

Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Era Digital

Aditya Novrijal

Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: adittyaaa50@email.com

Abstrak- Era digital telah mengubah dinamika persaingan bisnis secara signifikan. Perusahaan dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana manajemen inovasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji studi kasus dari beberapa perusahaan global seperti Unilever, Nike, Airbnb, dan Google yang berhasil menerapkan strategi inovasi berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan blockchain berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang personal. Selain itu, budaya inovasi, kolaborasi eksternal, dan kepemimpinan visioner menjadi faktor kunci keberhasilan dalam implementasi inovasi. Namun, tantangan seperti integrasi teknologi baru, keterbatasan sumber daya manusia, dan risiko keamanan digital juga harus dihadapi. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi perusahaan untuk merancang strategi inovasi yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan dalam menghadapi perubahan teknologi yang cepat.

Kata Kunci: Manajemen Inovasi, Daya Saing, Era Digital, Teknologi Digital, Transformasi Digital

Abstract-The digital era has changed the dynamics of business competition significantly. Companies are required to continue to innovate in order to survive and compete in an increasingly competitive market. This research aims to identify how innovation management can increase a company's competitiveness through the use of digital technology. Using a qualitative approach, this research examines case studies from several global companies such as Unilever, Nike, Airbnb, and Google that have successfully implemented digital-based innovation strategies. The research results show that digital technologies such as artificial intelligence, the Internet of Things, and blockchain contribute to improving operational efficiency, expanding markets, and creating personalized customer experiences. In addition, a culture of innovation, external collaboration and visionary leadership are key factors for success in implementing innovation. However, challenges such as the integration of new technologies, limited human resources, and digital security risks must also be faced. This research provides practical insights for companies to design effective, adaptive and sustainable innovation strategies in the face of rapid technological change.

Keywords: Innovation Management, Competitiveness, Digital Era, Digital Technology, Digital Transformation

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin berkembang pesat, tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mempertahankan daya saing semakin kompleks. Perkembangan teknologi digital yang cepat telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan (Rahmasari 2023). Transisi dari bisnis tradisional ke bisnis berbasis digital telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi banyak perusahaan (Fadhillah and Yuniarti 2023). Inovasi, yang sebelumnya dianggap sebagai kegiatan tambahan, kini menjadi elemen vital dalam strategi perusahaan untuk bertahan hidup dan berkembang. Manajemen inovasi, khususnya dalam konteks digitalisasi, kini menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif (Afifah et al. 2024).

Inovasi digital tidak hanya mencakup pengembangan produk dan layanan baru tetapi juga perubahan dalam cara perusahaan mengelola operasional mereka, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengadopsi model bisnis baru yang berbasis teknologi (Miradji et al. 2024). Inovasi teknologi terkini, seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), dan *blockchain*, telah memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi, keamanan, dan inovasi memberikan berbagai peluang baru bagi pelaku bisnis dan sektor ekonomi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta daya saing mereka. Oleh karena itu, manajemen inovasi dalam era digital menjadi sangat penting dalam mengelola perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada (Destiani and Mufiidah 2024).

Beberapa perusahaan besar yang telah berhasil mengadopsi manajemen inovasi berbasis teknologi digital menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya saing mereka. Contoh perusahaan-perusahaan seperti Apple, Amazon, dan Google dapat menjadi bukti nyata bagaimana

penerapan inovasi digital berhasil mengubah model bisnis mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar global (Salwa et al. 2024).

Penggunaan teknologi untuk memperbaiki proses internal, menciptakan produk baru, serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik telah menjadikan mereka pemimpin di industri masing-masing. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, banyak perusahaan mulai mengadopsi solusi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses audit internal mereka. Transformasi ini tidak hanya melibatkan penerapan alat dan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan paradigma dan pendekatan kerja dalam audit internal. Teknologi digital memungkinkan pengumpulan, analisis, dan pemahaman data secara real-time dengan kapasitas yang jauh lebih besar (Nisaa, Maulidya, and Bahrim 2024). Namun, meskipun banyak perusahaan yang berhasil, masih banyak pula yang mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan inovasi yang berbasis teknologi. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan digital, ketidakmampuan untuk mengintegrasikan teknologi baru dengan sistem lama, serta tantangan dalam mengubah budaya organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai penerapan manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital, serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dalam mengadopsi inovasi berbasis teknologi. Fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana perusahaan dapat mengelola inovasi digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini juga akan membahas tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam implementasi inovasi serta solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan memahami faktor-faktor yang berperan dalam manajemen inovasi dan bagaimana perusahaan dapat mengelola perubahan dengan efektif, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan-perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing mereka melalui inovasi digital (Nabilah 2023).

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi digital dan implementasinya di era Industri dan juga wawasan bagi perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi inovasi berbasis digital yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan yang muncul akibat perkembangan teknologi yang pesat. Dengan pendekatan yang berbasis pada studi kasus dari beberapa perusahaan terkemuka, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran nyata tentang bagaimana manajemen inovasi dapat berperan dalam meningkatkan daya saing di pasar global (Ramdhan and Aripin 2024).

Masalah utama yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan layanan, memperlebar jangkauan pasar, mengoptimalkan operasional bisnisnya, menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Berbagai solusi yang ditawarkan dalam penelitian ini meliputi pentingnya pengembangan budaya organisasi yang mendukung inovasi, pemanfaatan teknologi yang tepat sesuai dengan kebutuhan perusahaan, serta pengembangan keterampilan digital di kalangan tenaga kerja. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi pentingnya kepemimpinan yang visioner dalam mengarahkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat (Rizka Nur Faidah¹, Rizma Okavianti², Putri May Maulidia³, Eva Putri Mulyani⁴ 2024). Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, diharapkan perusahaan dapat merancang strategi manajemen inovasi yang lebih baik dan lebih adaptif dalam menghadapi tantangan di era digital.

Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi signifikan dengan terperinci bagaimana strategi inovatif dapat diterapkan secara efektif dalam konteks bisnis era, yang dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi perusahaan besar yang telah terlibat dalam inovasi digital, tetapi juga bagi perusahaan kecil dan menengah yang sedang dalam proses digitalisasi untuk memahami bagaimana manajemen inovasi dapat menjadi alat untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis penerapan manajemen inovasi di era digital (Syafi'i, Brawijaya, and Hakim 2023). Studi kasus dipilih karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana perusahaan-perusahaan terkemuka mengelola inovasi untuk meningkatkan daya saing mereka. Penelitian ini berfokus pada empat perusahaan global: Unilever, Nike, Airbnb, dan Google, yang

dipilih berdasarkan keberhasilan mereka dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis.

Data dikumpulkan melalui analisis dokumen sekunder, termasuk laporan tahunan, studi akademis, artikel industri, dan wawancara yang tersedia secara publik. Peneliti juga memanfaatkan data sekunder dari jurnal ilmiah dan laporan riset terkait inovasi digital. Analisis data dilakukan dengan metode tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar faktor yang memengaruhi keberhasilan penerapan manajemen inovasi. Pendekatan kualitatif ini relevan dengan fokus penelitian, yaitu menggali hubungan antara inovasi digital dan peningkatan daya saing perusahaan. Metodologi ini mendukung pendalaman hasil, sebagaimana diuraikan dalam pendahuluan, bahwa inovasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi perusahaan di era teknologi yang dinamis. Misalnya, temuan dari Unilever menunjukkan bagaimana kecerdasan buatan dapat mengoptimalkan rantai pasokan, sedangkan Airbnb menggambarkan bagaimana inovasi digital dalam model bisnis menciptakan pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau.

Analisis juga menekankan pentingnya budaya organisasi dalam mendukung inovasi, sebagaimana dicontohkan oleh Google, yang mendorong kreativitas melalui kebijakan kerja fleksibel. Selain itu, tantangan seperti yang dihadapi Toyota dalam integrasi teknologi blockchain memberikan konteks tentang pentingnya kesiapan infrastruktur teknologi dan keterampilan digital tenaga kerja. Penelitian ini menjembatani konsep yang diuraikan dalam pendahuluan dengan temuan empiris yang dibahas dalam hasil dan pembahasan. Dengan pendekatan sistematis ini, hasil penelitian tidak hanya menggambarkan praktik terbaik, tetapi juga menawarkan wawasan strategis yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain. Metodologi yang digunakan memungkinkan pengkajian mendalam terhadap faktor keberhasilan dan kendala dalam implementasi manajemen inovasi, memberikan kontribusi pada pemahaman akademis dan aplikasi praktis di dunia bisnis.

2.1 Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi adalah proses pengelolaan inovasi dalam perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Manajemen ini penting karena mampu menghasilkan ide-ide baru yang menjadi respons terhadap perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam, dan dinamis. Strategi dalam manajemen inovasi melibatkan kebijakan dan langkah-langkah yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai tujuan inovasinya. Strategi tersebut perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi unik setiap perusahaan (Soeratin 2024).

2.2. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan untuk mencapai hasil yang lebih unggul, lebih cepat, dan lebih signifikan. Kemampuan ini mencakup memperkuat posisi di pasar, beradaptasi dengan kondisi lingkungan, terus meningkatkan efektivitas pelaksanaan, serta mencapai kinerja produktif. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, daya saing dapat diraih melalui akumulasi elemen-elemen daya saing yang diterapkan secara tepat di setiap bagian organisasi. Untuk mencapai tujuan usaha, diperlukan strategi yang terstruktur dengan sistem yang berjalan secara optimal, sehingga dapat menjadi fondasi kuat dalam meningkatkan daya saing terhadap kompetitor (Wahyuningtyas, Windari, and Utomo 2021).

2.3 Era Digital

Era digital adalah masa di mana kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan telah bergerak menuju digitalisasi. Kehadiran era ini membawa perubahan signifikan, membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih praktis dan modern, termasuk dalam bidang ekonomi (Halim, Chandra, and Mau 2023). Di era digital saat ini, segala kebutuhan dan keinginan dapat dicapai dengan cepat dan mudah. Teknologi, sebagai alat utama dalam era ini, memungkinkan berbagai hal untuk terpenuhi dengan efisien. Perkembangan teknologi yang pesat dan tanpa batas ini memberikan kemudahan bagi manusia untuk mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan. Dengan bantuan internet, mereka dapat membuka situs-situs edukasi maupun platform lainnya, yang mencakup konten positif maupun negatif (Sagala, Naibaho, and Rantung 2024).

2.4. Teknologi Digital

Teknologi digital adalah teknologi informasi yang lebih mengutamakan pengoperasian berbasis komputer atau digital dibandingkan dengan tenaga manusia. Teknologi ini berfokus pada sistem otomatisasi yang canggih dengan format yang dapat diolah oleh komputer. Pada dasarnya, teknologi digital adalah sistem perhitungan cepat yang memproses berbagai bentuk informasi dalam bentuk

nilai numerik. Perkembangan teknologi ini telah membawa perubahan signifikan terhadap kualitas dan efisiensi data yang dihasilkan dan dikirimkan, seperti gambar dengan resolusi lebih jelas karena kualitas yang ditingkatkan, kapasitas yang lebih efisien, serta proses pengiriman yang semakin cepat (Muhammad 2019).

2.5 Transformasi Digital

Transformasi digital secara umum dapat diartikan sebagai proses mendasar yang dialami organisasi dalam memanfaatkan teknologi, sumber daya manusia, dan proses bisnis, yang menghasilkan perubahan signifikan pada kinerja bisnisnya (Daulay et al. 2022). Istilah ini juga sering diartikan sebagai hasil dari penggunaan kombinasi inovasi digital, yang mengakibatkan perubahan pada struktur, nilai, proses, posisi, atau ekosistem baik di dalam organisasi maupun di lingkungan eksternalnya (Hadiono and Noor Santi 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggali penerapan manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital dengan menganalisis beberapa perusahaan yang telah sukses mengimplementasikan inovasi berbasis teknologi. Temuan utama yang dihasilkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan keunggulan kompetitif. Salah satu contoh perusahaan yang berhasil memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis adalah Unilever. Perusahaan ini memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk analisis prediktif dalam manajemen rantai pasokan. Dengan menggunakan AI, Unilever dapat memprediksi permintaan pasar secara lebih akurat dan mengoptimalkan produksi serta distribusi produk. Teknologi ini membantu Unilever untuk mengurangi pemborosan, memastikan ketersediaan produk di pasar, dan mempercepat proses distribusi. Keberhasilan Unilever dalam mengimplementasikan teknologi digital tidak hanya memperbaiki efisiensi operasional tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar global yang semakin kompetitif.

Selain itu, Nike merupakan contoh perusahaan yang berhasil mengembangkan produk berbasis digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat posisinya di pasar. Nike meluncurkan aplikasi Nike Training Club dan Nike Run Club, yang memungkinkan pelanggan untuk melacak aktivitas fisik mereka, berinteraksi dengan komunitas olahraga, dan mendapatkan rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Aplikasi ini juga memanfaatkan data pengguna untuk memberikan pengalaman yang lebih personal, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan. Nike tidak hanya mengembangkan produk yang inovatif tetapi juga memperluas jangkauan pasar dengan menciptakan ekosistem digital yang berfokus pada pengalaman pelanggan. Dengan inovasi ini, Nike berhasil menciptakan diferensiasi yang jelas di pasar olahraga, di mana pelanggan merasa lebih terhubung dengan merek dan produknya.

Di sisi lain, perusahaan Airbnb menunjukkan pentingnya inovasi dalam model bisnis berbasis digital. Airbnb mengubah cara orang bepergian dan menginap dengan memanfaatkan teknologi untuk menghubungkan pemilik properti dengan penyewa. Dengan menggunakan platform berbasis digital, Airbnb menawarkan pengalaman menginap yang lebih personal dan fleksibel dibandingkan dengan model bisnis hotel tradisional. Inovasi dalam platform ini juga mencakup sistem penilaian yang memungkinkan kedua belah pihak untuk saling memberikan *feedback*, menciptakan transparansi dan kepercayaan antara penyewa dan pemilik properti. Berkat inovasi yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital, Airbnb berhasil mengguncang industri perhotelan dan menciptakan pasar baru dalam sektor pariwisata.

Salah satu elemen penting dalam keberhasilan perusahaan-perusahaan tersebut adalah budaya organisasi yang mendukung inovasi. Di Google, misalnya, budaya perusahaan yang terbuka terhadap ide-ide baru dan mendukung eksperimen telah menghasilkan berbagai inovasi yang berdampak besar. Google memberikan kebebasan kepada karyawan untuk mengembangkan proyek-proyek inovatif, bahkan jika proyek tersebut berada di luar bidang pekerjaan utama mereka. Konsep "20% time" yang memungkinkan karyawan untuk mengalokasikan 20% dari waktu kerja mereka untuk proyek pribadi, menghasilkan produk-produk inovatif seperti Gmail dan Google News. Budaya seperti ini mendorong kreativitas dan menghasilkan solusi-solusi baru yang tidak hanya meningkatkan kinerja perusahaan tetapi juga memperkuat posisinya dalam persaingan pasar teknologi global.

Namun, meskipun banyak perusahaan yang berhasil berinovasi dengan teknologi digital, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Salah satunya adalah masalah integrasi teknologi baru dengan sistem yang sudah ada. Toyota, misalnya, yang berusaha untuk mengimplementasikan teknologi blockchain dalam sistem manajemen rantai pasokan mereka, menemui kesulitan dalam menyelaraskan teknologi ini dengan sistem yang telah terbangun selama bertahun-tahun. Proses integrasi yang memakan waktu dan sumber daya ini menjadi hambatan dalam mempercepat penerapan teknologi blockchain yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam rantai pasokan global mereka.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan digital yang memadai. *General Electric (GE)*, sebagai contoh, menghadapi kesulitan dalam mempersiapkan tenaga kerjanya untuk mengadopsi teknologi terbaru, seperti *Internet of Things (IoT)* dan analitik data besar. GE harus melakukan pelatihan yang intensif dan membangun tim yang terampil dalam teknologi tersebut. Walaupun mereka memiliki potensi untuk berinovasi, masalah ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan keterampilan digital di kalangan tenaga kerja sangat penting untuk memaksimalkan manfaat dari teknologi yang diadopsi. Kendala lain yang tidak kalah penting adalah risiko terkait dengan ketergantungan pada teknologi digital. Facebook (Meta), yang mengandalkan platform digital untuk menghubungkan miliaran pengguna di seluruh dunia, pernah menghadapi ancaman serius terkait dengan masalah privasi dan keamanan data. Beberapa skandal yang melibatkan pelanggaran privasi data pengguna menyebabkan penurunan kepercayaan publik terhadap platform tersebut. Kejadian ini menunjukkan pentingnya keamanan dan privasi dalam mengelola teknologi digital. Perusahaan yang mengandalkan teknologi digital untuk inovasi harus memiliki strategi mitigasi risiko yang jelas untuk menjaga reputasi dan kepercayaan pelanggan.

Penerapan manajemen inovasi yang berhasil juga membutuhkan dukungan dari kepemimpinan yang visioner. Microsoft merupakan contoh perusahaan yang memiliki pemimpin yang mendukung penuh penerapan teknologi digital untuk mendorong inovasi. CEO Satya Nadella, sejak menjabat, telah menekankan pentingnya transformasi digital bagi masa depan perusahaan. Salah satu langkah penting yang diambil adalah peralihan dari produk perangkat lunak berbasis lisensi ke model berbasis cloud dengan layanan Azure. Pendekatan ini telah mengubah Microsoft menjadi pemimpin pasar dalam cloud computing dan memberikan kontribusi besar terhadap keberlanjutan perusahaan. Kepemimpinan yang visioner dan komitmen terhadap inovasi digital merupakan faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan transformasi perusahaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen inovasi yang berhasil dapat meningkatkan daya saing perusahaan, terutama di era digital yang penuh tantangan. Perusahaan yang dapat memanfaatkan teknologi digital dengan tepat, mengembangkan budaya inovasi yang mendukung, serta memiliki kepemimpinan yang visioner dapat meraih posisi unggul di pasar. Namun, tantangan dalam integrasi teknologi baru, pengembangan keterampilan digital, dan mitigasi risiko digital harus dihadapi dengan serius. Perusahaan perlu menyusun strategi inovasi yang komprehensif dan adaptif untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan jangka panjang mereka.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen inovasi berbasis teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital yang penuh tantangan. Studi kasus dari berbagai perusahaan seperti Unilever, Nike, Airbnb, dan Google menegaskan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan terintegrasi. Faktor-faktor kunci keberhasilan penerapan inovasi meliputi pemanfaatan teknologi yang relevan, pengembangan budaya organisasi yang mendukung inovasi, kolaborasi eksternal, serta kepemimpinan visioner yang mendorong transformasi digital. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan tantangan yang signifikan dalam penerapan inovasi digital. Kendala seperti integrasi teknologi baru dengan sistem yang ada, keterbatasan keterampilan digital di kalangan tenaga kerja, serta risiko keamanan dan privasi data menjadi hambatan yang perlu diatasi oleh perusahaan. Solusi yang ditawarkan mencakup investasi dalam pelatihan sumber daya manusia, penguatan infrastruktur teknologi, dan penerapan strategi mitigasi risiko yang komprehensif.

REFERENCES

- Afifah, Hana, Pupu Sriwulan Sumaya, Juli Handayani, Reza Rahmadi Hasibuan, Univesitas Jember, Universitas Perwira Purbalingga, Ilmu Hukum, et al. 2024. "Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran Pada Umkm Gula Semut Kelapa Di Banyumas Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital." 2(4): 25–33.
- Daulay, Linda Keni Peristika, Ferdin Boy, Nikky Nakaromi, Paksi Prakoso, and Ushy Ramadhanty. 2022. "Transformasi Digital Di Ekowisata Bukit Peramun." *Jurnal Industri Pariwisata* 5(1): 99–110. doi:10.36441/pariwisata.v5i1.991.
- Destiani, Romanda Dwi, and Andi Nabiilah Mufiidah. 2024. "Era Baru Ekonomi Digital: Studi Komprehensif Tentang Teknologi Dan Pasar." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 5(1): 47–50. doi:10.34306/abdi.v5i1.1095.
- Fadhillah, P, and A Yuniarti. 2023. "Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset ...* 2(1): 291–98. <http://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/176%0Ahttps://jerkin.org/index.php/jerkin/article/download/176/111>.
- Hadiono, Kristophorus, and Rina Candra Noor Santi. 2020. "Menyongsong Transformasi Digital." *Proceeding Sendiu* (July): 978–79. https://www.researchgate.net/publication/343135526_MENYONGSONG_TRANSFORMASI_DIGITAL.
- Halim, Risha Shindyani, Tofik Yanuar Chandra, and Hedwig Adianto Mau. 2023. "Perkembangan Bisnis Di Era Digital." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2(September): 3048–74. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/580/666>.
- Hapriyanto, Aditya Restu. 2024. "Multidisciplinary Science Strategi Inovatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Digital." *Nusantara journal of multidisciplinary science* 2(1): 108–17.
- Miradji, M A, W A S Vercelly, R M Faiz, and ... 2024. "Inovasi Dalam Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Kompetitif Di Era Digital." *Jurnal Manajemen ...*: 28–38. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jamanis/article/view/8913%0Ahttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jamanis/article/download/8913/5444>.
- Muhammad, Danuri. 2019. "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital." *Infokam* 15(2): 116–23.
- Nabilah, Sarah. 2023. "Pengaruh Penggunaan Teknologi Big Data Dalam Bisnis Retail Terhadap Keputusan Konsumen." *WriteBox:* 1–7. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ApXhnsoAAAAJ&citation_for_view=ApXhnsoAAAAJ:9yKSN-GCB0IC.
- Nisaa, Rizka Khoirotun, Salsabila Maulidya, and Supriadi Bahrim. 2024. "Teknologi Digital Dan Transformasi Internal Audit Terhadap Perlakuan Laporan Keuangan : Studi Literatur." 2(2).
- Rahmasari, Siti. 2023. "Strategi Adaptasi Bisnis Di Era Digital: Menavigasi Perubahan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi." *Karimah Tauhid* 2(3): 622–36.
- Ramadhan, Haikal, and Siva Aripin. 2024. "Strategi Digital Untuk Bisnis: Pendekatan Praktis Dan Implementasi Di Industri 4.0." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 5(1): 34–40. doi:10.34306/abdi.v5i1.1096.
- Rizka Nur Faidah1, Rizma Okavianti2, Putri May Maulidia3, Eva Putri Mulyani4, Hikmah Luqiyah K5. 2024. "Indonesian Research Journal on Education." *Indonesian Research Journal on Education Web*: 4: 550–58.
- Sagala, Kartika, Lamhot Naibaho, and Djoys Anneke Rantung. 2024. "Tantangan Pendidikan Karakter Di Era Digital." *Jurnal Kridatama Sains Dan Teknologi* 6(01): 1–8. doi:10.53863/kst.v6i01.1006.
- Salwa, Azahra, Indri Sri Asdini, Sylvia Amanda, Aurora Elise Putriku, Susanna Saragih, Alamat Jl, William Iskandar, et al. 2024. "Strategi Pemasaran Aplikasi Spotify Dalam Global Spotify ' s Global Marketing Strategy." (4).
- Soeratin, Boyke Setiawan. 2024. "Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Untuk Daya Saing Perusahaan Dalam Industri E-Commerce." *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran* 7: 1186–93.
- Syafi'i, Akhmad, Andri Brawijaya, and Arif Rohman Hakim. 2023. "Strategi Inovatif Manajemen Dan Bisnis Di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini Terhadap Keberlanjutan Dan Kinerja Organisasi." *Jurnal Visionida* 9(2): 191–98. doi:10.30997/jvs.v9i2.11069.
- Wahyuningtiyas, Ragil, Hesti Wahyu Windari, and Budi Utomo. 2021. "Pentingnya Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Src Gurda Kencana (Studi Kasus Pada Umkm)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 6(1): 33–40. doi:10.38043/jimb.v6i1.3043.