

Tersedia online di <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas><https://doi.org/10.35457/4411>

ANALISIS STUDI LITERATUR TENTANG STRATEGI INOVASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI

Yesy Kusumawati¹, Choirul Hana²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email Address:

¹yesykusumawati75@kahuripan.ac.id, ²choirulhan@kahuripan.ac.id

Submitted 15-03-2025 Reviewed 03-07-2025 Revised 11-05-2025 Accepted 12-05-2025 Published 20-06-2025

ABSTRAK

Kata kunci studi literatur, strategi inovasi, kinerja organisasi

Keywords: literature study, innovation strategy, organizational performance

Yesy K., & Choirul H. (2025). Analisis Studi Literatur tentang Strategi Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, vol 17 (1), Hal 15-37

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi berdasarkan studi literatur, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi inovasi, dan memberikan rekomendasi jenis strategi inovasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Pencarian literatur melalui database online dari 10 artikel jurnal yang berasal dari Google Scholar dengan topik penelitian yaitu strategi inovasi dan kinerja organisasi. Analisis menggunakan analisis tematik dengan pendekatan narrative review. Berdasarkan studi literasi ditemukan 3 strategi inovasi yang telah diimplementasikan oleh organisasi yaitu strategi inovasi SDM, strategi inovasi teknologi, dan strategi inovasi produk. Penerapan strategi inovasi berkontribusi secara positif terhadap kinerja organisasi melalui tiga aspek utama yaitu inovasi SDM akan meningkatkan kepuasan, retensi, dan efektivitas kerja karyawan, strategi inovasi teknologi dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan dan strategi inovasi produk akan memberikan nilai tambah

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between innovation strategy and organizational performance based on literature studies, identify factors that influence the success of innovation strategies, and provide recommendations for types of innovation strategies that are effective in improving organizational performance. This study uses a literature study method Literature search through online databases from 10 journal articles from Google Scholar with the research topic of innovation strategy and organizational performance. The analysis uses thematic analysis with a narrative review approach. Based on the literature study, 3 innovation strategies were found that have been implemented by the organization, namely HR innovation strategy, technology innovation strategy, and product innovation strategy. The implementation of innovation strategies contributes positively to organizational performance through three main aspects, namely HR innovation will increase employee satisfaction, retention, and work effectiveness, technology innovation strategy can accelerate business growth and increase customer satisfaction and product innovation strategy will provide added value.

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan global yang semakin ketat, inovasi telah menjadi elemen penting dalam mempertahankan daya saing organisasi. Organisasi yang mampu berinovasi secara konsisten cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan, baik dalam aspek teknologi, kebutuhan pelanggan, maupun dinamika pasar. Strategi inovasi tidak hanya mencakup pengembangan produk atau layanan baru tetapi juga melibatkan perubahan dalam proses operasional, model bisnis, dan strategi pemasaran.

Kinerja organisasi sering kali diukur melalui berbagai indikator, seperti produktivitas, profitabilitas, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mengadopsi strategi inovasi cenderung mengalami peningkatan kinerja di berbagai aspek tersebut. Meskipun demikian, keberhasilan inovasi tidak lepas dari tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, dan ketidakpastian pasar.

Namun, implementasi strategi inovasi tidak selalu berjalan mulus, karena melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi literatur yang membahas hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi inovasi.

Berbagai studi sebelumnya telah mengulas keterkaitan antara strategi inovasi dan peningkatan kinerja organisasi. Namun, masih terdapat sejumlah celah penelitian yang belum sepenuhnya dijawab secara ilmiah. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut. Salah satu kesenjangan utama adalah minimnya studi longitudinal yang menelusuri dampak inovasi dalam jangka panjang, karena sebagian besar penelitian hanya berfokus pada efek jangka pendek. Selain itu, banyak kajian bersifat umum tanpa menyesuaikan dengan karakteristik sektor tertentu, sehingga organisasi sulit mengidentifikasi efektivitas strategi inovasi dalam konteks sektoral. Kesenjangan lain adalah kurangnya integrasi antara strategi inovasi dengan prinsip keberlanjutan, padahal inovasi seharusnya tidak hanya mendorong efisiensi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

Penelitian ini menawarkan pendekatan berbeda melalui metode narrative review dengan analisis tematik terhadap 10 artikel jurnal ilmiah, yang memberikan pandangan menyeluruh mengenai strategi inovasi SDM, teknologi, dan produk dalam kaitannya dengan kinerja organisasi. Selain itu, penelitian ini menyajikan analisis komparatif atas masing-masing strategi inovasi dan dampaknya terhadap indikator kinerja organisasi, seperti produktivitas, efisiensi, kepuasan pelanggan, dan daya saing. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan inovasi secara sistematis, mencakup aspek internal seperti kreativitas SDM, budaya organisasi, dan sumber daya, serta aspek eksternal seperti persaingan pasar, perkembangan teknologi, dan perubahan preferensi konsumen. Sebagai kontribusi praktis, penelitian ini menawarkan rekomendasi strategis seperti membangun budaya inovasi, penyederhanaan birokrasi, peningkatan pelatihan SDM, dan penguatan kemitraan eksternal untuk mendukung keberhasilan implementasi inovasi dalam jangka panjang.

Melalui studi literatur ini, penulis berupaya mengidentifikasi pola, temuan, dan kesenjangan penelitian yang ada dalam kaitannya dengan strategi inovasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi inovasi yang relevan untuk berbagai jenis organisasi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hubungan antara strategi inovasi dengan kinerja organisasi berdasarkan studi literatur?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi inovasi?
3. Apa saja jenis strategi inovasi yang paling efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi?

Inovasi diartikan sebagai proses penciptaan nilai baru melalui pengembangan produk, layanan, proses, atau model bisnis. Strategi inovasi merupakan kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan menerapkan inovasi di dalam organisasi atau perusahaan. Strategi inovasi dirancang untuk memastikan

organisasi tetap kompetitif, relevan, dan adaptif terhadap perubahan pasar serta kemajuan teknologi.

Menurut Schilling (2020), Strategi inovasi adalah rencana yang dirancang untuk menentukan arah inovasi suatu organisasi, termasuk bagaimana sumber daya dialokasikan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengkomersialisasikan ide atau produk baru. Strategi ini mencakup upaya untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui inovasi.

Tjiptono dan Chandra (2016) dalam bukunya "Strategi Pemasaran" mengemukakan beberapa tujuan dari strategi inovasi, antara lain:

a. Meningkatkan Daya Saing

Strategi inovasi bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengembangan produk, proses, atau model bisnis yang lebih efisien dan efektif. Inovasi yang dilakukan harus memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan unggul di pasar yang semakin kompetitif.

b. Memenuhi Kebutuhan Pelanggan

Inovasi membantu perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, produk atau layanan yang dihasilkan akan lebih relevan dan memenuhi ekspektasi pasar.

c. Meningkatkan Profitabilitas

Melalui inovasi, perusahaan dapat menciptakan produk atau proses yang lebih efisien, mengurangi biaya, atau meningkatkan kualitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan laba perusahaan.

Tjiptono dan Chandra (2016) membagi inovasi menjadi empat jenis antara lain:

1. Inovasi Pemasaran (*Marketing Innovation*)

Meliputi perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, seperti penetapan harga, distribusi, dan promosi yang lebih efektif.

2. Inovasi Produk (*Product Innovation*)

Perubahan atau pengembangan dalam produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memberikan nilai lebih bagi konsumen.

3. Inovasi Organisasi (*Organizational Innovation*)

Perubahan dalam struktur organisasi atau proses internal perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja.

4. Inovasi Proses (*Process Innovation*)

Mengubah cara produksi atau penyampaian produk dan layanan dengan tujuan meningkatkan kualitas, mengurangi biaya, dan meningkatkan kecepatan.

Kinerja organisasi adalah tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam hal efisiensi, efektivitas, maupun kontribusi terhadap stakeholders. Kinerja organisasi mencerminkan seberapa baik organisasi menjalankan misinya, menggunakan sumber daya, dan menciptakan nilai bagi pelanggan, karyawan, pemegang saham, serta masyarakat.

Menurut Robbins & Coulter (2016) Kinerja organisasi adalah hasil akhir dari aktivitas yang dilakukan organisasi, yang diukur melalui tingkat keberhasilan dalam mencapai sasaran yang relevan. Kinerja organisasi mencerminkan hasil akhir yang diperoleh dari serangkaian aktivitas yang direncanakan dan dilaksanakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Kinerja organisasi tidak hanya menggambarkan apa yang telah dicapai, tetapi juga mencakup bagaimana tujuan tersebut diraih, apakah melalui cara yang efektif, efisien, dan sesuai dengan nilai-nilai serta standar yang berlaku.

Menurut Hasibuan (2001), indikator kinerja organisasi mencakup aspek seperti produktivitas, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, efisiensi biaya, dan pengembangan sumber daya manusia. Indikator ini digunakan untuk mengukur sejauh mana organisasi mencapai tujuan strategisnya.

Menurut Hasibuan (2001), kinerja organisasi dapat diukur melalui aspek:

- a. Produktivitas: Seberapa efisien sumber daya digunakan untuk menghasilkan output.
- b. Kualitas: Tingkat kepuasan pengguna terhadap produk atau layanan.
- c. Efisiensi Biaya: Optimalisasi penggunaan biaya dalam operasional.
- d. Pengembangan SDM: Peningkatan kompetensi dan kesejahteraan karyawan.

Strategi inovasi dan kinerja organisasi memiliki hubungan yang erat, di mana strategi inovasi yang efektif dapat meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan.

1. Strategi inovasi memungkinkan organisasi menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengembangan produk baru yang akan menambah nilai tambah kepada pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Menciptakan inovasi dalam proses produksi atau operasional yang efisien dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya, yang berdampak pada profitabilitas. Ketika organisasi mampu bersaing lebih baik di pasar melalui inovasi, kinerja organisasi dalam aspek finansial, operasional, dan reputasi juga akan meningkat.
2. Inovasi membantu organisasi beradaptasi terhadap perubahan pasar. Strategi inovasi teknologi memungkinkan organisasi tetap relevan di tengah perkembangan teknologi yang cepat. Dengan inovasi, organisasi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, menjaga tingkat kepuasan dan retensi pelanggan. Adaptasi yang lebih baik membuat organisasi lebih tangguh, sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan kinerja organisasi.
3. Strategi inovasi memungkinkan organisasi memanfaatkan sumber daya dengan lebih efektif dan efisien dengan pemanfaatan teknologi untuk mengurangi kesalahan manusia dan pengurangan pemborosan biaya logistik dan waktu produksi serta dapat langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan dan non-keuangan.
4. Inovasi akan menciptakan budaya kerja yang kolaboratif yang akan meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Karyawan akan merasa dihargai ketika terlibat dalam proses inovasi. Lingkungan kerja yang mendukung inovasi mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik, meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Strategi inovasi adalah alat penting untuk meningkatkan kinerja organisasi. Dengan mendorong keunggulan kompetitif, adaptabilitas, efisiensi, dan keterlibatan karyawan, strategi inovasi dapat berdampak positif pada berbagai

aspek kinerja organisasi, seperti keuangan, pelanggan, dan operasional. Hubungan ini bersifat saling mendukung, di mana keberhasilan kinerja organisasi juga memungkinkan investasi lebih besar dalam inovasi.

Menurut Sedarmayanti (2017), strategi inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal, yaitu:

1. Faktor Internal

a. Kreativitas SDM: Kemampuan dan ide inovatif dari karyawan.

Kreativitas SDM adalah aset penting bagi organisasi untuk tetap kompetitif di era perubahan cepat. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung dan memberikan sumber daya yang memadai, organisasi dapat memanfaatkan potensi inovatif karyawannya untuk menciptakan solusi yang relevan, efektif, dan berdaya saing tinggi.

b. Budaya Organisasi: Lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan inovasi.

Budaya organisasi adalah elemen kunci dalam strategi inovasi. Organisasi yang memiliki budaya kerja yang mendukung kreativitas dan inovasi akan lebih mudah menciptakan solusi yang relevan dengan kebutuhan pasar, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan menghadapi perubahan dengan lebih adaptif. Dengan membangun budaya yang mendukung inovasi, organisasi dapat memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.

c. Sumber Daya Organisasi: Ketersediaan teknologi, finansial, dan infrastruktur.

Sumber daya organisasi mencakup segala aset yang dimiliki oleh organisasi, termasuk teknologi, finansial, dan infrastruktur, yang digunakan untuk mendukung kegiatan inovasi. Ketersediaan dan kualitas sumber daya ini berperan penting dalam menentukan kemampuan organisasi untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi inovasi.

2. Faktor Eksternal

a. Persaingan Pasar: Tekanan dari kompetitor untuk terus berinovasi.

Persaingan pasar adalah pendorong utama inovasi. Tekanan dari kompetitor memaksa organisasi untuk terus beradaptasi, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan produk serta layanan yang lebih baik. Dengan strategi yang tepat, organisasi dapat memanfaatkan persaingan ini sebagai peluang untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

- b. Teknologi Baru: Perkembangan teknologi global yang mendorong adopsi inovasi.

Perkembangan teknologi global menciptakan peluang yang luas bagi organisasi untuk berinovasi. Teknologi baru memungkinkan organisasi meningkatkan efisiensi, menciptakan produk baru, dan memperluas pasar. Namun, tantangan seperti biaya, keterampilan, dan regulasi memerlukan pendekatan strategis dalam adopsi. Organisasi yang berhasil memanfaatkan teknologi baru akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di era digital ini.

- c. Kebutuhan Konsumen: Perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

Kebutuhan dan preferensi konsumen adalah faktor eksternal yang sangat penting dalam memandu strategi inovasi suatu organisasi. Dengan memahami perubahan ini, perusahaan dapat menciptakan produk, layanan, dan pengalaman yang lebih sesuai dengan harapan konsumen, yang pada gilirannya membantu perusahaan mempertahankan relevansi di pasar yang semakin kompetitif. Strategi inovasi yang efektif akan memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review). Menurut Hasibuan (2019) studi literatur merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian guna memperoleh landasan teori dan konsep yang relevan untuk dianalisis.

Langkah-langkah dalam studi literatur sebagai berikut:

1. Pencarian Literatur:

Menurut Zed (2008), proses ini melibatkan pencarian berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, prosiding, laporan penelitian, dan sumber terpercaya lainnya yang mendukung penelitian. Sumber dapat diakses melalui database online atau perpustakaan. Sumber utama penelitian ini melalui database online dari artikel jurnal yang berasal dari Google Scholar.

2. Penentuan Topik:

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penentuan topik penelitian pada studi literatur harus spesifik dan relevan dengan bidang yang diteliti. Identifikasi topik harus memperhatikan ruang lingkup yang jelas dan terukur agar penelitian dapat terfokus.

Pemilihan literatur pada penelitian ini ditentukan berdasarkan relevansi dengan topik penelitian yaitu strategi inovasi dan kinerja organisasi. Literatur diambil dari sumber yang kredibel dan memiliki validitas ilmiah tinggi dan berfokus pada hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi.

3. Analisis dan Sintesis Literatur

Kartono (2015) menjelaskan bahwa dalam tahap ini, peneliti menganalisis isi literatur untuk menemukan pola, perbedaan, dan hubungan antar penelitian terdahulu. Sintesis literatur bertujuan untuk merangkum temuan-temuan utama dan membangun dasar konseptual yang kuat.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Tematik (*Thematic Analysis*) yang berfokus pada pengelompokan informasi ke dalam tema-tema utama yang ditemukan dalam data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2017) dengan pendekatan *narrative review*. *Narrative review* menurut Zed (2008) adalah metode studi literatur yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber secara naratif dengan tujuan memberikan pemahaman konseptual terhadap suatu topik penelitian.

Dalam konteks hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi, penelitian ini bertujuan untuk menyatukan wawasan dari berbagai sumber guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dampak inovasi terhadap peningkatan kinerja organisasi..

Penelitian ini mengidentifikasi 4 tema utama yaitu

- a. Jenis strategi inovasi berdasarkan studi literatur
 - b. Hubungan strategi inovasi dan kinerja organisasi
 - c. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi inovasi.
 - d. Strategi yang paling efektif dalam peningkatan kinerja organisasi
4. Identifikasi Kesenjangan Penelitian (Research Gap)

Menurut Sarwono (2016), penting untuk menemukan kekurangan atau aspek yang belum dibahas dalam penelitian sebelumnya guna menentukan kontribusi penelitian yang akan dilakukan.

PEMBAHASAN

A. Jenis-jenis strategi inovasi yang telah diimplementasikan oleh organisasi

Tabel 1. Penelitian terdahulu tentang strategi inovasi berdasarkan studi literatur

No	Judul/Penulis	Hasil studi literatur
1	Strategi inovasi dalam manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja organisasi Taryono et al, 2024	Penelitian ini focus pada inovasi SDM Strategi : 1. Proses rekrutmen dan seleksi karyawan memanfaatkan teknologi digital 2. program pengembangan keahlian karyawan berbasis elearning, 3. sistem manajemen kinerja adaptif, dan 4. pemberian imbalan karyawan berbasis kinerja efektif untuk meningkatkan produktivitas dan motivasi dan karyawan
2	Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Anna Triwijayati, et al, 2023	Penelitian ini focus pada inovasi teknologi Strategi : 1. dalam menghadapi tantangan dan menggunakan peluang dengan memanfaatkan berbagai strategi inovasi digital 2. E-commerce dan platform e-niaga akan menjadikan transaksi lebih efisien, melibatkan pelanggan secara langsung dan menguasai pelanggan yang lebih luas, 3. Ketepatan dan efektifitas dalam pemilihan keputusan strategis berdasarkan pada Pengambilan Keputusan Berbasis Data 4. Berbagi pengetahuan, ide kreatif dan sumber daya dengan pelaku industry lain dan UMKM melalui platform jaringan digital 5. Memanfaatkan sarana digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, menciptakan interaksi yang menarik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan
3	Strategi Inovasi	Penelitian ini focus pada inovasi produk kewirausahaan

	<p>Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung</p> <p>Bangkit Nuratri, Evi Sofiati 2024</p>	<p>kreatif</p> <p>Strategi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktif menciptakan produk yang berbeda melalui inovasi kewirausahaan dan peningkatkan efisiensi operasional untuk bersaing di pasar lokal 2. Membangun keunggulan kompetitif dengan kreatif dan inovatif dalam mengembangkan ide, menghadapi risiko, dan memanfaatkan peluang 3. Meningkatkan kemampuan inovatif dan kreatif dengan bekerja sama dengan pihak eksternal 4. Memanfaatkan strategi pemasaran berbasis inovasi yang berorientasi pada pasar untuk meningkatkan daya saing 5. Pembuat kebijakan mengimplikasikan kebijakan yang focus pada pelatihan, pemasaran digital dan penyediaan sumber daya pendukung inovasi serta mendukung UMKM di industri kreatif.
4	<p>Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital</p> <p>Rahayu Mardikaningsih, Didit Darmawan, 2023</p>	<p>Penelitian ini focus pada inovasi teknologi di era digital</p> <p>Strategi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adopsi teknologi terbaru dengan memanfaatkan platform e-commerce dan penjualan secara online 2. Memanfaatkan analisis data dan kecerdasan buatan (AI) untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku konsumen tren pasar, dan peluang inovatif. Analisis data dalam pengambilan keputusan membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan akurasi perencanaan bisnis 3. strategi pemasaran konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen dan membangun hubungan untuk meningkatkan loyalitas konsumen
5	<p>Manajemen Strategi Inovasi Produk dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM: Observasi pada Usaha "3S Teh Cem"</p> <p>Theysa Sahlani Pratiwi, dkk 2024</p>	<p>Penelitian ini focus pada inovasi produk</p> <p>Strategi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. menawarkan kartu member untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, 2. memperkenalkan menu baru untuk mendiversifikasi penawaran, 3. mendirikan konsep kafe unik untuk menciptakan pengalaman berkesan, 4. menggabungkan bahan herbal ke dalam varian kopi untuk konsumen yang peduli akan kesehatan, 5. berkolaborasi dengan UMKM makanan ringan lainnya untuk menawarkan produk komplementer, dan 6. memanfaatkan pemasaran influencer untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan.
6	<p>Strategi Inovatif Manajemen Dan Bisnis Di Era</p>	<p>Penelitian ini focus pada inovasi teknologi</p> <p>Strategi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Budaya Inovasi

	Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini Terhadap Keberlanjutan Dan Kinerja Organisasi Akhmad Syafi'i, dkk 2023	2. Kolaborasi lintas Departemen 3. Kecepatan Adaptasi terhadap Perubahan: 4. Investasi dalam Sumber Daya Manusia dengan Keterampilan Teknologi terkini 5. Dasar untuk Pengembangan Strategi Inovatif yang Sukses
7	Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital Muhamad Zaenal Asikin et al, 2024	Penelitian ini focus pada inovasi teknologi dan proses di era digital Strategi : 1. Kemampuan untuk terus berinovasi di era teknologi modern untuk meningkatkan produk, layanan, atau proses bisnis 2. Pemahaman yang mendalam tentang Pasar dan Pelanggan dengan melakukan survei, analisis data, dan interaksi media sosial dengan pelanggan 3. menyadari dan mengelola risiko bisnis dengan bijak dalam menghadapi persaingan yang ketat, menjaga data pelanggan, dan mempersiapkan diri untuk perubahan pasar
8	Strategi Inovasi Teknologi terhadap Daya Saing UMKM Amanda Anggraini et al, 2023	Penelitian ini focus pada inovasi teknologi pada UMKM di era digital Strategi : 1. menerapkan beragam strategi inovasi digital seperti adopsi e-commerce dan pengambilan keputusan berbasis data untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang 2. peningkatan pengalaman pelanggan dengan mengembangkan pemasaran yang dipersonalisasi, layanan pelanggan yang responsif, dan platform online yang interaktif untuk menciptakan interaksi yang menarik dan memuaskan pelanggan
9	Strategi Inovasi dan Rencana Implementasi untuk Mendorong SDM Unggul di Masa Pandemi Meddy Nurpratama, Agus Yudianto, 2021	Penelitian ini focus pada inovasi SDM di masa pandemi. Strategi : 1. Melakukan desain ulang pekerjaan (<i>Job Redesign</i>) 2. Mengadakan pelatihan atau training online bagi SDM dalam upaya meningkatkan pengetahuan sekaligus skill 3. pendayagunaan teknologi atau <i>digitalization</i> untuk membantu SDM dalam upaya transformasi dan <i>upgrade skill</i> 4. memberikan penguatan diri bagi SDM turut mendorong kualitas, melalui strategi penguatan iman, imun, dan aman 5. pemberian motivasi yang berkelanjutan dari pimpinan dan antar individu melalui <i>sharing session</i>
10	Tinjauan Strategi	Penelitian ini focus pada inovasi SDM di era digital.

	<p>Terkini dalam Manajemen Sumber Daya Manusia: Inovasi dan Tantangan Diera Digital</p> <p>Anang Helmi, et al 2023</p>	<p>Strategi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mengembangkan kemampuan kognitif karyawan dalam keterampilan digital dan literasi teknologi baru 2. mengembangkan strategi holistik yang melibatkan karyawan, mengutamakan keamanan data, dan mengelola perubahan budaya perusahaan secara efektif agar transformasi digital dapat berhasil dan berkelanjutan 3. menggunakan pendekatan yang proaktif dalam merencanakan kebutuhan tenaga kerja masa depan, seperti rekrutmen dan seleksi yang berbasis teknologi, pengembangan karyawan melalui pelatihan digital, dan manajemen kinerja yang adaptif.
--	--	--

Berdasarkan studi literasi diatas ditemukan 3 strategi inovasi yang telah diimplementasikan oleh organisasi yaitu :

1. Strategi inovasi SDM

Strategi inovasi SDM dirancang untuk menciptakan, mengimplementasikan dan mengelola inovasi dalam pengelolaan karyawan. Inovasi SDM mempunyai tujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktifitas, daya saing organisasi dan kepuasan karyawan. Strategi inovasi SDM meliputi :

- a. merencanakan kebutuhan tenaga kerja dimasa yang akan datang dan program rekrutmen dan seleksi karyawan berbasis teknologi akan membantu organisasi mendapatkan karyawan kompeten yang sesuai keinginan dan kebutuhan organisasi.
- b. pengembangan ketrampilan dan kemampuan karyawan dengan pelatihan berbasis teknologi digital yang memanfaatkan program pengembangan berbasis e-learning dan AI akan membantu karyawan dalam menghadapi perubahan teknologi, budaya organisasi dan kebutuhan pasar.
- c. menciptakan sistem manajemen kinerja adaptif yang akan membantu karyawan dalam mengelola pekerjaan secara efektif dan efisien, lebih fokus pada fleksibilitas, respons cepat terhadap perubahan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi yang dinamis.
- d. mengimplementasikan kompensasi berbasis kinerja efektif, pemberian motivasi dan penguatan diri bagi SDM yang berkelanjutan dari pimpinan dan antar individu melalui sharing session, dan melakukan desain ulang

pekerjaan (Job Redesign) sesuai perubahan organisasi dapat meningkatkan motivasi, produktivitas dan retensi karyawan

2. Strategi inovasi teknologi

Strategi inovasi teknologi dirancang untuk menciptakan, mengimplementasikan, dan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan efisiensi, menciptakan produk atau layanan baru, serta mencapai keunggulan kompetitif. Strategi ini berfokus pada bagaimana organisasi dapat mengadopsi teknologi secara efektif untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan pasar yang terus berkembang. Inovasi teknologi bermanfaat menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal produk dan layanan, efisiensi operasional yang akan mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas, menciptakan peluang pasar baru, dan peningkatan pengalaman pelanggan yang akan memberikan pelayanan yang lebih personal dan cepat. Strategi inovasi teknologi meliputi :

- a. Adopsi teknologi terbaru dengan memanfaatkan platform e-commerce dan penjualan secara online untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, keterlibatan langsung, dan transaksi yang efisien
- b. Kemampuan untuk terus berinovasi, pemahaman dan analisis mendalam, dan cepat beradaptasi terhadap perubahan teknologi modern untuk meningkatkan produk, layanan, proses bisnis, peluang pasar dan kebutuhan pelanggan.
- c. Memanfaatkan analisis data dan kecerdasan buatan (AI) untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku konsumen, tren pasar, peluang inovatif dan pengambilan keputusan berbasis analisis data untuk mengatasi tantangan, memanfaatkan peluang , mengurangi ketidakpastian dan juga untuk meningkatkan akurasi perencanaan bisnis.
- d. strategi pemasaran konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen dan membangun hubungan untuk meningkatkan loyalitas konsumen
- e. peningkatan pengalaman pelanggan dengan mengembangkan pemasaran yang dipersonalisasi, layanan pelanggan yang responsif, dan platform online yang interaktif untuk menciptakan interaksi yang menarik dan memuaskan pelanggan

- f. berkolaborasi dengan lintas departemen, UMKM dan pelaku industri lainnya melalui platform jaringan digital untuk berbagi sumber daya, pengetahuan, dan ide-ide inovatif,
- g. Penggunaan teknologi digital untuk pencatatan data pelanggan dan melindungi keamanan data pelanggan sebagai bentuk menjaga kepercayaan pelanggan.

3. Strategi inovasi produk

Strategi inovasi produk dirancang untuk menciptakan, memperbaiki, atau mengembangkan produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan atau harapan pasar dan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi inovasi produk berupa :

- a. Aktif dan kreatif mengembangkan produk baru yang unik dan berbeda, menambah varian produk, dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan citra produk
- b. Berkolaborasi dengan pihak eksternal yaitu :
 - 1. Pelanggan dalam menciptakan produk untuk mengetahui keinginan konsumen tentang produk,
 - 2. Perusahaan lain dalam menambah pengetahuan peningkatan produk dan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar
 - 3. UMKM dan produsen untuk bekerjasama dalam pengadaan bahan baku,
 - 4. *Influencer, brand ambassador, dan content creator marketing* untuk memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pemasaran digital
- c. Meningkatkan nilai tambah produk dengan memperhatikan tren pasar saat ini misalnya menciptakan produk ramah lingkungan, produk yang mengutamakan kesehatan
- d. Implikasi pembuat kebijakan dalam pengembangan produk yang berfokus pada pelatihan, akses ke sumber daya inovasi, dan dukungan pemasaran digital

B. Hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi berdasarkan studi literatur.

Kinerja organisasi dan strategi inovasi memiliki hubungan yang erat dan berkontribusi positif karena inovasi sering menjadi pendorong utama untuk

meningkatkan berbagai aspek kinerja organisasi. Strategi inovasi adalah kunci untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan inovasi, organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan profitabilitas, memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan mencapai pertumbuhan jangka panjang. Keberhasilan inovasi membutuhkan dukungan penuh dari manajemen, sumber daya yang memadai, dan budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan. Strategi inovasi yang dirancang dengan baik akan memastikan bahwa organisasi tidak hanya tetap relevan tetapi juga memimpin dalam pasar yang kompetitif.

Berdasarkan studi yang dikaji, ditemukan bahwa penerapan strategi inovasi berkontribusi secara positif terhadap kinerja organisasi melalui tiga aspek utama :

1. Strategi Inovasi SDM bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing organisasi melalui manajemen karyawan yang inovatif. Hal ini mencakup rekrutmen berbasis teknologi, pelatihan digital, sistem manajemen kinerja adaptif, serta kompensasi berbasis kinerja. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat meningkatkan kepuasan, retensi, dan efektivitas kerja karyawan.
2. Strategi Inovasi Teknologi berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk menciptakan keunggulan kompetitif, efisiensi operasional, dan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Inovasi ini mencakup adopsi teknologi terbaru, analisis data dan AI, pemasaran digital, serta perlindungan data pelanggan. Dengan strategi ini, organisasi dapat mempercepat pertumbuhan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Strategi Inovasi Produk diarahkan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan memberikan nilai tambah. Hal ini melibatkan pengembangan produk baru, kolaborasi dengan pelanggan dan mitra bisnis, serta perhatian terhadap tren pasar seperti produk ramah lingkungan dan berbasis kesehatan.

C. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi inovasi.

Keberhasilan strategi inovasi dalam organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup aspek sumber daya manusia, teknologi, dan produk. Berdasarkan studi literasi yang diberikan, faktor-faktor utama yang menentukan efektivitas strategi inovasi adalah sebagai berikut:

1. Faktor Keberhasilan Strategi Inovasi SDM

a. Perencanaan tenaga kerja yang tepat.

Organisasi harus mampu memprediksi kebutuhan tenaga kerja di masa depan dan menggunakan teknologi dalam proses rekrutmen serta seleksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

b. Pengembangan keterampilan karyawan.

Pelatihan berbasis teknologi digital seperti e-learning dan AI sangat penting untuk meningkatkan keterampilan karyawan agar dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar.

c. Sistem manajemen kinerja yang adaptif.

Keberhasilan inovasi SDM bergantung pada fleksibilitas sistem kinerja yang memungkinkan respons cepat terhadap perubahan serta mendukung efektivitas dan efisiensi kerja.

d. Pemberian kompensasi dan motivasi yang berkelanjutan.

Sistem kompensasi berbasis kinerja serta dukungan dari pimpinan dan sesama rekan kerja dapat meningkatkan motivasi, produktivitas, dan retensi karyawan.

2. Faktor Keberhasilan Strategi Inovasi Teknologi

a. Adopsi teknologi terbaru

Keberhasilan strategi inovasi teknologi sangat ditentukan oleh seberapa cepat dan efektif organisasi dalam mengadopsi teknologi baru, seperti e-commerce dan penjualan online.

b. Kemampuan organisasi dalam beradaptasi

Pemahaman yang mendalam terhadap perkembangan teknologi serta kemampuan untuk terus berinovasi akan mempercepat peningkatan produk, layanan, dan proses bisnis.

c. Pemanfaatan data dan AI

Analisis data yang mendalam dan penggunaan kecerdasan buatan membantu organisasi dalam memahami tren pasar, perilaku pelanggan, dan pengambilan keputusan yang lebih akurat.

d. Pemasaran digital dan pengalaman pelanggan

Strategi pemasaran kreatif dan personalisasi layanan pelanggan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif.

e. Kolaborasi lintas sektor

Kemitraan dengan UMKM, industri lain, serta pemanfaatan platform digital untuk berbagi sumber daya dan inovasi dapat meningkatkan daya saing organisasi.

f. Keamanan data pelanggan

Kepercayaan pelanggan bergantung pada seberapa baik organisasi melindungi data mereka, sehingga strategi keamanan siber menjadi faktor penting dalam keberhasilan inovasi teknologi.

3. Faktor Keberhasilan Strategi Inovasi Produk

a. Kreativitas dalam pengembangan produk

Kemampuan organisasi untuk menciptakan produk baru yang unik, menambah varian, dan meningkatkan kualitas akan menentukan keberhasilan inovasi produk.

b. Kolaborasi dengan pihak eksternal

Melibatkan pelanggan, perusahaan lain, UMKM, serta influencer dalam proses inovasi dapat meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran.

c. Menyesuaikan tren pasar

Produk yang inovatif harus memperhatikan tren pasar seperti produk ramah lingkungan dan kesehatan agar dapat menarik minat konsumen.

d. Dukungan kebijakan dan akses ke sumber daya

Kebijakan internal yang mendukung inovasi, akses ke sumber daya teknologi, serta dukungan pemasaran digital menjadi faktor utama dalam keberhasilan strategi inovasi produk.

Keberhasilan strategi inovasi tidak hanya bergantung pada implementasi strategi itu sendiri, tetapi juga pada kesiapan organisasi dalam mengelola SDM, teknologi, dan pengembangan produk secara efektif. Faktor seperti perencanaan tenaga kerja, adopsi teknologi, pemanfaatan data, kolaborasi eksternal, serta kesesuaian dengan tren pasar menjadi kunci utama dalam memastikan inovasi dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi.

D. Strategi inovasi yang paling efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi

Berdasarkan hasil studi literasi ditemukan strategi inovasi yang paling efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi yaitu :

1. Membangun Budaya Inovasi

Membangun budaya inovasi adalah strategi inovasi yang paling efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi karena menciptakan lingkungan yang adaptif, kolaboratif, dan kreatif. Dengan adanya budaya inovasi, organisasi tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing, tetapi juga mampu menciptakan solusi yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, organisasi harus fokus dalam membangun kepemimpinan yang inovatif, mengembangkan SDM yang kompeten, serta mengintegrasikan teknologi untuk mendukung inovasi secara berkelanjutan.

2. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Dengan memberikan pelatihan yang tepat dan berkelanjutan, organisasi dapat meningkatkan kompetensi karyawan, mendorong kreativitas, serta memastikan bahwa tenaga kerja selalu siap menghadapi perubahan industri. Selain itu, program pengembangan yang baik juga meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keberlanjutan bisnis.

3. Menyederhanakan Proses Birokrasi

Penyederhanaan proses birokrasi akan mengurangi hambatan administratif, organisasi dapat lebih efisien, cepat dalam mengambil keputusan, meningkatkan produktivitas karyawan, serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Digitalisasi, desentralisasi

keputusan, dan penyusunan struktur organisasi yang lebih fleksibel menjadi kunci utama dalam keberhasilan strategi ini.

4. Fokus pada Pelanggan

Fokus pada pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan terbaik, organisasi dapat meningkatkan loyalitas, mempercepat inovasi produk, serta memperkuat daya saing di pasar. Teknologi digital, personalisasi layanan, komunikasi yang baik, serta keterlibatan pelanggan dalam inovasi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan strategi ini.

5. Kemitraan Eksternal

Dengan bekerja sama dengan berbagai pihak, organisasi dapat mempercepat inovasi, meningkatkan daya saing, mengurangi risiko bisnis, serta memperluas pasar dan jaringan bisnis. Kolaborasi dengan pelanggan, perusahaan lain, UMKM, institusi pendidikan, pemerintah, serta pemangku kepentingan lainnya akan menciptakan sinergi yang kuat untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

6. Manajemen Risiko yang Proaktif

Penerapan pendekatan yang sistematis dan berbasis teknologi, organisasi dapat mencegah gangguan operasional, meningkatkan efisiensi, mengurangi kerugian finansial, dan membangun kepercayaan stakeholder. Selain itu, strategi ini juga mendorong inovasi dan adaptasi teknologi yang lebih baik, sehingga organisasi dapat terus berkembang di tengah ketidakpastian bisnis.

7. Komunikasi yang Efektif

Komunikasi yang baik dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat pengambilan keputusan, mendorong inovasi, serta menciptakan budaya kerja yang sehat dan transparan. Selain itu, komunikasi yang jelas juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan stakeholder lainnya, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing organisasi.

E. Kesenjangan Penelitian (*Research Gaps*)

Berdasarkan sintesis literatur, terdapat beberapa kesenjangan yang dapat dijadikan peluang untuk penelitian lebih lanjut:

1. Kurangnya Studi Longitudinal

Banyak penelitian hanya melihat dampak inovasi dalam jangka pendek, sementara pengaruh inovasi terhadap kinerja jangka panjang belum banyak dikaji.

2. Industri Spesifik

Masih sedikit penelitian yang secara spesifik membahas hubungan inovasi dan kinerja pada sektor-sektor tertentu seperti manufaktur, teknologi, dan layanan publik.

3. Inovasi Berkelanjutan

Perlu lebih banyak penelitian mengenai bagaimana inovasi yang berkelanjutan dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan dampaknya terhadap lingkungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa strategi inovasi memiliki peran krusial dalam meningkatkan kinerja organisasi. Terdapat tiga strategi utama yang telah diimplementasikan oleh organisasi untuk mencapai tujuan ini:

1. Strategi Inovasi SDM

- a. Fokus pada pengelolaan karyawan dengan pendekatan inovatif melalui rekrutmen berbasis teknologi, pelatihan digital, sistem manajemen kinerja adaptif, dan kompensasi berbasis kinerja.
- b. Penerapan strategi ini berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi kerja, serta kepuasan dan retensi karyawan.

2. Strategi Inovasi Teknologi

- a. Melibatkan adopsi teknologi terbaru, analisis data dan AI, pemasaran digital, serta pengelolaan data pelanggan.
- b. Strategi ini membantu organisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, serta memperluas jangkauan pasar.

3. Strategi Inovasi Produk

- a. Berfokus pada pengembangan produk baru, kolaborasi dengan pelanggan dan mitra bisnis, serta penyesuaian dengan tren pasar.
- b. Strategi ini memungkinkan organisasi menciptakan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar.

Keberhasilan strategi inovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perencanaan tenaga kerja yang tepat, adopsi teknologi yang cepat, kolaborasi dengan pihak eksternal, dan keberpihakan pada tren pasar. Dengan penerapan inovasi yang efektif, organisasi dapat meningkatkan daya saing, profitabilitas, serta mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Syafi, et al. 2023. Strategi Inovatif Manajemen dan Bisnis di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini terhadap Keberlanjutan dan Kinerja Organisasi. Jurnal Visionida Vol 9 No 2. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs/article/view/11069>. (Diakses 07 Januari 2025).
- Amanda A. et al, 2023. Strategi Inovasi Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM. Jurnal Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Vol 2 No 2. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/908>. (Diakses 07 Januari 2025).
- Anang Helmi, et al 2023. Tinjauan Strategi Terkini Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia: Inovasi Dan Tantangan Diera Digital. Jurnal Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Vol 1 No. 5. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/646>. (Diakses 07 Januari 2025).
- Anna Triwijayati, et al, 2023. Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science Vol 2 No 3. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jbmws/article/view/564> (Diakses 07 Januari 2025)
- Bangkit N & Evi S. 2024. Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung. Jurnal Tadbir Peradaban Vol 4 No. 2. <https://www.journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/tadbir/article/view/505>. (Diakses 07 Januari 2025)
- Hasibuan, M. (2019). Metodologi Penelitian dalam Bidang Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasibuan, M. S. P. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.

Kartono, K. (2015). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju.

Meddy N. & Agus Y. (2021). Strategi Inovasi dan Rencana Implementasi Untuk Mendorong SDM Unggul di Masa Pandemi. *Jurnal Indonesia Sisial Sains* Vol 2 No. 1. <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/148>. (Diakses 07 Januari 2025).

Muhamad Z, & M. Opan. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration* Vol 5 No. 1. <https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/1023>. (Diakses 07 Januari 2025).

Rahayu M & Didit D, (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. *Jurnal Global Leadership Organizational Research in Managemen* Vol 2 No. 4. <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/GLORY/article/view/925>. (Diakses 07 Januari 2025)

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Pearson.

Schilling, M. A. (2020). *Strategic Management of Technological Innovation* (6th ed.). McGraw-Hill Education.

Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taryono et al, (2024). Strategi Inovasi dalam Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis* Vol 3 No 1. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/article/view/1278> (Diakses 07 Januari 2025)

Theysa S, et al (2024). Manajemen Strategi Inovasi Produk dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM: Observasi pada Usaha “3S Teh Cem”. *Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration* Vol 2 No. 4. <https://edujavare.com/index.php/TLS/article/view/395>. (Diakses 07 Januari 2025).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta: Andi Offset.

Zed, M. (2008). *Literatur Ilmu Pengetahuan: Panduan Praktis untuk Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.