

## ABSTRAK

Penelitian mengenai praktik inovasi terbuka selama ini banyak dilakukan di perusahaan multinasional, namun studi yang dilakukan terhadap UKM masih marjinal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana UKM kriya terlibat dalam inovasi terbuka dan mengetahui jenis strategi kolaborasi apa yang digunakan dalam fase komersialisasi pada proses inovasi. Studi kasus ganda terhadap lima UKM kriya yang berlokasi di Yogyakarta dilakukan dengan menggunakan wawancara semi terstruktur dan hasil wawancara dianalisis menggunakan alat statistik NVivo 12.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM kriya terlibat dalam inovasi terbuka terutama dalam tahap komersialisasi daripada proses produksi atau *R&D*. Mereka lebih memilih menggunakan proses strategi inovasi "*outbound*" dan "*coupled process*" dalam fase komersialisasi. Selain itu, temuan menunjukkan bahwa UKM menggunakan lebih dari satu strategi kolaboratif, yaitu *outsourcing* dan kemitraan dan kolaborasi, sedangkan strategi kolaboratif lain yang diusulkan dalam literatur tidak teridentifikasi dalam data. Akhirnya, studi menemukan mode kolaborasi antar perusahaan yang digunakan dalam UKM kerajinan yaitu berupa kemitraan timbal balik dan kemitraan untuk komersialisasi produk eksternal.

Studi ini memperluas pemahaman tentang inovasi terbuka dengan memberikan analisis tentang bagaimana inovasi terbuka terjadi pada tahap komersialisasi, khususnya pada UKM kriya. Selain itu, hasil menunjukkan bahwa UKM mendapat manfaat dari membuka proses inovasi mereka pada fase akhir inovasi yaitu fase komersialisasi, dimana mereka mampu mengatasi kelemahan internal mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menggunakan strategi kolaboratif.

**Kata Kunci:** UKM, UKM Kriya, Komersialisasi, Inovasi Terbuka, Strategi Kolaborasi, Strategi Inovasi

## ABSTRACT

The practice of open innovation has so far been studied in large multinational firms, yet the study in SMEs is still marginal especially in low-tech firms. This study aims to examine on how craft SMEs engage in open innovation and explore the types of collaboration strategies use in commercialization phase of the innovation process. The research conducted in five craft SMEs located in Yogyakarta using multiple case study approach, the primary data obtained from the semi-structured interview and analysed using NVivo 12.

The results disclose that the craft SMEs are engage in open innovation when they commercialize the product rather than in the production or R&D process. In commercialization phase, the craft SMEs prefer to use outbound and coupled process of innovation strategies. Moreover, the finding shows that SMEs use more than one collaborative strategies, which are outsourcing and partnership and collaboration, the other collaborative strategies propose in the literature were not identified in the dataset. Finally, the study discover that craft SMEs engage in interfirm collaboration with aims to do partnership for external product commercialization and gain mutual partnership.

The study presents the detailed analysis on the open innovation activities conducted particularly in the commercialization stage of innovation in craft SMEs, which may broaden the understanding of open innovation practices. Also, the result of the study shows that by applying open innovation practices in commercialization phase might benefit the SMEs to overcome their challenges and derive competitive advantage by using the collaborative strategies.

**Keywords:** SMEs, Craft SMEs, Commercialization, Open Innovation, Collaboration Strategies, Innovation Strategies