

STRATEGI MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING ORGANISASI DI ERA DIGITAL

Yosi Zahwa Amelica¹, Tetti flora barutu², Ratu Arum Suci³, Novi Dwi Anggita⁴, Zahwa Roichatul

Aswidah⁵, Astrid Intan Prameswari⁶

Universitas Pamulang Kampus Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email: tettiflorab@gmail.com

Keywords

Innovation management; Competitiveness; organizational strategy

Abstract

Innovation is a crucial factor to improve the competitiveness of an organization in the ever-changing digital environment. Efficient innovation management not only focuses on the creation of new products, but also considers transformation in processes, business models, and strategies implemented. This research applies a qualitative approach through a literature review method to explore innovation management strategies that can strengthen organizational competitiveness. The findings show that organizations must adopt a culture of innovation, leverage digital technology, and collaborate with external parties to create new value. In addition, challenges such as regulatory uncertainty, skills shortages, and resistance to change must be faced to ensure success in implementing innovation strategies. With a planned and responsive approach, organizations can improve their ability to survive and thrive in a competitive global market.

Manajemen inovasi, Daya saing, Strategi organisasi

Inovasi merupakan faktor krusial untuk meningkatkan daya saing suatu organisasi dalam lingkungan digital yang terus berubah. Manajemen inovasi yang efisien tidak hanya berfokus pada penciptaan produk baru, tetapi juga mempertimbangkan transformasi dalam proses, model bisnis, dan strategi yang diterapkan. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui metode kajian literatur guna menggali strategi manajemen inovasi yang dapat memperkuat daya saing organisasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa organisasi harus mengadopsi budaya inovasi, memanfaatkan teknologi digital, dan berkolaborasi dengan pihak luar untuk menciptakan nilai yang baru. Di samping itu, tantangan seperti ketidakpastian dalam regulasi, kekurangan keterampilan, dan penolakan terhadap perubahan harus dihadapi untuk memastikan keberhasilan dalam penerapan strategi inovasi. Dengan pendekatan yang terencana dan responsif, organisasi dapat meningkatkan kemampuannya untuk bertahan dan berkembang dalam pasar global yang kompetitif.

1. PENDAHULUAN

Inovasi merupakan salah satu kunci utama untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan perlu terus berinovasi untuk menciptakan produk dan layanan baru yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Manajemen inovasi

merupakan proses mengelola inovasi di suatu perusahaan agar dapat berdaya guna bagi penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan (Awan et al., 2022). Manajemen inovasi diperlukan karena dapat menghasilkan ide-ide terbaru sebagai antisipasi perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam dan dinamis. Strategi manajemen inovasi adalah serangkaian kebijakan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan inovasinya. Strategi manajemen inovasi harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi perusahaan masing-masing.

Manajemen Inovasi Mengacu pada suatu proses, Manajemen inovasi dapat diterapkan untuk pengembangan inovasi produk ataupun organisasi. Manajemen inovasi meliputi sekumpulan alat yang memungkinkan berbagai pihak dalam sistem untuk berkolaborasi dalam pemahaman bersama mengenai tujuan dan proses inovasi. Di dalam sebuah organisasi, fokus dari manajemen inovasi adalah alat yang mendukung organisasi agar dapat menanggapi lingkungan baik eksternal maupun internal dengan memanfaatkan kesempatan serta usaha kreatif untuk memperkenalkan ide, proses, atau produk baru (Maxim Adolf Tilaar et al., 2024).

Ada banyak definisi yang berusaha menjelaskan gagasan manajemen inovasi. Sawhney dalam (Halsa et al., 2022) menjelaskan bahwa “Manajemen inovasi adalah organisasi, pengendalian, dan pelaksanaan proses, aktivitas, serta kebijakan yang aktif dan mengarah pada ‘penciptaan nilai baru yang signifikan bagi pelanggan dan perusahaan dengan mengubah satu atau lebih aspek sistem bisnis secara kreatif’. Dalam konteks ini, fokus manajemen inovasi adalah cara untuk mengorganisir inovasi itu sendiri.

Definisi lainnya menyatakan bahwa: “Manajemen inovasi adalah pengenalan yang berhasil dari hal baru: ini adalah manifestasi serta sintesis pengetahuan dalam bentuk produk, proses, atau layanan baru yang unik, relevan, dan bernilai” (Awan et al., 2022). Dalam definisi kedua ini, manajemen inovasi merupakan metode yang memungkinkan pengetahuan yang telah ada untuk diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti produk, jasa, maupun proses, sehingga dapat diterima oleh konsumen atau masyarakat.

Perkembangan pesat dalam teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dinamika bisnis di seluruh dunia. Organisasi harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bersaing. Dalam konteks perubahan ini, inovasi menjadi elemen penting untuk mempertahankan eksistensi dan memperkuat posisi di pasar. Manajemen inovasi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan

produk baru, tetapi juga melibatkan perubahan dalam proses, model bisnis, dan strategi. Oleh karena itu, organisasi yang mampu mengelola inovasi dengan baik cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi (Khasanah et al., 2025).

Era digital telah menciptakan lingkungan kompetitif yang lebih dinamis dan tidak stabil. Teknologi digital memberikan kesempatan bagi munculnya model bisnis yang mengganggu, yang mampu mengubah dominasi perusahaan-perusahaan lama. Dalam situasi ini, organisasi perlu tidak hanya bereaksi, tetapi juga mengambil inisiatif dalam menciptakan nilai melalui inovasi. Strategi manajemen inovasi menjadi alat penting untuk menemukan peluang dan menghadapi tantangan di dunia digital. Dengan demikian, inovasi menjadi faktor kunci bagi keberhasilan organisasi di era digital tersebut (Awan et al., 2022).

Organisasi harus menyadari bahwa inovasi bukan hanya tanggung jawab departemen R&D, tetapi merupakan tanggung jawab seluruh bagian perusahaan secara kolektif. Budaya inovasi perlu diintegrasikan ke dalam struktur, proses, dan nilai-nilai organisasi. Teknologi digital seperti *big data*, kecerdasan buatan, dan *Internet of Things* telah membuka peluang baru dalam manajemen inovasi. Dengan menggunakan teknologi ini, perusahaan bisa mempercepat proses inovasi dan meningkatkan relevansi produk atau layanan mereka di pasar. Oleh karena itu, mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi inovasi menjadi sangat penting (Kamal & Rozi, 2020).

Dalam konteks kompetisi, inovasi memberikan keunggulan diferensiasi yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Inovasi memungkinkan organisasi untuk menciptakan produk yang unik, meningkatkan efisiensi operasional, dan dengan cepat merespons kebutuhan pasar. Daya saing organisasi dinilai dari kemampuannya untuk bertahan, tumbuh, dan menguasai pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi manajemen inovasi harus sejalan dengan visi jangka panjang organisasi. Penerapan strategi inovasi yang tepat dapat mendorong penciptaan nilai yang berkelanjutan.

Transformasi digital memaksa organisasi untuk meninggalkan cara-cara tradisional dalam menjalankan bisnis. Pendekatan manajemen yang kaku dan birokratis tidak lagi efektif dalam lingkungan yang cepat berubah. Organisasi harus menjadi lebih lincah, adaptif, dan terbuka terhadap perubahan. Strategi manajemen inovasi yang berbasis data dan fleksibel menjadi suatu keharusan untuk dapat merespons dinamika pasar digital. Perubahan ini mengharuskan adanya pergeseran paradigma dalam cara mengelola organisasi.

Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal juga menjadi strategi yang penting dalam manajemen inovasi. Kerja sama dengan startup, universitas, dan komunitas inovasi bisa mempercepat proses penciptaan ide dan komersialisasinya. Model inovasi terbuka memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan akses terhadap sumber daya dan pengetahuan dari luar. Hal ini memperluas proses inovasi dan meningkatkan peluang sukses di pasar. Oleh karena itu, organisasi yang ingin tetap kompetitif harus terbuka terhadap ekosistem inovasi (Wanda Noer Alichia et al., 2024).

Kepemimpinan juga memiliki peran penting dalam keberhasilan strategi manajemen inovasi. Pemimpin yang visioner dan inovatif dapat menciptakan suasana organisasi yang mendukung kreativitas dan pengambilan risiko. Mereka dapat memotivasi karyawan untuk berpikir di luar batas dan menemukan solusi baru. Kepemimpinan yang inovatif akan membentuk budaya perusahaan yang responsif terhadap perubahan di bidang teknologi dan pasar. Ini menjadi keunggulan strategis dalam menghadapi tantangan di era digital Jansen dalam (Rofi'ah et al., 2022).

Pengukuran efektivitas dari strategi manajemen inovasi merupakan aspek yang sangat krusial. Indikator sukses seperti jumlah produk baru, kepuasan pelanggan, atau peningkatan pendapatan harus diambil untuk menilai dampak dari inovasi. Proses evaluasi yang sistematis mendukung organisasi dalam menemukan kekurangan dan memperbaiki prosedur inovasi. Penerapan teknologi analitik dapat memperkuat proses evaluasi ini secara langsung. Dengan cara ini, organisasi dapat membuat keputusan yang lebih akurat dan cepat (Boyke Setiawan Soeratin, 2024).

Di Indonesia, banyak organisasi mulai menyadari signifikansi inovasi dalam menghadapi era disrupsi digital. Namun, berbagai tantangan seperti kurangnya sumber daya manusia, budaya inovasi yang lemah, dan infrastruktur digital yang tidak merata masih menjadi penghalang. Oleh karena itu, diperlukan strategi manajemen inovasi yang sesuai dan fleksibel dengan kondisi lokal. Baik pemerintah maupun sektor swasta harus bekerja bersama untuk menciptakan ekosistem inovasi yang mendukung. Dengan pendekatan ini, organisasi di Indonesia akan lebih siap untuk bersaing di tingkat global (Merchant, 2004).

Melalui pendekatan yang terencana, strategi manajemen inovasi bisa berfungsi sebagai pendorong dalam meningkatkan daya saing organisasi. Inovasi perlu dijadikan bagian penting dari rencana bisnis, bukan hanya sekedar kegiatan tambahan. Dalam era digital yang dipenuhi tantangan, kecepatan dan ketepatan dalam berinovasi menjadi

faktor utama. Organisasi yang berkomitmen terhadap inovasi memiliki peluang yang lebih besar untuk tumbuh dan bertahan. Oleh karena itu, penting untuk terus mengeksplorasi dan menerapkan strategi manajemen inovasi yang relevan dan efektif.

LITERATURE REVIEW

1. Konsep Dasar Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi dalam organisasi modern sesungguhnya melampaui sekadar perancangan produk baru. Melainkan merupakan sebuah rangkaian proses strategis yang meliputi transformasi menyeluruh mulai dari penyusunan ulang proses operasional, penyempurnaan sistem administrasi, hingga pembentukan budaya organisasi yang inovatif dan adaptif (Najah et al., 2025). Hartanto (2024) menegaskan bahwa manajemen kinerja inovatif adalah fondasi yang menuntun organisasi untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang kian dinamis. Sementara itu, Asari et al. (2023) menekankan pentingnya efisiensi dalam pengelolaan seluruh tahap inovasi agar tercipta keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan berdampak positif jangka panjang.

Secara konseptual, inovasi organisasi dibagi menjadi tiga domain utama:

- a. Inovasi Produk, yang menitikberatkan pada pengembangan barang atau layanan baru dengan peningkatan fungsi dan nilai tambah signifikan;
- b. Inovasi Proses, yaitu pemanfaatan teknologi atau metode terkini yang mengubah alur produksi dan distribusi produk atau layanan;
- c. Inovasi Administrasi, berupa penyusunan ulang sistem manajemen dan prosedur operasional guna mendukung efektivitas dan efisiensi struktur organisasi (Najah et al., 2025).

2. Strategi Inovasi di Era Digital

Era digital bukan sekadar menyediakan alat, melainkan memaksa organisasi untuk menginternalisasi pola pikir digital pada seluruh lapisan. Pengintegrasian teknologi digital mulai dari perangkat keras, platform lunak, hingga sistem analitik membuka peluang bagi peningkatan kecepatan respons, transparansi data, dan akurasi pengambilan keputusan (Najah et al., 2025). Lebih jauh, pengembangan kompetensi digital SDM melalui pelatihan *data literacy*, *design thinking*, dan *agile methodology* menjadi prasyarat mutlak agar setiap individu mampu memanfaatkan teknologi secara optimal dan inovatif.

Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), dan analisis big data memungkinkan organisasi tidak hanya mengotomasi proses internal, tetapi juga mendalami kebutuhan konsumen secara real-time. Dengan demikian, inovasi yang dihasilkan dapat lebih tepat sasaran dan responsif terhadap perubahan pasar.

3. Daya Saing Organisasi dalam Konteks Digital

Daya saing organisasi terletak pada kemampuannya menjaga relevansi dan kinerja unggul di lingkungan kompetitif (Najah et al., 2025). Di era globalisasi, sumber daya finansial atau fisik saja tidak lagi cukup; kreativitas, fleksibilitas, dan kapabilitas inovatif menjadi pijakan utama. Hasil penelitian pada perusahaan publik di Indonesia menunjukkan bahwa inovasi teknologi dapat menjelaskan 67,3 % variasi efisiensi biaya dan 72,1 % daya saing perusahaan (Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 2025), yang membuktikan betapa krusialnya inovasi dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi.

4. Transformasi Digital dan Implikasinya

Transformasi digital bukan fenomena sesaat, melainkan evolusi menyeluruh yang mempengaruhi efisiensi, produktivitas, struktur organisasi, dan budaya kerja (Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 2024). Di sektor UMKM, misalnya, adaptasi digital telah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas. Namun, tantangannya nyata: keterbatasan dana, keterampilan teknis yang masih rendah, serta kerentanan keamanan data (Purnomo, 2024).

5. Kepemimpinan dan Budaya Inovasi

Kepemimpinan transformasional menjadi motor utama yang menggerakkan inovasi. Pemimpin visioner memfasilitasi ruang eksperimen, mendorong toleransi atas kegagalan sebagai bagian dari proses belajar, dan menanamkan budaya kolaboratif yang mendukung pengembangan ide baru (Najah et al., 2025). Hartanto (2024) menambahkan bahwa lingkungan kerja yang kondusif di mana karyawan merasa dihargai dan termotivasi akan memperkuat daya tahan organisasi dalam menghadapi perubahan cepat.

6. Strategi Implementasi dan Pengambilan Keputusan

Implementasi inovasi memerlukan kerangka kerja terintegrasi:

- a. Produk & Layanan: Mendesain dan meluncurkan solusi yang mampu menjawab kebutuhan pasar terkini;

- b. Proses: Mengadopsi metode dan teknologi baru untuk meningkatkan produktivitas;
- c. Organisasi: Menyusun ulang struktur dan prosedur untuk mempercepat alur inovasi;
- d. Kolaborasi Eksternal: Membangun kemitraan strategis dengan akademisi, lembaga riset, maupun ekosistem startup (Najah et al., 2025).

Pengambilan keputusan berbasis data juga menjadi kunci. Melalui analitik dan *machine learning*, organisasi dapat memetakan tren, mengukur efektivitas inisiatif, dan mengalokasikan sumber daya secara lebih tepat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelaah berbagai literatur yang relevan, seperti artikel akademis, jurnal, buku, dan laporan penelitian terdahulu. Data yang dikumpulkan meliputi informasi yang mengenai strategi manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Lingkungan Bisnis Saat Ini Dan Implikasinya Terhadap Strategi Inovasi Bisnis.

Perubahan ini terlihat dalam metode perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Teknologi digital memungkinkan berbagai proses menjadi otomatis, pengelolaan data berlangsung lebih efektif, dan peningkatan tingkat produktivitas. Lebih jauh lagi, kemajuan dalam komunikasi dan konektivitas telah menciptakan peluang untuk ekspansi pasar secara internasional. Saat ini, perusahaan dapat dengan mudah berinteraksi dengan pelanggan dan mitra di seluruh dunia melalui internet dan platform digital lainnya. Perubahan ini telah mendesain ulang persaingan, di mana perusahaan yang bisa memanfaatkan teknologi digital memperoleh keunggulan dalam bersaing. Selain itu, teknologi digital juga membuka jalan untuk model bisnis baru, seperti ekonomi berbagi serta platform online, yang merubah cara nilai diciptakan dan disebarkan dalam ekosistem bisnis. Selain itu, penerapan teknologi digital juga mendorong inovasi dalam produk dan layanan, yang memungkinkan perusahaan lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan perkembangan pasar yang ada saat ini.

Secara keseluruhan, kemajuan teknologi digital telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam perubahan di lingkungan bisnis, merombak cara perusahaan beroperasi, bersaing, dan menciptakan nilai.

Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal Yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Merancang Strategi Inovasi Bisnis Di Era Digital

Dalam menciptakan strategi inovasi bisnis bagi era digital, perusahaan perlu memperhatikan sejumlah elemen internal yang sangat penting. Pertama-tama, budaya inovasi harus ditanamkan dalam struktur organisasi, dengan cara mendorong seluruh karyawan berpikir secara kreatif, menawarkan ide-ide baru, dan menerapkan metode inovatif dalam pekerjaan mereka. Selain itu, perusahaan perlu menilai kemampuan teknologinya yang ada, termasuk infrastruktur TI dan keahlian tenaga kerja, guna memastikan cukupnya sumber daya untuk mengembangkan serta mengimplementasikan solusi inovatif. Selanjutnya, partisipasi karyawan menjadi sangat penting, di mana perusahaan harus menciptakan suasana kerja yang mendorong kolaborasi dan keterlibatan aktif dalam penerapan inovasi. Rencana inovasi juga harus sejalan dengan visi dan tujuan perusahaan, didukung oleh kepemimpinan yang kuat untuk memperkuat budaya inovasi secara menyeluruh. Perusahaan harus memahami serta mengelola risiko yang berkaitan dengan upaya inovatif, sambil melakukan penilaian berkala terhadap hasil inovasi sebelumnya untuk menemukan pelajaran yang bisa diterapkan dalam perbaikan strategi inovasi di masa depan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal tersebut, perusahaan bisa merancang strategi inovasi yang efektif dan berkelanjutan, memungkinkan mereka tetap kompetitif dalam era digital yang terus berubah.

Pengaruh faktor eksternal dalam dunia usaha di era digital sangat signifikan dan seringkali menjadi elemen utama yang memengaruhi kinerja serta keberlangsungan perusahaan. Elemen-elemen tersebut mencakup aspek sosial, politik, ekonomi, lingkungan, teknologi, dan hukum. Perubahan kebijakan pemerintah, stabilitas politik, serta regulasi bisnis dapat berdampak besar pada aktivitas perusahaan. Fluktuasi kondisi ekonomi seperti inflasi, suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi secara umum juga memiliki pengaruh langsung terhadap bisnis, baik dari sisi biaya operasional maupun potensi pertumbuhan. Perubahan dalam selera konsumen, demografi, serta tren sosial bisa memengaruhi permintaan terhadap produk dan layanan, yang memerlukan penyesuaian dari perusahaan. Kemajuan teknologi dapat mengubah cara menjalankan

bisnis, menciptakan peluang baru, dan mengancam keberadaan perusahaan yang tidak mampu beradaptasi. Faktor lingkungan, seperti perubahan iklim dan peningkatan kesadaran lingkungan, telah mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan efek lingkungan dari aktivitas mereka. Regulasi lingkungan yang ketat dapat menjadi sumber biaya tambahan dan memicu perubahan dalam proses produksi. Aspek hukum juga berperan besar dalam operasional bisnis, termasuk perubahan pada regulasi ketenagakerjaan, keselamatan produk, dan pajak. Oleh karena itu, perusahaan perlu mampu mengidentifikasi serta merespons dengan bijak faktor-faktor eksternal tersebut untuk mengurangi risiko dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Perusahaan yang bisa beradaptasi secara cepat dengan perubahan di lingkungan eksternal akan mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih dalam jangka panjang.

Identifikasi Peluang Inovasi Bisnis Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Tren Pasar Saat Ini Inovasi dalam dunia bisnis memegang posisi yang sangat signifikan saat menghadapi perubahan yang dinamis dan kerumitan lingkungan usaha global saat ini. Perkembangan teknologi yang pesat menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong urgensi inovasi ini. Perusahaan yang mampu berinovasi dapat memanfaatkan teknologi terbaru dan memasukkannya ke dalam operasi mereka, sehingga meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Selain itu, dengan mengikuti pergeseran tren pasar yang terus berubah, inovasi dalam bisnis memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Dalam merespons perubahan dalam pasar, perusahaan perlu bisa mengenali tren baru dan menciptakan produk serta layanan yang relevan agar tetap berada di jalur persaingan.

Selain menjadi elemen penting untuk meraih keunggulan kompetitif, inovasi dalam bisnis juga berperan dalam membantu perusahaan menghadapi tantangan dan krisis yang mungkin muncul. Dengan mengandalkan inovasi, perusahaan dapat menemukan solusi kreatif untuk berbagai masalah yang dihadapi, baik di bidang operasional, finansial, maupun manajerial. Kemampuan untuk beradaptasi dan menciptakan solusi inovatif menjadi faktor penting untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis dalam jangka waktu yang panjang.

Lebih dari itu, inovasi dalam bisnis juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan. Dengan meluncurkan produk atau layanan baru, atau bahkan memasuki pasar baru, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan serta mengembangkan usahanya. Inovasi pun sangat diperlukan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan.

Perusahaan yang mampu berinovasi biasanya lebih fleksibel dan mampu beradaptasi terhadap perubahan di lingkungan, termasuk momen-momen transisi regulasi, tren pasar, dan kondisi ekonomi. Oleh karena itu, inovasi dalam bisnis menjadi esensial untuk memastikan kelangsungan usaha dalam jangka panjang di tengah-tengah perubahan yang terus-menerus dalam lingkungan bisnis yang penuh dinamika dan tantangan.

Hambatan Utama Yang Dihadapi Oleh Organisasi Dalam Menerapkan Strategi Inovasi Bisnis Di Era Digital Dan Cara Mengatasinya.

Saat menerapkan strategi inovasi bisnis di zaman digital, organisasi berhadapan dengan sejumlah tantangan signifikan. Salah satu permasalahan yang muncul adalah ketidakpastian yang berhubungan dengan regulasi, di mana perubahan yang cepat dalam kebijakan pemerintah terkait teknologi digital bisa mengganggu perencanaan dan pelaksanaan inovasi. Selain itu, terdapat kekurangan skill dan kapasitas di kalangan staff, yang merupakan masalah penting mengingat perlunya keterampilan yang sesuai dengan kemajuan teknologi seperti AI dan analisis data. Tantangan lain muncul dari alokasi sumber daya, terutama bagi organisasi kecil atau di negara-negara berkembang, yang bisa menyulitkan investasi yang dibutuhkan untuk inovasi. Isu mengenai keamanan dan privasi data juga perlu diperhatikan, karena risiko yang meningkat di era digital menuntut adanya perlindungan data yang kuat dan kepatuhan terhadap regulasi privasi yang berlaku. Resistensi dari berbagai pihak terkait, termasuk pemegang saham dan karyawan, bisa menghalangi inisiatif inovasi jika tidak dikelola dengan tepat. Lebih jauh lagi, budaya organisasi yang tidak mendukung inovasi, sering kali bersikap konservatif atau resisten terhadap perubahan, juga bisa menjadi penghalang yang signifikan. Terakhir, tingginya kompetisi di pasar yang sangat bersaing memberi tekanan tambahan bagi organisasi untuk terus berinovasi guna menjaga relevansi dan daya saing. Dengan mengatasi berbagai kendala tersebut, organisasi dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam menerapkan strategi inovasi di era digital.

Dalam menerapkan strategi inovasi bisnis di era digital, organisasi menghadapi banyak tantangan penting. Untuk mengatasi hambatan ini, langkah-langkah berikut bisa diambil oleh organisasi atau perusahaan. Pertama, sangat penting bagi organisasi untuk menciptakan suasana kerja yang mendukung inovasi dengan mendorong kreativitas, kolaborasi, dan kemampuan mengambil risiko di kalangan karyawan. Selanjutnya, manajemen risiko yang baik menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi dan

mengelola risiko yang disertakan dengan inovasi. Selain itu, investasi dalam infrastruktur dan teknologi juga sangat penting agar organisasi memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung upaya inovasi mereka. Berkolaborasi dengan mitra luar bisa membantu organisasi mendapatkan akses ke sumber daya tambahan dan gagasan baru. Komunikasi yang jelas mengenai visi, tujuan, dan manfaat inovasi juga diperlukan untuk mendapatkan dukungan dari seluruh organisasi. Pengembangan keterampilan karyawan melalui pelatihan dan peningkatan kapasitas akan memperkuat kemampuan organisasi dalam menghadapi tantangan inovasi. Terakhir, penting untuk secara rutin memantau dan mengevaluasi kinerja inovasi guna mengidentifikasi keberhasilan serta memperbaiki strategi inovasi. Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini, organisasi dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam menerapkan strategi inovasi bisnis di era digital.

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap strategi bisnis dan inovasi organisasi. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa digitalisasi tidak hanya mempercepat proses operasional, tetapi juga membuka peluang untuk pembaruan model bisnis yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi. Keberadaan teknologi seperti kecerdasan buatan dan *Internet of Things* semakin memperkuat peran digitalisasi dalam menciptakan nilai tambah.

Secara internal, budaya inovasi yang kuat menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan strategi inovasi. Karyawan yang terlibat aktif dalam proses inovatif memberikan kontribusi signifikan terhadap kelangsungan dan keunggulan organisasi. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa inovasi tidak bisa berjalan secara parsial, tetapi harus menjadi bagian dari struktur dan nilai organisasi secara menyeluruh.

Faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, dan perubahan sosial turut memengaruhi strategi inovasi. Organisasi yang adaptif terhadap perubahan ini menunjukkan ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan pasar. Ini menegaskan pentingnya pemantauan terhadap lingkungan eksternal sebagai bagian dari perencanaan inovasi.

Peluang inovasi muncul dari kemampuan organisasi dalam membaca kebutuhan pasar dan menyesuaikan diri secara cepat. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi yang

relevan dan tepat waktu mampu menjaga posisi kompetitif organisasi. Dalam konteks ini, inovasi bukan hanya bentuk respons, tetapi juga strategi proaktif dalam memenangkan pasar.

Hambatan seperti keterbatasan SDM, ketidakpastian regulasi, dan resistensi terhadap perubahan merupakan tantangan utama yang dapat memperlambat proses inovasi. Namun, dengan pendekatan strategis seperti pelatihan, komunikasi internal yang kuat, dan kolaborasi eksternal, tantangan ini dapat diatasi. Ini menunjukkan pentingnya perencanaan inovasi yang menyeluruh, tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek manusia dan organisasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi manajemen inovasi di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menyatukan aspek internal dan eksternal secara sinergis. Inovasi yang dikelola secara efektif tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga menjadi landasan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi di masa depan.

4. KESIMPULAN

Dalam menghadapi tantangan serta perubahan yang dihadirkan oleh era digital, pengelolaan inovasi menjadi elemen krusial untuk kelangsungan dan keunggulan kompetitif suatu organisasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi bukan semata-mata tanggung jawab bagian tertentu, melainkan kewajiban bersama seluruh elemen dalam organisasi. Dengan mengembangkan budaya inovasi, memanfaatkan teknologi digital, dan membangun kerja sama dengan pihak luar, organisasi mampu menghasilkan solusi yang sesuai dan responsif terhadap permintaan pasar. Meskipun ada banyak rintangan yang perlu dihadapi, tindakan strategis yang tepat dapat membantu organisasi menangani tantangan ini. Oleh karena itu, sangat penting bagi organisasi untuk terus mencari dan menerapkan metode pengelolaan inovasi yang tepat dan efisien, demi menjamin kesuksesan serta perkembangan di tengah perubahan cepat dalam dunia bisnis

5. DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A., Widiana, I. N. W., Nur, S., Muniarty, P., Lotaningrat, D., Rijal, S., ... Muslimin, M. (2023). Manajemen inovasi. CV Istana Agency.
- Awan, K., Diharto, S. E., & Ag, M. (2022). MANAJEMEN INOVASI DAN KREATIVITAS (1st ed., Vol. 1). GERBANG MEDIA AKSARA.

- Boyke Setiawan Soeratin. (2024). PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN INOVASI UNTUK DAYA SAING PERUSAHAAN DALAM INDUSTRI E-COMMERCE. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(1), 1186–1196.
- Dampak inovasi teknologi terhadap efisiensi biaya dan daya saing perusahaan di Indonesia. (2025). *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2).
- Hadikusumo, R. A. (2024). Innovation strategies in digital economy-based business: A literature review. *Eastern Asian Business Management International Journal*, 6(3), 76–84.
- Halsa, D., Hawignyo, H., & Supriyadi, D. (2022). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2). <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.528>
- Hartanto. (2024). Inovasi dalam manajemen kinerja: Membangun produktivitas dan kesejahteraan organisasi. PT Media Penerbit Indonesia.
- Kamal, M., & Rozi, S. (2020). THE CULTURED ISLAM: THE BOUNDARY OF ISLAMIC IDENTITY BETWEEN THE MINANGKABAU AND MANDAILING ETHNICS. *EL-HARAKAH (TERAKREDITASI)*, 22(2), 223–243. <https://doi.org/10.18860/eh.v22i2.9021>
- Khasanah, A., Larian, N. A., & Astuti, D. (2025). Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global. *Journal of Business Economics and Management*, 01, 230–234.
- Maxim Adolf Tilaar, R., Albert Jekson Mardame Silalahi, V., Sintadevi Siahaan, R., Juita Situmorang, K., & Gamaliel Dotulong Tangkudung, A. (2024). STRATEGI INOVASI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PERTUMBUHAN ORGANISASI DI ERA DIGITAL. In *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* (Vol. 8, Issue 4).
- Merchant, K. A. and V. der S. (2004). Sistem pengendalian manajemen: pengukuran, Kinerja, Evaluasi, dan Insentif. *Sistem Pengendalian Manajemen: Pengukuran, Kinerja, Evaluasi, Dan Insentif*.
- Najah, S., Haryanti, N. I. A., Fidori, F. A., & Mu'alimin, M. (2025). Strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing organisasi di era digital. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 128–138.
- Purnomo, S. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2).

- Rofi'ah, R., Avira, S., Budiasih, B., & Agustin, S. K. (2022). PENGGUNAAN MANAJEMEN TALENTA PADA MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI STRATEGI ORGANISASI. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2643>
- Transformasi digital dan dampaknya pada organisasi. (2024). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*.
- Wanda Noer Alichia, Maulidya Khoirunnisa, Bintaniya Zakka Al-Madani, Rusdi Hidayat, & Maharani Ikaningtyas. (2024). STRATEGI INOVASI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PERTUMBUHAN ORGANISASI DI ER DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 50–59.