

ABSTRAK

Transportasi adalah alat yang paling penting untuk masyarakat yang tinggal di dalam suatu kota untuk memudahkan aksesnya. Kemacetan adalah suatu fenomena umum yang terjadi hampir tiap hari di kota-kota besar. Untuk menunjang kesehariannya, masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, mana, mudah, murah, dan efektif. GO-JEK adalah suatu perusahaan penyedia jasa transportasi yang berbasis aplikasi yang memudahkan penggunanya untuk mengaksesnya dan menggunakan jasanya.

Untuk menciptakan sesuatu yang baru, dibutuhkan ide-ide inovasi yang realistis. Inovasi yang diciptakan, baiknya diimbangi dengan 4 unsur di dalamnya. Yaitu *product innovation*, *process innovation*, *position innovation*, dan *paradigm innovation*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi seberapa jauh perusahaan GO-JEK telah mengaplikasikan 4 dimensi inovasi menurut Joe Tidd dalam proses bisnisnya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Kata kunci: 4 dimensi inovasi, *product innovation*, *process innovation*, *position innovation*, *paradigm innovation*