

## ABSTRAK

Perkembangan industri pembayaran elektronik secara nasional sedang berada dalam kondisi *booming* (CNN Indonesia, 2016). Ditunjang dengan ketersediaan infrastruktur telekomunikasi data yang semakin luas, murah, dan cepat (*broadband*), memasyarakatnya pemanfaatan *smartphone*, serta kemudahan lisensi pembangunan *mobile applications*, bermunculanlah jasa layanan pembayaran (*payment provider*) yang ditawarkan melalui aplikasi *mobile* langsung di tangan masyarakat pengguna. Bertambahnya jumlah pemain dalam industri pembayaran, menuntut kemampuan inovasi terus-menerus untuk memenangkan persaingan. Sebagaimana indikasi Bank Indonesia, “Elektronisasi sistem pembayaran juga ditandai dengan berkembangnya inovasi fitur dalam alat pembayaran retail” (Bank Indonesia, 2008:7).

Melalui penelitian ini, Peneliti akan melakukan audit atas organisasi inovatif di PT. Finnet Indonesia, sebagai langkah untuk mengetahui apakah perusahaan siap menghadapi persaingan dengan memiliki *competitive advantage* dalam hal kemampuan berinovasi, yang tidak hanya menjadi skill perorangan (Schumpeter, 1930), namun sudah menjadi sebuah organisasi yang memiliki karakteristik inovatif (Becker & Whisler, 1967:466). Pengukuran akan menggunakan *Simple Innovation Management Effectiveness Audit*, dari Tidd & Bessant (2013)

Penelitian dilakukan terhadap 125 sampel kelompok Karyawan PT, Finnet Indonesia, dan 23 sampel kelompok Manajemen PT. Finnet Indonesia, dengan memberikan kuesioner berisi 40 butir pernyataan yang dijawab dengan skala sikap 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju). Kuesioner valid didapatkan sejumlah 148 sesuai komposisi yang direncanakan. Pengolahan skor dilakukan dengan SPSS v.21 menggunakan teknik bivariat Mann-Whitney.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa persepsi kedua kelompok pada dimensi *Strategy, Process, Organization, Learning* dan *Linkage* menunjukkan nilai skor rata-rata yang cukup baik (rata-rata skor 5.2 dalam skala 7), namun terdapat perbedaan signifikan antara skor rata-rata kelompok Karyawan dengan skor rata-rata kelompok Manajemen yang mengindikasikan perbedaan persepsi antar dua kelompok tersebut, yang dapat diinterpretasikan sebagai adanya kesenjangan dalam praktik pengelolaan manajemen inovasi di perusahaan.

Kata Kunci: Organisasi Inovatif, Manajemen Inovasi, Audit Efektivitas Manajemen Inovasi, Inovasi & *Entrepreneurship*