



Manajemen Inovasi Sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan: Sebuah *Systematic Literature Review*

Muhammad Supriyanto^{1*}, Abdul Halik², Siti Mujanah³

¹*Politeknik Negeri Madiun, Indonesia*

^{2,3}*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia*

**Email Korespondensi: supriyanto@pnm.ac.id*

ABSTRAK

Persaingan bisnis pada era *disruptive innovation* menuntut perusahaan terus memperbarui produk, proses, dan model bisnisnya, tetapi literatur cenderung membahas jenis inovasi, faktor organisasional, dan keunggulan kompetitif secara terpisah dengan temuan yang belum konsisten. Penelitian ini bertujuan mensintesis peran manajemen inovasi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan melalui hubungan jenis inovasi, faktor pendukung dan penghambat, kapabilitas inovasi, dan keunggulan kompetitif dalam konteks transformasi digital, dengan landasan *Resource-Based View* dan *dynamic capabilities*. Metode yang digunakan adalah *systematic literature review* berpedoman PRISMA 2020 pada basis data OpenAlex untuk publikasi 2015–2025. Dari 177 dokumen teridentifikasi, 34 artikel memenuhi kriteria inklusi. Hasil sintesis menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemasaran paling kuat terkait daya saing, sedangkan kapabilitas inovasi berperan sebagai mekanisme penghubung yang efektif apabila didukung sumber daya komplementer seperti orientasi pasar. Kepemimpinan, budaya organisasi yang terbuka, manajemen pengetahuan, investasi R&D, dan kolaborasi eksternal menjadi faktor pendukung, sedangkan keterbatasan sumber daya dan risiko teknologi menjadi penghambat. Transformasi digital berperan sebagai akselerator. Kebaruan penelitian ini terletak pada kerangka sintesis terintegrasi yang dapat menjadi dasar pengujian empiris dan perumusan strategi inovasi perusahaan.

Kata Kunci: manajemen inovasi, keunggulan kompetitif, kapabilitas inovasi, transformasi digital, *systematic literature review*

ABSTRACT

Business competition in the era of *disruptive innovation* requires companies to continuously renew their products, processes, and business models, yet the literature tends to discuss innovation types, organizational factors, and competitive advantage separately, with inconsistent findings. This study aims to synthesize the role of innovation management in enhancing corporate competitive advantage through the relationships among innovation types, supporting and inhibiting factors, innovation capability, and competitive advantage in the context of digital transformation, grounded in the *Resource-Based View* and *dynamic capabilities*. The method is a *systematic literature review* following PRISMA 2020 in the OpenAlex database for publications from 2015 to 2025. Of 177 identified records, 34 articles met the inclusion criteria. The synthesis shows that product and marketing innovations are most strongly associated with competitiveness, while innovation

capability acts as a linking mechanism that is effective when supported by complementary resources such as market orientation. Leadership, an open organizational culture, knowledge management, R&D investment, and external collaboration are supporting factors, whereas resource constraints and technological risks are inhibiting factors. Digital transformation acts as an accelerator. The novelty of this study lies in an integrated synthesis framework that can serve as a basis for empirical testing and corporate innovation strategy.

Keywords: *innovation management, competitive advantage, innovation capability, digital transformation, systematic literature review*

PENDAHULUAN

Dunia usaha dewasa ini berada dalam lingkungan yang berubah dengan sangat cepat akibat kemajuan teknologi, globalisasi pasar, dan pergeseran perilaku konsumen. Perusahaan yang hanya mengandalkan strategi konvensional tanpa melakukan pembaruan cenderung tertinggal dan kehilangan pangsa pasar. Dalam konteks ini, inovasi bukan lagi sekadar pilihan strategis, melainkan keharusan bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang. Fenomena *disruptive technology* seperti kecerdasan buatan, otomasi, dan platform digital telah mengubah lanskap persaingan di hampir seluruh sektor industri (Christensen, 2016), termasuk pada perusahaan telekomunikasi yang dituntut bertransformasi menjadi perusahaan digital (Mihardjo & Furinto, 2018).

Manajemen inovasi merupakan proses pengelolaan seluruh aktivitas organisasi yang berkaitan dengan penciptaan, pengembangan, dan implementasi gagasan baru menjadi produk, proses, atau model bisnis yang bernilai (Tidd & Bessant, 2018). Berbeda dengan inovasi yang bersifat spontan, manajemen inovasi menekankan pendekatan sistematis mulai dari identifikasi peluang, pengembangan konsep, evaluasi kelayakan, pengembangan produk, pengujian pasar, hingga komersialisasi (Schilling, 2020). Berdasarkan objeknya, inovasi dibedakan menjadi inovasi produk, proses, pemasaran, dan model bisnis; berdasarkan tingkat perubahannya dibedakan menjadi inovasi inkremental dan radikal yang dapat bersifat disruptif (Christensen, 2016); sedangkan berdasarkan sumber gagasannya dibedakan menjadi *closed innovation* dan *open innovation* yang melibatkan universitas, lembaga riset, pemasok, maupun pelanggan (Chesbrough, 2020).

Keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih bagi pelanggan dibandingkan pesaing, baik melalui kepemimpinan biaya, diferensiasi, maupun fokus pada segmen pasar tertentu (Porter, 2008). Dalam kerangka *Resource-Based View* (RBV), keunggulan kompetitif bersumber dari sumber daya dan kapabilitas internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan (VRIN) (Barney, 1991). Kapabilitas inovasi memenuhi kriteria tersebut karena proses penciptaan pengetahuan dan gagasan baru bersifat unik dan sulit direplikasi. Perkembangan RBV kemudian melahirkan konsep *dynamic capabilities*, yaitu kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang kompetensi guna merespons perubahan lingkungan yang cepat (Teece, 2018). Selain itu, inovasi nilai memungkinkan perusahaan menciptakan ruang pasar baru (*blue ocean*) alih-alih bersaing di pasar yang jenuh (Kim & Mauborgne, 2015).

Kajian empiris tentang hubungan inovasi dan keunggulan kompetitif telah banyak dilakukan, tetapi cenderung terfragmentasi. Sebagian kajian menguji kapabilitas inovasi terhadap keunggulan

bersaing UMKM (Widyanti & Mahfudz, 2020; Putri, 2022), sebagian lain menelaah transformasi digital sebagai pendorong keunggulan kompetitif (Shehadeh dkk., 2023; Susanto & Wibowo, 2025), dan sebagian lainnya menyoroti faktor organisasional seperti berbagi pengetahuan dan kapasitas serap (Kartiraharjo & Isfianadewi, 2022). Temuannya pun belum konsisten: sejumlah studi menemukan kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Zatia dkk., 2023; Dadang dkk., 2025), sementara studi lain menemukan pengaruh yang tidak signifikan (Wijaya & Simamora, 2022; Ardia dkk., 2025). Kajian tinjauan yang ada juga masih berfokus pada satu sisi, misalnya hubungan transformasi digital dan manajemen inovasi (Naldi dkk., 2025) atau pemetaan tren riset pada startup (Wahyudhi & Fatchuroji, 2025). Akibatnya, belum tersedia gambaran utuh mengenai bagaimana jenis inovasi, faktor pendukung dan penghambat, serta kapabilitas inovasi saling berkaitan dalam membentuk keunggulan kompetitif, khususnya dalam konteks transformasi digital. Artikel ini mengisi celah tersebut dengan mensintesis hubungan **jenis inovasi** → **faktor pendukung/penghambat** → **kapabilitas inovasi** → **keunggulan kompetitif** secara terintegrasi.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini berupaya menjawab tiga pertanyaan, yaitu bagaimana konsep dan proses manajemen inovasi dalam organisasi bisnis, faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan implementasinya, dan bagaimana peran manajemen inovasi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Sejalan dengan itu, tujuan artikel ini adalah (1) mendeskripsikan konsep dan proses manajemen inovasi dalam organisasi bisnis; (2) menganalisis faktor pendukung dan penghambat keberhasilan implementasi manajemen inovasi; dan (3) mensintesis peran manajemen inovasi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan ke dalam sebuah kerangka konseptual. Secara teoretis, artikel ini diharapkan memperkaya kajian manajemen strategis, sedangkan secara praktis memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha dalam merancang strategi inovasi yang efektif.

METODE

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain *systematic literature review* (SLR), yaitu metode peninjauan literatur yang dilakukan secara terstruktur, transparan, dan dapat direplikasi untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan penelitian terdahulu (Snyder, 2019). Proses penelusuran dan seleksi literatur mengacu pada pedoman PRISMA 2020 (Page dkk., 2021) yang terdiri atas tahap identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan inklusi.

2. Sumber Data dan Strategi Penelusuran

Penelusuran dilakukan pada basis data OpenAlex, yaitu indeks terbuka karya ilmiah yang menghimpun metadata publikasi dari berbagai sumber, termasuk Crossref, sehingga mencakup jurnal internasional maupun jurnal nasional Indonesia yang terdaftar DOI (Priem dkk., 2022). Metadata bibliografis setiap artikel terpilih kemudian diverifikasi ulang melalui Crossref. Penelusuran dilakukan pada 30 September 2026 terhadap judul dan abstrak dengan dua kueri Boolean. Kueri berbahasa Inggris adalah ("innovation management" OR "innovation capability") AND "competitive advantage" AND ("digital transformation" OR digitalization OR digitalisation), sedangkan kueri berbahasa Indonesia adalah ("manajemen inovasi" OR "kapabilitas inovasi") AND ("keunggulan kompetitif" OR "keunggulan bersaing"). Penelusuran dibatasi pada dokumen berjenis artikel dengan tahun terbit 2015–

2025. Selain artikel hasil penelusuran, kajian ini menggunakan buku dan artikel rujukan utama (*seminal works*) di bidang manajemen inovasi dan manajemen strategis sebagai landasan teoretis, yang tidak dihitung sebagai bagian dari data sintesis.

3. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi dan eksklusi yang digunakan untuk menyeleksi literatur disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
Artikel jurnal atau prosiding terbit 2015–2025	Bukan artikel jurnal/prosiding (repositori, buku, editorial) atau tanpa abstrak
Berbahasa Indonesia atau Inggris	Berbahasa selain Indonesia dan Inggris
Membahas manajemen inovasi, jenis inovasi, atau kapabilitas inovasi pada konteks perusahaan/UMKM	Tidak relevan dengan konteks perusahaan atau merupakan publikasi ganda
Teks lengkap tersedia secara terbuka (<i>open access</i>)	Teks lengkap tidak tersedia secara terbuka
Menggunakan metode empiris (kuantitatif/kualitatif) atau tinjauan sistematis, bibliometrik, atau meta-analisis	Esai konseptual atau tinjauan naratif tanpa prosedur penelitian yang eksplisit
Temuan secara eksplisit mengaitkan inovasi dengan keunggulan kompetitif atau daya saing	Luaran hanya berupa kinerja, kapabilitas, atau variabel lain tanpa kaitan dengan keunggulan kompetitif

Sumber: disusun oleh penulis, 2026.

4. Tahapan Seleksi Literatur

Tahapan seleksi mengikuti alur PRISMA 2020. Pada tahap identifikasi, seluruh dokumen hasil kedua kueri dihimpun dan duplikat dihapus berdasarkan DOI dan judul. Pada tahap penyaringan, judul dan abstrak ditelaah berdasarkan kriteria bahasa, jenis publikasi, kelengkapan abstrak, dan relevansi. Pada tahap kelayakan, ketersediaan teks lengkap, kejelasan metode, dan kaitan temuan dengan keunggulan kompetitif dinilai. Setiap keputusan seleksi dicatat beserta alasannya. Jumlah dokumen pada setiap tahap disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Seleksi Literatur Berdasarkan Alur PRISMA 2020

Tahap	Keterangan	Jumlah
Identifikasi	Dokumen hasil kueri bahasa Inggris / bahasa Indonesia	148 / 29
	Total dokumen teridentifikasi	177
	Duplikat yang dihapus	13
Penyaringan	Dokumen yang disaring berdasarkan judul dan abstrak	164
	Dikeluarkan: tidak relevan (41), bukan artikel jurnal/prosiding (12), bahasa lain (7), tanpa abstrak (3), publikasi ganda (1)	64
Kelayakan	Dokumen yang dicari teks lengkapnya	100
	Teks lengkap tidak tersedia secara terbuka	15
	Teks lengkap yang dinilai kelayakannya	85
	Dikeluarkan: tidak mengaitkan dengan keunggulan kompetitif (28), tanpa metode eksplisit (22), data bibliografis tidak lengkap (1)	51

Tahap	Keterangan	Jumlah
Inklusi	Artikel yang disintesis (25 berbahasa Inggris, 9 berbahasa Indonesia)	34

Sumber: data diolah penulis, 2026.

5. Teknik Analisis dan Sintesis

Artikel terpilih diekstraksi menggunakan formulir ekstraksi data yang memuat penulis, tahun, konteks penelitian, metode, jenis inovasi, faktor pendukung dan penghambat, bentuk kapabilitas, serta temuan terkait keunggulan kompetitif. Data kemudian dianalisis dengan analisis tematik melalui tiga tahap, yaitu (1) pengodean temuan setiap artikel, (2) pengelompokan kode ke dalam tema jenis inovasi, faktor pendukung/penghambat, kapabilitas inovasi, dan keunggulan kompetitif, serta (3) sintesis hubungan antartema secara deskriptif-kualitatif. Hasil sintesis disajikan dalam bentuk matriks literatur dan kerangka konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Seleksi dan Karakteristik Literatur

Proses seleksi menghasilkan 34 artikel yang memenuhi seluruh kriteria (Tabel 2). Publikasi didominasi oleh artikel terbitan 2025 (17 artikel), diikuti 2022 (5 artikel), 2023 dan 2024 (masing-masing 4 artikel), 2021 (2 artikel), serta 2018 dan 2020 (masing-masing 1 artikel), yang menunjukkan bahwa topik ini semakin mendapat perhatian seiring percepatan transformasi digital. Berdasarkan metodenya, 21 artikel menggunakan pendekatan kuantitatif, 4 artikel kualitatif, 8 artikel berupa tinjauan sistematis, bibliometrik, atau meta-analisis, dan 1 artikel menggunakan penilaian pakar (DEMATEL). Berdasarkan konteksnya, 19 artikel dilakukan di Indonesia, 6 artikel di negara lain (Yordania, Aljazair, Ekuador, Polandia, Uni Emirat Arab, dan Thailand), dan 9 artikel bersifat lintas negara. Dari sisi objek, 15 artikel meneliti UMKM, startup, atau usaha komunitas, sedangkan 10 artikel meneliti perusahaan pada sektor jasa, telekomunikasi, teknologi informasi, pelabuhan, otomotif, percetakan, dan lintas sektor. Ringkasan seluruh artikel disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Literatur Hasil Seleksi

No	Penulis (Tahun)	Konteks	Metode	Temuan Utama
1	Mihardjo & Furinto (2018)	Perusahaan telekomunikasi, Indonesia	Kuantitatif, PLS (n=100)	Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan
2	Widyanti & Mahfudz (2020)	UKM, Semarang	Kuantitatif, SEM (n=125)	Kapabilitas inovasi, orientasi kewirausahaan, dan penggunaan TI berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
3	Husaeni dkk. (2021)	Kantor jasa penilai publik	Kuantitatif, PLS (n=33)	Kapabilitas inovasi dan CRM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif

No	Penulis (Tahun)	Konteks	Metode	Temuan Utama
4	Tshabalala & Marnewick (2021)	Lintas negara	SLR dan analisis jejaring	Kolaborasi metode <i>agile</i> dan inovasi digital mengarah pada keunggulan kompetitif
5	Hertiana dkk. (2022)	Usaha <i>wedding organizer</i> , Sukabumi	Kuantitatif, regresi (n=30)	Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
6	Kartiraharjo & Isfianadewi (2022)	Kafe dan restoran, Yogyakarta	Kuantitatif, SEM (n=213)	Berbagi pengetahuan meningkatkan kapabilitas inovasi; inovasi dan kapasitas serap meningkatkan keunggulan bersaing
7	Malacina & Teplov (2022)	Lintas negara	Bibliometrik (230 artikel)	Inovasi rantai pasok menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan; tren eko-inovasi dan digitalisasi
8	Putri (2022)	UMKM kerajinan, Jember	Kuantitatif, analisis jalur (n=96)	Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja
9	Wijaya & Simamora (2022)	UMKM kuliner, Jakarta	Kuantitatif, PLS (n=100)	Kapabilitas TI berpengaruh signifikan, sedangkan kapabilitas inovasi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing
10	Khatibullah (2023)	Lintas negara	Tinjauan 25 sumber	Manajemen inovasi terhubung dengan resiliensi melalui kapabilitas dinamis; kepemimpinan, budaya, dan transformasi digital sebagai pemungkin
11	P. L. D. Rahmayanti & Pratiwi (2023)	UMKM fesyen, Denpasar	Kuantitatif	Kapabilitas inovasi dan digitalisasi meningkatkan agilitas organisasi dan keunggulan bersaing
12	Shehadeh dkk. (2023)	Perusahaan jasa, Yordania	Kuantitatif, SEM	Transformasi digital meningkatkan keunggulan kompetitif; kapabilitas inovasi memoderasi hubungan tersebut
13	Zatia dkk. (2023)	UMKM, Kolaka	Kuantitatif, PLS (n=55)	Kapabilitas dinamis dan kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif
14	Amrani (2024)	Perusahaan lintas sektor, Aljazair	Kuantitatif, PLS-SEM (n=117)	Inovasi teknologi meningkatkan keunggulan kompetitif; transformasi digital dan kapabilitas inovasi sebagai determinan
15	Ariri & Digdowniseiso (2024)	UMKM penjual spreng	Kuantitatif, analisis jalur (n=100)	Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing yang memediasi kinerja pemasaran

No	Penulis (Tahun)	Konteks	Metode	Temuan Utama
16	Mubarok dkk. (2024)	Lintas negara	Tinjauan dengan penelusuran sistematis	AI meningkatkan daya saing; kendala privasi, keamanan data, dan bias algoritma
17	Sijabat & Hardianawati (2024)	Perusahaan bongkar muat pelabuhan	Kuantitatif (n=168)	Kapabilitas inovasi hijau meningkatkan keunggulan kompetitif; transformasi digital memperkuat pengaruh tersebut
18	Alshawabkeh & Akyurek (2025)	Perusahaan TI, Uni Emirat Arab	Kuantitatif, regresi	Inovasi berbasis AI meningkatkan keunggulan kompetitif; investasi R&D memperkuat hubungan tersebut
19	Ardia dkk. (2025)	UMKM, Pontianak	Kuantitatif, SEM (n=329)	Kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja, tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif
20	Dadang dkk. (2025)	UMKM	Kuantitatif, PLS-SEM (n=150)	Transformasi pemasaran digital dan kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
21	de la Torre & De la Vega (2025)	Perusahaan teknologi, Ekuador	Kuantitatif, SEM (n=216)	Kapabilitas dinamis memfasilitasi inovasi digital dan inovasi bertanggung jawab yang meningkatkan daya saing
22	Duanaguppama & Donsophon (2025)	Usaha komunitas pangan, Thailand	Kualitatif	Pengetahuan, kepemimpinan, kerja sama, dan keahlian lokal menjadi kunci manajemen inovasi produk
23	Fatmawati dkk. (2025)	Industri kreatif Asia Tenggara	Pemetaan sistematis	Kapabilitas digital, kapabilitas inovasi, dan dukungan ekosistem menjadi pendorong keunggulan kompetitif
24	Mubarak dkk. (2025)	Lintas negara	DEMATEL (10 pakar)	Kepercayaan, budaya inovasi, dan pembelajaran organisasi menggerakkan inovasi kolaboratif; kapabilitas inovasi mengubahnya menjadi keunggulan kompetitif
25	Naldi dkk. (2025)	Lintas negara	SLR (20 artikel)	Integrasi strategi digital dan manajemen inovasi penting bagi keunggulan kompetitif berkelanjutan
26	Purwanto dkk. (2025)	BUMDes, Berau	Kuantitatif, PLS-SEM	Agilitas strategis, inovasi lingkungan, dan kapabilitas digital meningkatkan kapabilitas inovasi yang memperkuat keunggulan kompetitif

No	Penulis (Tahun)	Konteks	Metode	Temuan Utama
27	S. Rahmayanti dkk. (2025)	Startup, Indonesia	Kualitatif (literatur dan kasus)	Inovasi produk/layanan digital, model bisnis, dan manajemen organisasi meningkatkan daya saing
28	Razali & Syafri (2025)	Lima startup digital, Indonesia	Kualitatif, studi kasus	Manajemen inovasi terencana, budaya toleran kegagalan, dan keterbukaan ide eksternal mendukung daya saing
29	Sanusi (2025)	Manajer lintas industri, Indonesia	Kuantitatif, PLS-SEM (n=230)	Transformasi digital dan kapabilitas inovasi meningkatkan keunggulan kompetitif melalui orientasi pasar
30	Stall & Stanisławski (2025)	Perusahaan percetakan, Polandia	Survei (n=123)	Inovasi produk dan pemasaran paling kuat terkait daya saing; inovasi proses memberi manfaat operasional
31	Susanto & Wibowo (2025)	Industri otomotif, Indonesia	Kuantitatif, PLS-SEM (n=150)	Kapabilitas inovasi berpengaruh paling kuat terhadap keunggulan kompetitif, diikuti transformasi digital
32	Suwito dkk. (2025)	Usaha percetakan digital, Kalimantan Selatan	Kualitatif deskriptif	Keselarasan strategi, inovasi pemasaran, dan kepemimpinan adaptif mendukung keunggulan berkelanjutan
33	Wahyudhi & Fatchuroji (2025)	Startup, lintas negara	Bibliometrik	Keunggulan startup muncul dari integrasi kesiapan teknologi, inovasi, dan manajemen pengetahuan
34	Zúñiga-Santillán dkk. (2025)	UKM manufaktur, lintas negara	Meta-analisis (24 studi)	Hubungan positif antara inovasi dan daya saing dengan ukuran efek gabungan 0,53

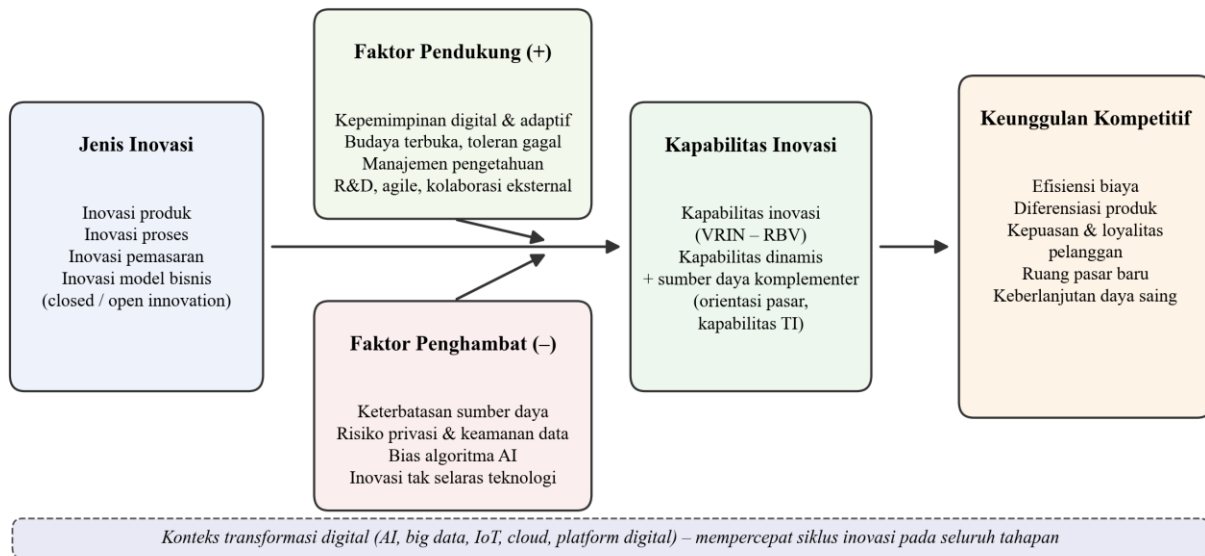
Sumber: data diolah penulis, 2026.

2. Kerangka Sintesis: Jenis Inovasi, Faktor, Kapabilitas, dan Keunggulan Kompetitif

Hasil analisis tematik menghasilkan empat tema utama yang saling berkaitan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Tema pertama adalah **jenis inovasi**. Bukti empiris menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemasaran paling kuat terkait dengan daya saing, sedangkan inovasi proses dan organisasi lebih banyak memberikan manfaat operasional (Stall & Stanisławski, 2025). Inovasi model bisnis juga diidentifikasi sebagai strategi utama startup Indonesia dalam memperkuat daya saing (S. Rahmayanti dkk., 2025). Tema kedua adalah **faktor pendukung dan penghambat** yang memperkuat atau melemahkan proses pengubahan inovasi menjadi kapabilitas. Tema ketiga adalah **kapabilitas inovasi**, yang dalam kerangka RBV merupakan sumber daya VRIN dan dalam perspektif *dynamic capabilities* mewujudkan sebagai kemampuan mengenali peluang, memanfaatkan peluang, dan mengonfigurasi ulang sumber daya (Teece, 2018). Tema keempat adalah **keunggulan kompetitif** yang

tercermin dari efisiensi biaya, diferensiasi, kepuasan pelanggan, penciptaan ruang pasar baru, serta keberlanjutan daya saing.

Temuan kunci sintesis ini adalah bahwa kapabilitas inovasi berperan sebagai mekanisme penghubung. Purwanto dkk. (2025) menunjukkan bahwa agilitas strategis, inovasi lingkungan, dan kapabilitas digital meningkatkan kapabilitas inovasi, yang kemudian memperkuat keunggulan kompetitif. Mubarak dkk. (2025) juga menempatkan kapabilitas inovasi sebagai faktor poros yang mengubah hasil kolaborasi menjadi keunggulan kompetitif, dan meta-analisis Zúñiga-Santillán dkk. (2025) menemukan hubungan positif antara inovasi dan daya saing dengan ukuran efek gabungan 0,53. Namun, hubungan tersebut tidak selalu bersifat langsung. Wijaya dan Simamora (2022) serta Ardian dkk. (2025) menemukan bahwa kapabilitas inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM, sementara Sanusi (2025) menunjukkan bahwa pengaruhnya disalurkan melalui orientasi pasar. Temuan ini mengindikasikan bahwa kapabilitas inovasi baru menghasilkan keunggulan apabila didukung sumber daya komplementer, seperti orientasi pasar, kapabilitas teknologi informasi, dan strategi yang tepat.



Gambar 1. Kerangka Sintesis Manajemen Inovasi dan Keunggulan Kompetitif

Sumber: hasil sintesis penulis, 2026.

Pemetaan setiap jenis inovasi terhadap mekanisme dan sumber keunggulan kompetitif, beserta bukti dari literatur, disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pemetaan Jenis Inovasi terhadap Mekanisme dan Sumber Keunggulan Kompetitif

Jenis Inovasi	Mekanisme Penciptaan Nilai	Sumber Keunggulan Kompetitif	Rujukan
Inovasi produk	Pembaruan atau penciptaan produk/layanan baru	Diferensiasi; perluasan pasar	Porter (2008); Stall & Stanisławski (2025)
Inovasi proses	Perbaikan metode produksi atau operasional	Efisiensi biaya; manfaat operasional	Stall & Stanisławski (2025); Malacina & Teplov (2022)

Jenis Inovasi	Mekanisme Penciptaan Nilai	Sumber Keunggulan Kompetitif	Rujukan
Inovasi pemasaran	Perubahan strategi promosi, harga, atau distribusi, termasuk pemasaran digital	Akses pasar dan kedekatan pelanggan	Dadang dkk. (2025); Suwito dkk. (2025)
Inovasi model bisnis	Perubahan cara menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai	Ruang pasar baru (<i>blue ocean</i>)	Kim & Mauborgne (2015); S. Rahmayanti dkk. (2025)
<i>Open innovation</i>	Pemanfaatan pengetahuan dan kolaborasi pihak eksternal	Kecepatan inovasi; biaya dan risiko lebih rendah	Chesbrough (2020); Mubarak dkk. (2025)
Inovasi digital/AI	Pemanfaatan AI dan teknologi digital dalam produk dan proses	Adaptabilitas pasar; daya saing	Alshawabkeh & Akyurek (2025); de la Torre & De la Vega (2025)

Sumber: hasil sintesis penulis, 2026.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Manajemen Inovasi

Faktor pendukung yang paling sering muncul adalah kepemimpinan. Kepemimpinan digital terbukti mendorong manajemen inovasi dan keunggulan kompetitif berkelanjutan pada perusahaan telekomunikasi (Mihardjo & Furinto, 2018), sedangkan kepemimpinan adaptif mendukung keunggulan usaha percetakan lokal (Suwito dkk., 2025). Faktor berikutnya adalah budaya organisasi yang mendorong kreativitas, toleran terhadap kegagalan, dan terbuka terhadap ide dari luar organisasi (Razali & Syafri, 2025), serta kepercayaan, budaya inovasi, dan pembelajaran organisasi yang menjadi penggerak utama inovasi kolaboratif (Mubarak dkk., 2025). Manajemen pengetahuan juga berperan penting, karena berbagi pengetahuan meningkatkan kapabilitas inovasi dan keunggulan bersaing (Kartiraharjo & Isfianadewi, 2022). Selain itu, investasi R&D memperkuat pengaruh inovasi berbasis AI terhadap keunggulan kompetitif (Alshawabkeh & Akyurek, 2025), dan metode kerja *agile* terbukti menopang strategi inovasi (Tshabalala & Marnewick, 2021). Pada usaha komunitas, pengetahuan, kepemimpinan, kerja sama, dan keahlian lokal menjadi elemen kunci manajemen inovasi produk (Duanaguppama & Donsophon, 2025).

Di sisi lain, literatur mengidentifikasi sejumlah faktor penghambat. Keterbatasan sumber daya dan dinamika pasar menjadi tantangan utama startup (S. Rahmayanti dkk., 2025). Adopsi AI dalam inovasi strategis menghadapi kendala privasi, keamanan data, dan bias algoritma (Mubarak dkk., 2024). Transformasi digital juga dapat melemahkan pengaruh inovasi hijau terhadap resiliensi rantai pasok apabila inovasi yang dilakukan tidak terkait dengan adaptasi teknologi (Sijabat & Hardianawati, 2024). Dalam kerangka pada Gambar 1, faktor-faktor tersebut menentukan apakah aktivitas inovasi dapat terakumulasi menjadi kapabilitas organisasi. Ringkasannya disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Inovasi

Faktor	Uraian	Rujukan
Pendukung	Kepemimpinan digital, transformasional, dan adaptif	Mihardjo & Furinto (2018); Suwito dkk. (2025)

Faktor	Uraian	Rujukan
Pendukung	Budaya kreatif, toleran kegagalan, dan terbuka	Razali & Syafri (2025); Mubarak dkk. (2025)
Pendukung	Manajemen dan berbagi pengetahuan	Kartiraharjo & Isfianadewi (2022); Ardia dkk. (2025)
Pendukung	Investasi R&D dan metode kerja <i>agile</i>	Alshawabkeh & Akyurek (2025); Tshabalala & Marnewick (2021)
Pendukung	Kolaborasi eksternal dan integrasi rantai pasok	Mubarak dkk. (2025); Susanto & Wibowo (2025)
Penghambat	Keterbatasan sumber daya dan dinamika pasar	S. Rahmayanti dkk. (2025)
Penghambat	Risiko privasi, keamanan data, dan bias algoritma	Mubarok dkk. (2024)
Penghambat	Ketidakselarasan inovasi dengan adaptasi teknologi	Sijabat & Hardianawati (2024)

Sumber: hasil sintesis penulis, 2026.

4. Peran Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Manajemen inovasi berperan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif melalui beberapa mekanisme. Pertama, inovasi produk menciptakan diferensiasi dan membuka pasar baru (Stall & Stanisławski, 2025). Kedua, inovasi proses meningkatkan efisiensi operasional sehingga perusahaan dapat bersaing melalui kepemimpinan biaya (Porter, 2008). Ketiga, inovasi model bisnis memungkinkan perusahaan menciptakan ruang pasar baru (Kim & Mauborgne, 2015). Lebih jauh, kapabilitas inovasi yang dikelola secara berkelanjutan membentuk kapabilitas dinamis yang membuat perusahaan lebih tanggap terhadap perubahan (Teece, 2018). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kapabilitas dinamis menjadi fasilitator utama inovasi digital yang meningkatkan daya saing (de la Torre & De la Vega, 2025) dan bahwa manajemen inovasi terhubung dengan resiliensi organisasi melalui kapabilitas dinamis (Khatibullah, 2023).

Bentuk dan dampak inovasi berbeda menurut konteks usaha (Tabel 6). Pada perusahaan manufaktur dan industri, kapabilitas inovasi merupakan faktor dengan pengaruh terbesar terhadap keunggulan kompetitif (Susanto & Wibowo, 2025). Pada sektor jasa, transformasi digital meningkatkan keunggulan kompetitif dengan kapabilitas inovasi sebagai pemoderasi (Shehadeh dkk., 2023), dan kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif kantor jasa penilai publik (Husaeni dkk., 2021). Studi lintas sektor juga menunjukkan bahwa inovasi teknologi meningkatkan keunggulan kompetitif (Amrani, 2024). Pada UMKM, sebagian besar studi menemukan pengaruh positif kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing (Widyanti & Mahfudz, 2020; Hertiana dkk., 2022; Putri, 2022; P. L. D. Rahmayanti & Pratiwi, 2023; Zatia dkk., 2023; Ariri & Digdowniseiso, 2024), meskipun terdapat temuan yang tidak signifikan (Wijaya & Simamora, 2022; Ardia dkk., 2025). Pada startup, keunggulan bersumber dari integrasi kesiapan teknologi, inovasi, dan manajemen pengetahuan (Wahyudhi & Fatchuroji, 2025).

Tabel 6. Fokus Inovasi dan Sumber Keunggulan Kompetitif Berdasarkan Konteks Usaha

Konteks	Fokus Inovasi	Sumber Keunggulan Kompetitif	Rujukan
Manufaktur dan industri	Inovasi produk, proses, dan integrasi rantai pasok	Diferensiasi, efisiensi, dan kolaborasi	Susanto & Wibowo (2025); Stall & Stanisławski (2025)
Jasa dan telekomunikasi	Transformasi digital dan manajemen inovasi	Keunggulan kompetitif berkelanjutan	Mihardjo & Furinto (2018); Shehadeh dkk. (2023)
UMKM	Kapabilitas inovasi, digitalisasi, dan pemasaran digital	Keunggulan bersaing dan kinerja usaha	P. L. D. Rahmayanti & Pratiwi (2023); Dadang dkk. (2025)
Startup	Inovasi produk digital dan model bisnis	Daya saing dan pertumbuhan	Razali & Syafri (2025); Wahyudhi & Fatchuroji (2025)

Sumber: hasil sintesis penulis, 2026.

5. Manajemen Inovasi di Era Transformasi Digital

Transformasi digital membawa perubahan signifikan terhadap cara perusahaan mengelola inovasi. Kajian tinjauan menunjukkan bahwa integrasi strategi digital dengan manajemen inovasi menjadi kunci keunggulan kompetitif berkelanjutan (Naldi dkk., 2025), dan kapabilitas digital merupakan pendorong paling berpengaruh bagi daya saing industri kreatif di Asia Tenggara (Fatmawati dkk., 2025). Pada tingkat rantai pasok, riset inovasi bergerak ke arah eko-inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi jangka panjang (Malacina & Teplov, 2022). Kecerdasan buatan memperkuat daya saing melalui analitik prediktif dan optimasi proses inovasi (Mubarok dkk., 2024), sementara inovasi berbasis AI meningkatkan keunggulan kompetitif melalui kemampuan adaptasi pasar (Alshawabkeh & Akyurek, 2025). Dalam kerangka pada Gambar 1, transformasi digital berfungsi sebagai akselerator yang memperpendek siklus dari gagasan hingga komersialisasi.

Percepatan tersebut didukung oleh pendekatan kerja baru. *Design thinking* membantu perusahaan merumuskan solusi yang berpusat pada pengguna melalui tahapan empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, dan pengujian, sedangkan metode *agile* dengan tim lintas fungsi mempercepat siklus pengembangan produk (Tshabalala & Marnewick, 2021). Agar dapat dikelola secara akuntabel, kinerja inovasi perlu diukur dengan indikator kuantitatif, seperti persentase pendapatan dari produk baru, jumlah paten, rasio anggaran R&D, dan *time to market*, maupun indikator kualitatif, seperti kepuasan pelanggan dan keterlibatan karyawan dalam inovasi (Schilling, 2020).

6. Implikasi Manajerial

Hasil sintesis ini memberikan sejumlah implikasi manajerial. Pertama, manajemen puncak perlu menetapkan visi inovasi yang jelas dan mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis. Kedua, perusahaan perlu membangun budaya organisasi yang mendukung eksperimentasi dan berbagi pengetahuan. Ketiga, investasi inovasi perlu disertai penguatan sumber daya komplementer, seperti orientasi pasar dan kapabilitas teknologi informasi, karena kapabilitas inovasi tidak selalu berdampak langsung terhadap keunggulan bersaing. Keempat, perusahaan perlu memantau dan mengevaluasi kinerja inovasi secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan *systematic literature review* terhadap 34 artikel, dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi merupakan pendekatan sistematis yang penting bagi perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Pertama, manajemen inovasi mencakup pengelolaan inovasi produk, proses, pemasaran, dan model bisnis melalui tahapan terstruktur, dengan inovasi produk dan pemasaran sebagai jenis yang paling kuat terkait daya saing. Kedua, keberhasilan implementasinya didukung oleh kepemimpinan, budaya organisasi yang terbuka, manajemen pengetahuan, investasi R&D, dan kolaborasi eksternal, serta dihambat oleh keterbatasan sumber daya, risiko teknologi, dan ketidakselarasan inovasi dengan adaptasi teknologi. Ketiga, jenis inovasi berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif melalui pembentukan kapabilitas inovasi dan kapabilitas dinamis, dengan transformasi digital sebagai akselerator, meskipun pengaruh tersebut memerlukan dukungan sumber daya komplementer.

Kajian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan satu basis data dan artikel dengan akses terbuka sehingga sebagian literatur relevan mungkin belum tercakup. Kerangka konseptual yang dihasilkan juga belum diuji secara empiris. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas penelusuran ke basis data lain seperti Scopus dan Web of Science, serta menguji kerangka tersebut secara kuantitatif pada sektor industri tertentu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Madiun dan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas dukungan yang diberikan dalam penyusunan artikel ini, serta kepada editor dan mitra bestari *Journal of Human and Education* atas masukan yang sangat berharga bagi penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshawabkeh, Y. M. Y., & Akyurek, S. S. (2025). The impact of AI-driven innovation on competitive advantage: A quantitative study of the UAE's information technology sector. *Wisdom Journal for Studies & Research*, 5(7), 271–296. <https://doi.org/10.55165/wjfsar.v5i07.771>
- Amrani, I. (2024). Technology innovation as a driver of competitive advantage in business and accounting integration. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(3). <https://doi.org/10.56442/4tv5vs60>
- Ardia, R. U., Fahrana, Y., Saputra, P., Rosnani, T., & Ramadhan, R. (2025). Manajemen pengetahuan dan kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM dimediasi keunggulan bersaing. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 16–30. <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i1.4936>
- Ariri, A., & Digdowiseiso, K. (2024). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pemasaran, dan kapabilitas inovasi organisasi terhadap kinerja pemasaran UMKM melalui keunggulan bersaing. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(5), 3901–3924. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11276>

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Chesbrough, H. (2020). *Open innovation results: Going beyond the hype and getting down to business*. Oxford University Press.
- Christensen, C. M. (2016). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Dadang, D., Kasih, E., & Santoso, E. (2025). Transformasi pemasaran digital dan kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 2(1), 24–44. <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v2i1.1501>
- de la Torre, A., & De la Vega, I. (2025). Dynamic capabilities and digital innovation: Pathways to competitive advantage through responsible innovation. *Journal of Responsible Innovation*, 12(1), Article 2500154. <https://doi.org/10.1080/23299460.2025.2500154>
- Duanaguppama, S., & Donsophon, K. (2025). Perspectives from resilient community enterprise leaders: Post-transformation food product innovation management in Kalasin Province. *Human Behavior, Development and Society*, 26(3). <https://doi.org/10.62370/hbds.v26i3.280388>
- Fatmawati, F., Nurbayani, S. U., Isma, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., & Diarra, S. (2025). Mapping competitive advantage in competitive markets: Analysis on the creative industry sector in Southeast Asia. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 5(5), 635–652. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku4473>
- Hertiana, M., Sunarya, E., & Z, F. M. (2022). Pengaruh kapabilitas inovasi dan strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada masa Covid-19. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.52423/bujab.v7i1.26084>
- Husaeni, R., Zulkifli, Z., & Derriawan, D. (2021). Strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pada Kantor Jasa Penilai Publik Rija Husaeni dan Rekan. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 379–392. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.427>
- Kartiraharjo, H., & Isfianadewi, D. (2022). Enhancing competitive advantage through knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(8), 83–93. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1532>
- Khatibullah, G. (2023). Innovation management and organizational resilience: A comprehensive review. *International Journal on Research and Development – A Management Review*, 12(2), 176–182. <https://doi.org/10.65521/ijrdmr.v12i2.1834>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant* (Expanded ed.). Harvard Business Review Press.
- Malacina, I., & Teplov, R. (2022). Supply chain innovation research: A bibliometric network analysis and literature review. *International Journal of Production Economics*, 251, Article 108540. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108540>

- Mihardjo, L. W. W., & Furinto, A. (2018). The effect of digital leadership and innovation management for incumbent telecommunication company in the digital disruptive era. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 125–130. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13142>
- Mubarak, M. F., Jucevicius, G., Evans, R., Petraite, M., & Fathi, M. (2025). Navigating interdependencies in collaborative innovation: A data-driven DEMATEL framework. *SAGE Open*, 15(4). <https://doi.org/10.1177/21582440251387390>
- Mubarak, R., Mubarak, A., & Zulkarnain, A. (2024). Ethical and organizational dimensions of AI in strategic innovation. *Novatio: Journal of Management Technology and Innovation*, 2(1), 28–41. <https://doi.org/10.61978/novatio.v2i1.999>
- Naldi, S., Gusty, R., & Saqdiyah, F. (2025). Digital transformation and innovation management. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2589–2602. <https://doi.org/10.60036/jbm.855>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Priem, J., Piwowar, H., & Orr, R. (2022). *OpenAlex: A fully-open index of scholarly works, authors, venues, institutions, and concepts* (arXiv:2205.01833). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.01833>
- Purwanto, S. A., Kusumaningtyas, A., & Halik, A. (2025). Strategic agility, environmental innovation, and digital capability as drivers of sustainable performance: Evidence from village-owned enterprises in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 20(12). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.201211>
- Putri, N. A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing dan kinerja UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Jember. *Opinia de Journal*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.35888/opinia.v2i1.18>
- Rahmayanti, P. L. D., & Pratiwi, K. A. (2023). Pengembangan keunggulan bersaing UMKM sektor fashion di Kota Denpasar berbasis digitalisasi dan kapabilitas inovasi: Peran mediasi organizational agility. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 315–325. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.69035>
- Rahmayanti, S., Putri, R. H., & Amartiwi, Y. (2025). Strategi manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing bisnis rintisan (startup) di Indonesia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(3), 401–407. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i3.966>
- Razali, M., & Syafri, M. (2025). Implementasi manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing start-up digital di Indonesia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 101–112. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i2.795>

- Sanusi, A. (2025). The impact of digital transformation and innovation capability on competitive advantage: The mediating role of market orientation in emerging markets. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 9(1), 75–85. <https://doi.org/10.26487/hebr.v9i1.6485>
- Schilling, M. A. (2020). *Strategic management of technological innovation* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-AlSondos, I. A. (2023). Digital transformation and competitive advantage in the service sector: A moderated-mediation model. *Sustainability*, 15(3), 2077. <https://doi.org/10.3390/su15032077>
- Sijabat, E. A. S., & Hardianawati, H. (2024). The role of digital transformation in moderating the influence of green innovation capability on supply chain resilience and competitive advantage. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 21(1). <https://doi.org/10.17358/jma.21.1.72>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Stall, K., & Stanisławski, R. (2025). Innovations in the Polish offset printing industry – A key in building competitive advantage in the digital era. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, (240), 441–471. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2025.240.22>
- Susanto, F., & Wibowo, S. G. (2025). The influence of innovation capability, digital transformation, and supply chain integration on competitive advantage in the automotive industry in Indonesia. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(2), 1318–1334. <https://doi.org/10.56442/ijble.v6i2.1248>
- Suwito, P. Y., Rizani, F., & Huda, N. (2025). The role of strategic management and marketing innovation in strengthening local digital printing enterprises: A model for sustainable growth. *International Seminar*, 7, 909–932. <https://doi.org/10.36563/f3c6b112>
- Teece, D. J. (2018). Dynamic capabilities as (workable) management systems theory. *Journal of Management & Organization*, 24(3), 359–368. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.75>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
- Tshabalala, M. M., & Marnewick, C. (2021). Agile as an enabler towards innovation-based organisational transformations. *SA Journal of Information Management*, 23(1). <https://doi.org/10.4102/sajim.v23i1.1309>
- Wahyudhi, C. A., & Fatchuroji, A. (2025). Mapping global research trends on digital transformation, innovation capability, and knowledge management in startup competitive advantage: A bibliometric study. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 4(4), 499–509. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v4i04.2944>
- Widyanti, S., & Mahfudz, M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation, use of information technology, and innovation capability on SMEs' competitive advantage and performance: Evidence from Indonesia. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(2), 115–122. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.2.2020.115-122>

- Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi terhadap strategi dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 51–65. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3474>
- Zatia, Z., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh kapabilitas dinamis dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan kompetitif. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>
- Zúñiga-Santillán, X., Tapia-Núñez, D., Espinoza-Toalombo, R., Romero-Cárdenas, E., & Carrasquero-Rodríguez, E. (2025). Meta-analytical analysis of competitiveness in small- and medium-sized manufacturing enterprises: The role of technology and quality. *Applied Sciences*, 15(8), 4124. <https://doi.org/10.3390/app15084124>