahan permintaan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Inovasi Produk dan Layanan

Produk atau layanan yang inovatif dapat meningkatkan daya tarik pasar dan menarik perhatian konsumen. Wirausahawan yang tidak takut untuk mengambil risiko dengan menciptakan produk baru atau memperkenalkan layanan baru yang unik memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan nilai tambah yang tidak bisa ditemukan di tempat lain. Ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter (1934), yang menggambarkan kewirausahaan sebagai proses inovasi yang mengubah struktur pasar dan menciptakan kondisi ekonomi yang baru.

Inovasi Proses dan Operasional

Tidak hanya pada produk dan layanan, inovasi juga dapat diterapkan dalam proses produksi atau operasional. Penggunaan teknologi baru, pemanfaatan sistem manajemen yang lebih efisien, atau penerapan metode baru dalam pengelolaan sumber daya dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional. Hal ini penting bagi wirausahawan yang ingin bersaing di pasar yang ketat, karena inovasi dalam proses memungkinkan untuk menghasilkan produk dengan harga yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kualitas.

4.2 Kreativitas sebagai Dasar Inovasi

Kreativitas dalam kewirausahaan berfungsi sebagai landasan dari inovasi. Kreativitas memungkinkan wirausahawan untuk melihat peluang di luar batasan yang ada, berpikir secara out-of-the-box, dan menciptakan ide-ide baru yang dapat diterjemahkan menjadi inovasi yang berdampak. Kreativitas tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga dalam cara wirausahawan mengelola bisnis mereka, menciptakan strategi pemasaran yang unik, atau membangun hubungan yang berbeda dengan pelanggan.

Proses Kreatif dalam Kewirausahaan

Proses kreatif dalam kewirausahaan dapat dimulai dari pencarian solusi terhadap masalah yang dihadapi pasar atau bahkan menjawab kebutuhan yang belum teridentifikasi. Hal ini sesuai dengan pandangan Amabile (1996), yang mengemukakan bahwa kreativitas merupakan kombinasi dari kemampuan individu, motivasi, dan lingkungan yang mendukung. Dalam kewirausahaan, kreativitas dapat menghasilkan ide-ide yang menjadi dasar inovasi yang kemudian diterapkan untuk menciptakan produk atau solusi yang baru.

Kreativitas dan Diferensiasi Pasar

Kreativitas juga membantu wirausahawan untuk menciptakan diferensiasi di pasar yang sangat kompetitif. Dalam banyak kasus, perusahaan yang tidak dapat membedakan dirinya dari pesaing lainnya cenderung terjebak dalam persaingan harga, yang dapat merugikan mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kreativitas dalam menciptakan penawaran yang unik atau dalam menghadirkan pengalaman pelanggan yang berbeda merupakan kunci untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan.

3.3 Sinergi Inovasi dan Kreativitas dalam Mencapai Kesuksesan Kewirausahaan

Inovasi dan kreativitas tidak bisa dipandang terpisah. Kedua elemen ini saling terkait dan membentuk suatu siklus yang saling memperkuat. Kreativitas memberikan ide-ide dasar yang dapat diwujudkan menjadi inovasi yang lebih konkrit, sementara inovasi memberikan wirausahawan platform untuk menerapkan kreativitas dalam konteks yang lebih luas. Dengan kata lain, kreativitas menjadi benih yang tumbuh menjadi inovasi yang memberi manfaat nyata bagi perusahaan.

Studi Kasus: Perusahaan yang Sukses Berkat Inovasi dan Kreativitas

Berbagai contoh perusahaan di seluruh dunia menunjukkan bahwa kombinasi inovasi dan kreativitas adalah kunci utama keberhasilan mereka. Misalnya, perusahaan teknologi seperti Apple dan Google berhasil menciptakan produk-produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga memperkenalkan konsep dan teknologi baru yang mengubah cara orang berinteraksi dengan dunia digital. Keberhasilan mereka berakar pada kemampuan mereka untuk berinovasi secara berkelanjutan, serta kreativitas dalam mengembangkan ide-ide baru yang sebelumnya tidak terbayangkan.

Dampak Inovasi dan Kreativitas terhadap Daya Saing

Inovasi dan kreativitas juga berdampak langsung terhadap daya saing perusahaan. Dalam pasar yang sangat kompetitif, perusahaan yang tidak mampu berinovasi akan tertinggal, sedangkan perusahaan yang terus menerus berinovasi akan memiliki posisi yang lebih kuat. Inovasi yang berkelanjutan membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen, sedangkan kreativitas membuka peluang baru yang dapat mengarah pada peningkatan daya saing dan pencapaian keunggulan kompetitif.

3.4 Faktor Pendukung Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan

Meskipun inovasi dan kreativitas memiliki peran yang sangat penting, pencapaiannya tidak bisa terlepas dari beberapa faktor pendukung. Faktor-faktor ini termasuk lingkungan yang mendukung, sumber daya yang cukup, serta budaya organisasi yang mengutamakan eksperimen dan pengembangan ide baru.

Peran Lingkungan yang Mendukung

Lingkungan yang mendukung inovasi dan kreativitas, baik dalam bentuk infrastruktur yang memadai, akses terhadap teknologi, maupun iklim sosial yang

mendorong pembelajaran dan eksperimen, sangat penting bagi kewirausahaan. Selain itu, budaya yang mendukung kegagalan sebagai bagian dari proses belajar juga penting agar wirausahawan dapat terus berkembang dan berinovasi.

Sumber Daya yang Memadai

Akses terhadap sumber daya seperti modal, pengetahuan, dan tenaga ahli juga mempengaruhi kemampuan wirausahawan dalam menerapkan inovasi dan kreativitas. Tanpa sumber daya yang cukup, ide-ide kreatif sulit untuk diwujudkan menjadi inovasi yang dapat berdampak nyata bagi perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan faktor kunci yang sangat mempengaruhi kesuksesan kewirausahaan. Inovasi memungkinkan kewirausahawan untuk menciptakan produk, layanan, dan model bisnis baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah, sementara kreativitas adalah dasar dari setiap ide inovatif. Keduanya harus berjalan seiring untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif dan untuk menciptakan solusi yang dapat memberikan nilai tambah.

Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses bisnis dan cara berinteraksi dengan pelanggan. Kreativitas, di sisi lain, adalah kemampuan untuk melihat peluang baru dan memecahkan masalah dengan cara yang berbeda dari yang biasa dilakukan. Sinergi antara inovasi dan kreativitas memberi peluang kepada wirausahawan untuk menghasilkan keunggulan kompetitif yang dapat mempertahankan kelangsungan usaha mereka dalam jangka panjang.

Selain itu, keberhasilan dalam menerapkan inovasi dan kreativitas sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung, seperti budaya organisasi yang mendukung eksperimen, akses terhadap teknologi dan sumber daya yang relevan, serta lingkungan yang dapat mendorong pengembangan ide-ide baru. Tanpa adanya faktor-faktor pendukung ini, potensi kreativitas dan inovasi dalam dunia kewirausahaan akan sulit untuk diterjemahkan dalam bentuk produk atau layanan yang konkret.

Dengan demikian, wirausahawan perlu terus mengembangkan kedua elemen tersebut melalui pendekatan yang terencana dan berkelanjutan. Untuk itu, penting bagi mereka untuk menciptakan budaya yang mendukung kreativitas dan inovasi, serta

memastikan akses yang memadai terhadap sumber daya yang diperlukan. Dengan demikian, kewirausahaan dapat memanfaatkan inovasi dan kreativitas sebagai alat untuk mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif dan dinamis.

DAFTAR REFERENSI

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Westview Press.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Managing ideas, opportunities, and growth*. Wiley.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harper Business.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Eisenman, M. (2013). *Understanding innovation and entrepreneurship: Theories and practice*. Pearson Higher Education.
- Ekvall, G. (1996). Organizational climate for creativity and innovation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(1), 105-123.
- Freeman, C. (1994). *The economics of innovation: An introduction*. Pinter Publishers.
- Gilbert, C. G. (2005). *Creative destruction: How globalization is changing the world's markets*. Harvard Business Review.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.005>
- Hsu, S. H., & Tsai, M. T. (2014). Creativity and innovation in organizations. *Journal of Business Research*, 67(1), 20-30. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.01.031>
- Kocoglu, M. (2014). The role of creativity in entrepreneurial success. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 15(2), 124-132.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lichtenstein, B. M. B., & Lyons, T. S. (2001). The entrepreneurial ecosystem: A new perspective on the economic development of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(2), 93-108.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37. <https://doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1996). Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change. *California Management Review*, 38(4), 8-30.

Von Hippel, E. (2005). Democratizing innovation. MIT Press.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.