



MANAJEMEN INOVASI PERUSAHAAN INDUSTRI SEBAGAI KUNCI KEBERHASILAN DI BIDANG TEKNOLOGI

Muhammad Assyazilli¹, Putri Anggara Kasih², Abdurrozzaq Hasibuan³
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sumatera Utara
mhdazil36542@gmail.com¹, putrianggarakasih12@gmail.com², rozzaq@uisu.ac.id³

Abstrak

Perkembangan teknologi yang cepat menuntut perusahaan industri teknologi untuk mengelola inovasi secara sistematis dan strategis agar dapat mempertahankan daya saing di pasar global. Studi ini mengkaji peran manajemen inovasi sebagai kunci keberhasilan perusahaan industri, khususnya di bidang teknologi, melalui pendekatan literature review dari berbagai sumber jurnal nasional dan laporan resmi pemerintah dalam lima tahun terakhir. Hasil kajian menegaskan bahwa integrasi inovasi produk dan proses, kemampuan absorptive capacity, kolaborasi lintas sektor, serta dukungan kebijakan pemerintah merupakan faktor utama yang mempengaruhi efektivitas implementasi manajemen inovasi. Pengelolaan inovasi yang adaptif dan terintegrasi dapat menjembatani kesenjangan antara target strategis dan capaian nyata perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas manajemen inovasi harus menjadi prioritas untuk mendukung pertumbuhan industri teknologi di Indonesia.

Kata Kunci: Manajemen Inovasi, Industri Teknologi, Daya Saing, *Absorptive Capacity*

Abstract

The rapid development of technology demands that technology industry companies manage innovation systematically and strategically to maintain competitiveness in the global market. This study examines the role of innovation management as a key to the success of industrial companies, especially in the technology sector, through a literature review of various national journal sources and official government reports in the last five years. The findings emphasize that integration of product and process innovation, absorptive capacity, cross-sector collaboration, and government policy support are the main factors influencing effective innovation management implementation. Adaptive and integrated innovation management can bridge the gap between strategic targets and actual company achievements. Therefore, enhancing innovation management capacity must be a priority to support sustainable growth of the technology industry in Indonesia.

Keywords: Innovation Management, Technology Industry, Competitiveness

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental pada berbagai sektor industri, khususnya industri teknologi. Perusahaan di bidang ini dituntut untuk mampu beradaptasi dan berinovasi secara cepat agar mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat di tingkat global.



Namun, kenyataan yang dihadapi oleh banyak perusahaan industri menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara capaian nyata dan target strategis yang diharapkan. Meskipun berbagai upaya telah dilakukan, banyak organisasi belum berhasil mengoptimalkan potensi inovasi sebagai sumber daya utama dalam meningkatkan daya saing mereka. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kondisi yang ada saat ini dan aspirasi yang harus dicapai agar mampu berperan efektif dalam pasar teknologi yang dinamis.

Ketidaksesuaian tersebut dapat dipahami sebagai jarak antara realitas operasional perusahaan dengan tuntutan dan ekspektasi yang melekat pada lingkungan eksternal. Secara operasional, beberapa perusahaan masih mengandalkan proses lama dan model bisnis konvensional yang tidak mampu memenuhi kebutuhan inovasi yang semakin kompleks. Secara strategis, terdapat harapan bahwa perusahaan tidak hanya mampu mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga dapat menjadi pelopor inovasi yang berorientasi pada penciptaan nilai tambah dan keberlanjutan bisnis. Hal ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, yang menegaskan perlunya penyesuaian strategi manajemen inovasi agar perusahaan mampu menjawab tantangan teknologi dan pasar global secara lebih efektif (Endang Swastuti, 2020)

Manajemen inovasi menjadi aspek yang sangat krusial dalam konteks ini. Ia mencakup seluruh proses pengelolaan ide, pengembangan produk dan proses baru, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Dari perspektif manajemen, inovasi tidak dapat dianggap sebagai aktivitas insidental atau sekedar pelengkap, melainkan harus diintegrasikan ke dalam kerangka strategis dan operasional perusahaan. Dalam industri teknologi, inovasi produk dan proses harus dikembangkan secara simultan dan selaras dengan kebutuhan pasar serta kemampuan internal perusahaan. Penelitian oleh (Swastuti, 2020) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan manajemen inovasi secara sistematis dan terukur menunjukkan peningkatan produktivitas dan performa keuangan yang signifikan dibandingkan dengan yang tidak menerapkannya.

Pada aspek produk, inovasi berfokus pada pengembangan barang dan jasa baru yang memberikan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi kualitas, fitur, dan nilai tambah. Sedangkan pada aspek proses, inovasi bertujuan untuk memperbaiki metode produksi, mempercepat siklus kerja, dan menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas. Keduanya merupakan elemen yang saling melengkapi dan harus dijalankan secara harmonis. Ketidakeimbangan pengelolaan inovasi pada salah satu dimensi ini dapat menimbulkan hambatan serius dalam pencapaian target bisnis dan daya saing industri.

Kemampuan perusahaan dalam mengadopsi dan mengadaptasi pengetahuan serta teknologi baru yang bersumber dari lingkungan eksternal juga menjadi faktor penting. Kapasitas absorptif (*absorptive capacity*) merupakan indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai potensial dari inovasi eksternal, mengasimilasi, dan mengintegrasikannya ke dalam proses inovasi internal. Sebagaimana diuraikan dalam studi oleh (W & le, 2023) perusahaan dengan kapasitas penyerapan yang baik memiliki peluang lebih besar untuk menghasilkan inovasi yang relevan dan bernilai strategis. Namun demikian, banyak perusahaan masih menghadapi kendala dalam meningkatkan kapasitas ini, yang pada akhirnya menghambat realisasi inovasi yang diharapkan.

Di sisi lain, tekanan pasar dan regulasi nasional menuntut perusahaan industri untuk selalu meningkatkan standar kualitas dan efisiensi. Pemerintah Indonesia, melalui berbagai kebijakan dan program, mendorong pengembangan industri teknologi dengan fokus pada peningkatan kemampuan inovasi dan daya saing. Namun, data menunjukkan bahwa pencapaian target inovasi nasional, khususnya pada sektor strategis seperti manufaktur pertahanan, masih berada di bawah level yang diharapkan untuk mendukung kesiapan operasional nasional. Kesenjangan antara capaian aktual dan target yang diharapkan ini menunjukkan perlunya revisi dan penguatan strategi manajemen inovasi yang lebih adaptif dan proaktif.

Perusahaan harus mengoptimalkan proses inovasi melalui struktur organisasi yang mendukung, mekanisme monitoring dan evaluasi yang jelas, serta kolaborasi dengan berbagai



pemangku kepentingan seperti lembaga riset, perguruan tinggi, dan mitra industri. Strategi investasi dalam riset dan pengembangan juga harus diarahkan secara tepat sasaran agar mampu menghasilkan inovasi yang berdampak signifikan terhadap daya saing dan pertumbuhan perusahaan. Studi oleh (Sadiyah & Candra, 2020) menegaskan bahwa alokasi sumber daya yang efektif dan strategi pengelolaan inovasi yang terintegrasi menjadi faktor penentu keberhasilan inovasi pada perusahaan industri teknologi.

Dengan demikian, manajemen inovasi merupakan kunci bagi perusahaan industri untuk menjembatani kesenjangan antara kondisi yang ada dengan tuntutan lingkungan yang semakin kompleks dan kompetitif. Dengan mengelola inovasi secara strategis dan adaptif, perusahaan dapat memperkuat posisi di pasar teknologi dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena itu, upaya peningkatan kapasitas manajemen inovasi tidak dapat ditunda lagi dan harus menjadi prioritas utama dalam pengembangan industri teknologi di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode literature review sebagai pendekatan utama untuk mengkaji konsep dan implementasi manajemen inovasi dalam perusahaan industri, khususnya di bidang teknologi. Literatur yang dikaji meliputi artikel ilmiah, laporan pemerintah, dan sumber akademik relevan lainnya yang dipublikasikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Proses pencarian dan seleksi literatur dilakukan melalui database jurnal nasional dan internasional seperti Garuda, SINTA, dan Google Scholar dengan menggunakan kata kunci terkait seperti “manajemen inovasi”, “industri teknologi”, dan “daya saing perusahaan”. Literatur yang terpilih kemudian dianalisis secara kritis untuk menggali aspek-aspek penting mengenai pengelolaan inovasi, tantangan, serta dampaknya terhadap keberhasilan perusahaan.

Selanjutnya, studi pustaka yang diperoleh disintesis dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tren perkembangan manajemen inovasi di sektor industri teknologi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membandingkan dan mengintegrasikan berbagai temuan dari studi empiris maupun konseptual yang ada. Dengan demikian, metode ini tidak hanya memberikan gambaran komprehensif terkait kondisi nyata praktik inovasi perusahaan, tetapi juga memperlihatkan ekspektasi dan rekomendasi strategis yang disarankan dalam literatur. Hasil dari analisis literature review ini kemudian menjadi dasar bagi pembahasan mengenai peran manajemen inovasi sebagai faktor kunci keberhasilan dalam menghadapi dinamika teknologi yang cepat berubah.

PEMBAHASAN

Manajemen inovasi dalam perusahaan industri, khususnya di sektor teknologi, merupakan aspek krusial yang sangat menentukan keberhasilan dan daya saing perusahaan di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia dan juga dinamika organisasi bisnis. Perusahaan industri teknologi dituntut untuk terus beradaptasi dengan berbagai perubahan yang terjadi secara cepat dan tidak terduga, baik dari sisi pasar, teknologi, maupun regulasi eksternal. Oleh karena itu, inovasi menjadi suatu keniscayaan yang harus dikelola secara strategis agar perusahaan mampu mempertahankan relevansi dan memimpin di pasar.

Manajemen inovasi merupakan proses holistik yang melibatkan pengelolaan ide, pengembangan produk dan proses baru, serta penerapan teknologi yang dapat menambah nilai bagi perusahaan dan pelanggan. Secara konseptual, manajemen inovasi tidak dapat dipandang sebagai aktivitas yang terpisah dari operasional dan strategi perusahaan, melainkan harus dilekatkan secara sistematis ke dalam kerangka kerja organisasi sehari-hari. Hal ini penting agar inovasi dapat dijadikan sebagai kekuatan utama dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing usaha. (Hutagalung et al., 2021) dalam studinya menyatakan bahwa



penerapan manajemen inovasi secara sistematis dan terukur terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan dan operasional perusahaan, khususnya di bidang industri teknologi.

Namun demikian, di lapangan masih banyak ditemukan perusahaan yang mengalami kesenjangan besar antara target strategis yang diharapkan dengan capaian nyata dalam mengelola inovasi. Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2022) menegaskan bahwa masih terdapat berbagai kendala dalam optimalisasi manajemen inovasi, di antaranya adalah struktur organisasi yang kurang mendukung, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, serta lemahnya mekanisme monitoring dan evaluasi inovasi. Situasi ini mengindikasikan perlunya pendekatan manajemen inovasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap kompleksitas pasar dan teknologi saat ini. Ketidaksesuaian antara ekspektasi strategis dan kenyataan operasional tersebut dapat diartikan sebagai jarak antara kondisi internal perusahaan dan kebutuhan eksternal yang berkembang cepat.

Dari sisi produk dan proses, inovasi harus dikembangkan secara simultan agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi produk mencakup pengembangan barang dan jasa baru atau peningkatan fitur sehingga memberikan nilai tambah yang unik kepada konsumen. Sebaliknya, inovasi proses berfokus pada efisiensi produksi, pengurangan biaya, percepatan siklus produksi, dan peningkatan kualitas hasil kerja. Jika kedua aspek ini tidak dikelola dengan seimbang, perusahaan dapat mengalami hambatan serius dalam pencapaian target bisnis dan daya saingnya. (Agung & Hendra, 2023) menambahkan bahwa integrasi inovasi produk dan proses ini sangat bermanfaat untuk menciptakan sinergi yang mendukung pertumbuhan perusahaan jangka panjang. Perusahaan yang mampu mengharmonisasikan kedua dimensi inovasi ini akan lebih siap menghadapi perubahan pasar yang dinamis dan menuntut solusi inovatif yang cepat dan tepat.

Selain itu, faktor penting berikutnya adalah kapasitas penyerapan atau absorptive capacity, yaitu kemampuan perusahaan untuk mengenali, mengasimilasi, dan mengaplikasikan pengetahuan serta teknologi eksternal ke dalam proses inovasinya sendiri. Kapasitas ini seringkali menjadi pembeda antara perusahaan yang mampu berinovasi secara efektif dan perusahaan yang stagnan. Peningkatan kapasitas absorptif memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya eksternal, seperti riset ilmiah, teknologi baru, dan tren pasar internasional, sehingga inovasi yang dihasilkan relevan dan mampu memberikan nilai strategis. Dalam lingkungan industri teknologi yang cepat berubah, perusahaan yang mengabaikan aspek ini berpotensi tertinggal dan kehilangan kesempatan bisnis yang bernilai. Studi oleh (Hutagalung et al., 2021) memperkuat temuan bahwa perusahaan dengan kapasitas absorptif tinggi akan mampu mendongkrak keunggulan kompetitif melalui inovasi berkelanjutan.

Dukungan dari pemerintah, terutama melalui regulasi dan kebijakan pengembangan industri teknologi, juga terus diperkuat guna mendorong akselerasi inovasi di sektor strategis. Program pemerintah Indonesia yang berfokus pada peningkatan daya saing perusahaan teknologi menunjukkan adanya dorongan kuat untuk pengembangan manajemen inovasi yang terstruktur dan berkelanjutan. Namun demikian, masih terdapat celah besar dalam pencapaian target inovasi nasional. Menurut laporan Kementerian Perindustrian (2022), pencapaian inovasi di sektor manufaktur pertahanan, misalnya, masih belum memenuhi standar yang diharapkan untuk mendukung kesiapan operasional nasional. Fenomena ini menunjukkan pentingnya revisi dan penguatan kebijakan yang dapat merangsang perusahaan industri untuk lebih proaktif dan kreatif dalam mengelola inovasi mereka.

Dalam pelaksanaannya, perusahaan perlu membangun struktur organisasi yang mendukung proses inovasi secara efektif. Organisasi yang bersifat fleksibel dan terbuka terhadap perubahan memungkinkan ide-ide baru berkembang dan implementasi inovasi berjalan lebih lancar. Monitoring yang ketat dan evaluasi yang kontinu diperlukan untuk menjamin inovasi dikembangkan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan. Dengan demikian, pengelolaan risiko dan kendala yang muncul selama proses inovasi dapat diminimalkan. (Suhairi et al., 2023) menggarisbawahi pentingnya alokasi sumber daya secara efektif, termasuk



investasi pada riset dan pengembangan, serta penguatan kemampuan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi inovasi. Dari hasil penelitian mereka, terungkap bahwa pengelolaan manajemen inovasi yang terintegrasi mampu meningkatkan probabilitas sukses inovasi dan membuka peluang pertumbuhan bisnis yang signifikan.

Lebih jauh lagi, kolaborasi menjadi aspek penunjang yang tidak bisa diabaikan dalam manajemen inovasi. Menggandeng berbagai pemangku kepentingan seperti akademisi, institusi riset, mitra bisnis, hingga pelanggan memungkinkan pertukaran pengetahuan, teknologi, dan sumber daya yang lebih optimal. Kolaborasi ini memperkaya proses inovasi dan memungkinkan perusahaan menyerap ide serta teknologi baru dengan lebih cepat dan tepat sasaran. Sebuah ekosistem inovasi yang kuat akan menjadi landasan bagi keberlanjutan inovasi perusahaan. Sebagai contoh, sinergi antara universitas dan industri teknologi di Indonesia yang difasilitasi oleh program pemerintah dapat mempercepat transfer teknologi dan memperkuat daya saing produk lokal di pasar global.

Tingkat persaingan di bidang teknologi sangat ketat dan melibatkan pelaku usaha dari berbagai negara maju maupun berkembang. Oleh karena itu, perusahaan Indonesia harus mampu memposisikan diri tidak hanya sebagai pengikut teknologi tetapi juga sebagai pelopor inovasi. Perusahaan yang mampu menciptakan inovasi berkelanjutan akan memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pesaing yang bersifat reaksioner. Manajemen inovasi yang responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis, baik dari sisi teknologi maupun kebutuhan konsumen, menjadi modal utama bagi perusahaan dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan reputasi di industri.

Selain menghadapi tantangan internal, inovasi juga dipengaruhi oleh dinamika eksternal seperti perubahan regulasi, perilaku konsumen, tren teknologi global, dan kondisi ekonomi makro. Manajemen inovasi yang adaptif akan mampu membaca sinyal pasar dan mengambil keputusan strategis secara cepat dan tepat. Ini termasuk menentukan kapan harus melakukan inovasi radikal yang mendobrak pasar, maupun inovasi inkremental yang meningkatkan nilai produk secara bertahap. Pendekatan ini akan membuat perusahaan lebih resilient menghadapi guncangan pasar dan memperkuat posisi mereka dalam rantai nilai industri teknologi.

Dari sisi kebijakan publik, pengembangan kapasitas inovasi perusahaan industri teknologi sebaiknya mendapatkan dukungan melalui insentif fiskal, fasilitasi riset, dan pembentukan kluster industri. Program-program semacam ini dapat mendorong perusahaan untuk berinvestasi lebih besar dalam pembangunan sumber daya manusia, fasilitas riset, dan teknologi baru. (Edison & Andriansyah, 2023) menegaskan perlunya peningkatan kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta untuk menciptakan lingkungan inovasi yang kondusif dan berkelanjutan.

Dalam kerangka kerja manajemen inovasi, pengukuran kinerja inovasi juga tidak kalah penting. Dengan adanya indikator dan metrik yang jelas, perusahaan dapat memonitor efektivitas proses inovasi dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Hal ini meliputi pengukuran tingkat keberhasilan produk baru, waktu yang dibutuhkan dari ide hingga komersialisasi, serta dampak inovasi terhadap pendapatan dan pangsa pasar. Pengukuran yang baik juga memberikan feedback yang berguna untuk penyusunan strategi inovasi masa depan.

Secara keseluruhan, manajemen inovasi merupakan fondasi utama bagi perusahaan industri teknologi untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompleks dan dinamis. Melalui penerapan strategi inovasi yang terintegrasi, adaptif, dan kolaboratif, perusahaan dapat mengurangi jarak antara kondisi riil dan harapan strategis, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan manajemen inovasi, baik pada aspek teknologi, organisasi, maupun sumber daya manusia, harus menjadi prioritas utama dalam agenda perusahaan dan kebijakan nasional.

perusahaan industri teknologi di Indonesia harus mengakui bahwa inovasi bukan sekedar pilihan, melainkan keharusan yang harus dikelola secara menyeluruh dan berkelanjutan. Manajemen inovasi yang efektif berperan sebagai kunci sukses dalam menghadapi tantangan teknologi dan persaingan pasar global. Dengan strategi inovasi yang tepat, perusahaan tidak



hanya akan meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis, tetapi juga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi nasional yang berbasis teknologi dan inovasi. Pengembangan kapasitas inovasi melalui peningkatan absorptive capacity, kolaborasi lintas sektor, dan dukungan kebijakan yang mendukung, akan menjadi pilar utama pencapaian tujuan tersebut.

KESIMPULAN

Manajemen inovasi merupakan elemen fundamental yang menentukan keberhasilan perusahaan industri teknologi dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan teknologi yang cepat. Penerapan inovasi secara simultan pada aspek produk dan proses serta peningkatan kapasitas absorptif perusahaan terhadap pengetahuan serta teknologi baru sangat berpengaruh terhadap daya saing dan kinerja perusahaan. Selain itu, kolaborasi aktif dengan berbagai pemangku kepentingan dan dukungan kebijakan pemerintah menjadi faktor pendukung penting dalam memperkuat ekosistem inovasi perusahaan. Dengan pengelolaan inovasi yang terstruktur, adaptif, dan kolaboratif, perusahaan mampu menjawab tantangan global dan memperkuat posisinya di industri teknologi nasional maupun internasional.

Oleh karena itu, peningkatan kapasitas manajemen inovasi harus menjadi prioritas utama dalam pengembangan industri teknologi di Indonesia. Perusahaan perlu mengintegrasikan strategi inovasi ke dalam kerangka operasional dan budaya organisasi untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah dan sektor swasta harus terus memperkuat sinergi dalam membangun lingkungan inovasi yang kondusif agar industri teknologi dapat berkembang pesat dan berdaya saing tinggi di era digital yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., & Hendra, H. (2023). Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13306>
- Edison, E., & Andriansyah, M. (2023). Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Sosial: Tinjauan Terhadap Kebijakan Pembangunan di Indonesia. *Journal Development*, 11(2). <https://doi.org/10.53978/jd.v11i2.323>
- Endang Swastuti. (2020). Manajemen Inovasi Strategis Dan Adopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global*, Vol. 15(No 1 Juni 2020).
- Hutagalung, D., Novitasari, D., Silitonga, N., Asbari, M., & Supiana, N. (2021). Membangun Inovasi Organisasi: Antara Kepemimpinan Transformasional dan Proses Manajemen Pengetahuan. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6). <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1522>
- Sadiyah, H., & Candra, I. D. (2020). MANAGING SOCIAL INNOVATION IN CROWDFUNDING DIGITAL PLATFORM. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 1(1). <https://doi.org/10.20473/ajim.v1i1.19412>
- Suhairi, S., Ritonga, A. I., Pohan, R. A. R., & Siregar, A. R. (2023). Analisis Pentingnya Strategi dan Program Pemasaran Global di Era 5.0. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13318>
- Swastuti. (2020). Manajemen Inovasi Strategis Dan Adopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global*, Vol. 15(No 1 Juni 2020).
- W, Z., & Ie, M. (2023). PERAN ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPREDIKSI KINERJA DENGAN DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/jmie.v7i1.23228>