



Perkembangan Strategi Manajemen Inovasi dalam Dua Dekade Terakhir: Systematic Literature Review

Rahmat Andriansyah¹, Wahyu Widodo², M. Rezki Oktavianoor³

¹Universitas Salakanagara

²Universitas Bina Bangsa

³MNC University

Email : rahmat.andriansyah@unsaka.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji evolusi strategi manajemen inovasi dalam dua dekade terakhir melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Di tengah transformasi bisnis global yang dipicu oleh digitalisasi, globalisasi, dan tuntutan keberlanjutan, organisasi perlu mengembangkan strategi inovasi yang adaptif dan berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing. Proses tinjauan sistematis dilakukan berdasarkan protokol PRISMA, yang melibatkan identifikasi 470 artikel dari empat basis data utama, dan menghasilkan 10 artikel utama yang relevan dan berkualitas.

Temuan penelitian dikategorikan dalam empat tema utama: Innovation Management, Strategic Innovation Management, Innovation Culture and Organization, serta Sustainability and Long-Term Innovation. Studi menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil bergantung pada pendekatan sistematis yang mempertimbangkan interaksi antara strategi, teknologi, budaya organisasi, dan dinamika pasar. Strategi inovasi yang terintegrasi, kolaboratif, serta berbasis pada prinsip keberlanjutan menjadi kunci dalam merespons tantangan era digital.

Penelitian ini menekankan pentingnya budaya inovasi yang mendorong kolaborasi dan eksperimen, serta peran transformasi digital sebagai penggerak utama inovasi strategis. Selain itu, manajemen risiko dan adaptabilitas organisasi menjadi elemen kritis dalam menjamin keberhasilan inovasi jangka panjang. Dengan menyajikan sintesis dari berbagai pendekatan dan praktik inovasi, studi ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam mengarahkan strategi manajemen inovasi yang relevan dengan tuntutan bisnis modern.

Kata kunci: manajemen inovasi, strategi inovasi, transformasi digital, budaya organisasi, keberlanjutan, systematic literature review.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji evolusi strategi manajemen inovasi dalam dua dekade terakhir melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Di tengah transformasi bisnis global yang dipicu oleh digitalisasi, globalisasi, dan tuntutan keberlanjutan, organisasi perlu mengembangkan strategi inovasi yang adaptif dan berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing. Proses tinjauan sistematis dilakukan berdasarkan protokol PRISMA, yang melibatkan identifikasi 470 artikel dari empat basis data utama, dan menghasilkan 10 artikel utama yang relevan dan berkualitas.

Temuan penelitian dikategorikan dalam empat tema utama: Innovation Management, Strategic Innovation Management, Innovation Culture and Organization, serta Sustainability and Long-Term Innovation. Studi menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil bergantung pada pendekatan sistematis yang mempertimbangkan interaksi antara strategi, teknologi, budaya organisasi, dan dinamika pasar. Strategi inovasi yang terintegrasi, kolaboratif, serta berbasis pada prinsip keberlanjutan menjadi kunci dalam merespons tantangan era digital.

Penelitian ini menekankan pentingnya budaya inovasi yang mendorong kolaborasi dan eksperimen, serta peran transformasi digital sebagai penggerak utama inovasi strategis. Selain itu, manajemen risiko dan adaptabilitas organisasi menjadi elemen kritis dalam menjamin keberhasilan inovasi jangka panjang. Dengan menyajikan sintesis dari berbagai pendekatan dan praktik inovasi, studi ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam mengarahkan strategi manajemen inovasi yang relevan dengan tuntutan bisnis modern.

Kata kunci: manajemen inovasi, strategi inovasi, transformasi digital, budaya organisasi, keberlanjutan, systematic literature review.

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, lanskap bisnis global telah mengalami transformasi yang signifikan, didorong oleh kemajuan teknologi yang pesat, perubahan preferensi konsumen, dan meningkatnya kompleksitas tantangan lingkungan dan sosial (Ramadhan, 2023). Perusahaan modern dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang kompetitif dan dinamis ini (Pontjoharyo, 2023). Inovasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan suatu keharusan strategis bagi organisasi yang ingin mencapai keunggulan kompetitif dan menciptakan nilai jangka panjang (Kusworo, 2019). Manajemen inovasi, sebagai disiplin ilmu yang berfokus pada pengelolaan proses inovasi dari konsepsi hingga komersialisasi, telah menjadi semakin penting dalam membantu organisasi menavigasi kompleksitas ini dan memanfaatkan peluang yang muncul (Nalurita & Sari, 2023). Strategi yang efektif menjadi sangat penting dalam pengembangan bisnis, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi, bersaing, dan berkembang dalam pasar yang terus berubah (Sukarno & Ahsan, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan tinjauan sistematis terhadap perkembangan strategi manajemen inovasi selama dua dekade terakhir, mengidentifikasi tren utama, pendekatan yang muncul, dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi dalam upaya mereka untuk mendorong inovasi. Tinjauan ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi manajemen inovasi telah berevolusi untuk mengatasi perubahan lanskap bisnis, termasuk digitalisasi, globalisasi, dan keberlanjutan, serta bagaimana organisasi dapat mengadaptasi strategi mereka untuk mencapai kesuksesan inovasi di masa depan. Transformasi digital merupakan tantangan utama, yang mana mencakup perubahan besar dalam masyarakat dan industri melalui pemanfaatan teknologi digital (Kurniawan et al., 2021).

Pada awalnya, fokus utama strategi manajemen inovasi adalah pada pengembangan produk dan teknologi baru, dengan penekanan pada riset dan pengembangan internal dan perlindungan kekayaan intelektual. Perusahaan cenderung mengadopsi pendekatan "tertutup" terhadap inovasi, di mana ide-ide baru dikembangkan secara internal dan dilindungi dari pesaing. Seiring berjalannya waktu, model inovasi terbuka mulai mendapatkan daya tarik, mengakui bahwa ide-ide bagus dapat berasal dari berbagai sumber eksternal, seperti pelanggan, pemasok, universitas, dan bahkan pesaing. Perusahaan mulai berkolaborasi dengan mitra eksternal untuk berbagi pengetahuan, sumber daya, dan risiko dalam pengembangan inovasi. Perusahaan yang menerapkan metode konvensional akan mengalami beberapa kendala dalam mempertahankan performa kerja, terutama yang berkaitan dengan perhitungan keuntungan secara materi dan sumber daya manusia (Putra et al., 2023).

Selain itu, globalisasi telah memainkan peran penting dalam evolusi strategi manajemen inovasi. Dengan meningkatnya persaingan global, perusahaan perlu mencari cara untuk berinovasi lebih cepat, lebih efisien, dan lebih efektif. Hal ini telah mendorong adopsi praktik manajemen inovasi yang lebih lean dan agile, serta fokus yang lebih besar pada inovasi yang berpusat pada pelanggan. Perusahaan juga semakin menyadari pentingnya membangun budaya inovasi yang mendukung eksperimen, pembelajaran, dan kolaborasi di seluruh organisasi. Transformasi digital juga berdampak besar pada strategi manajemen inovasi. Teknologi digital telah menciptakan peluang baru untuk inovasi, seperti pengembangan produk dan layanan digital baru, model bisnis baru, dan cara baru untuk berinteraksi dengan pelanggan. Perusahaan yang berhasil melakukan transformasi digital mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis mereka, mulai dari operasi internal hingga interaksi pelanggan (Sumartono et al., 2024).

Meskipun strategi manajemen inovasi telah berkembang pesat dalam dua dekade terakhir, organisasi masih menghadapi sejumlah tantangan dalam upaya mereka untuk mendorong inovasi yang berkelanjutan. Salah satu tantangan utama adalah mengelola ketidakpastian dan risiko yang terkait dengan inovasi. Inovasi seringkali melibatkan eksplorasi ide-ide baru yang belum teruji, dan tidak ada jaminan bahwa investasi dalam inovasi akan menghasilkan pengembalian yang positif. Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan kemampuan untuk mengelola risiko inovasi secara efektif, termasuk melakukan eksperimen yang terkontrol, memantau hasil inovasi secara

cermat, dan belajar dari kegagalan. Tantangan lain adalah mengatasi hambatan organisasi terhadap inovasi.

Selain tantangan, ada juga sejumlah peluang besar bagi organisasi yang mampu mengelola inovasi secara efektif. Salah satunya adalah dengan mendorong kepemimpinan dan pola pikir kewirausahaan melalui pelatihan berkelanjutan, yang terbukti memediasi hubungan antara budaya kewirausahaan dan pola pikir kewirausahaan dengan kinerja organisasi (Perkasa & Abadi, 2020). Inovasi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk dan layanan, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi juga dapat membantu perusahaan untuk memasuki pasar baru, menciptakan model bisnis baru, dan mengatasi tantangan sosial dan lingkungan.

Dalam menentukan strategi transformasi digital, manajer perlu memahami keadaan organisasi mereka saat ini (Putri et al., 2021). Penelitian mengenai definisi dan pengukuran ketahanan organisasi masih dalam tahap awal (Akbari et al., 2022). Dalam konteks ini, inovasi muncul sebagai salah satu mesin utama transformasi digital, membuka jalan bagi model bisnis baru dan pertumbuhan (Jowarder, 2024). Namun, implementasi transformasi digital bukan tanpa tantangan. Resistensi terhadap perubahan merupakan kendala yang signifikan, terutama di antara karyawan yang khawatir tentang peran mereka (Fahmi, 2024).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak transformasi digital terhadap efisiensi operasional dan daya saing perusahaan (Sumartono et al., 2024). Transformasi digital lebih dari sekadar mengadopsi teknologi baru; ini membutuhkan perubahan mendasar dalam budaya, proses, dan pola pikir organisasi. Studi perilaku organisasi memberikan wawasan berharga tentang bagaimana individu dan kelompok berperilaku di tempat kerja (Hakiki et al., 2023).

METODE

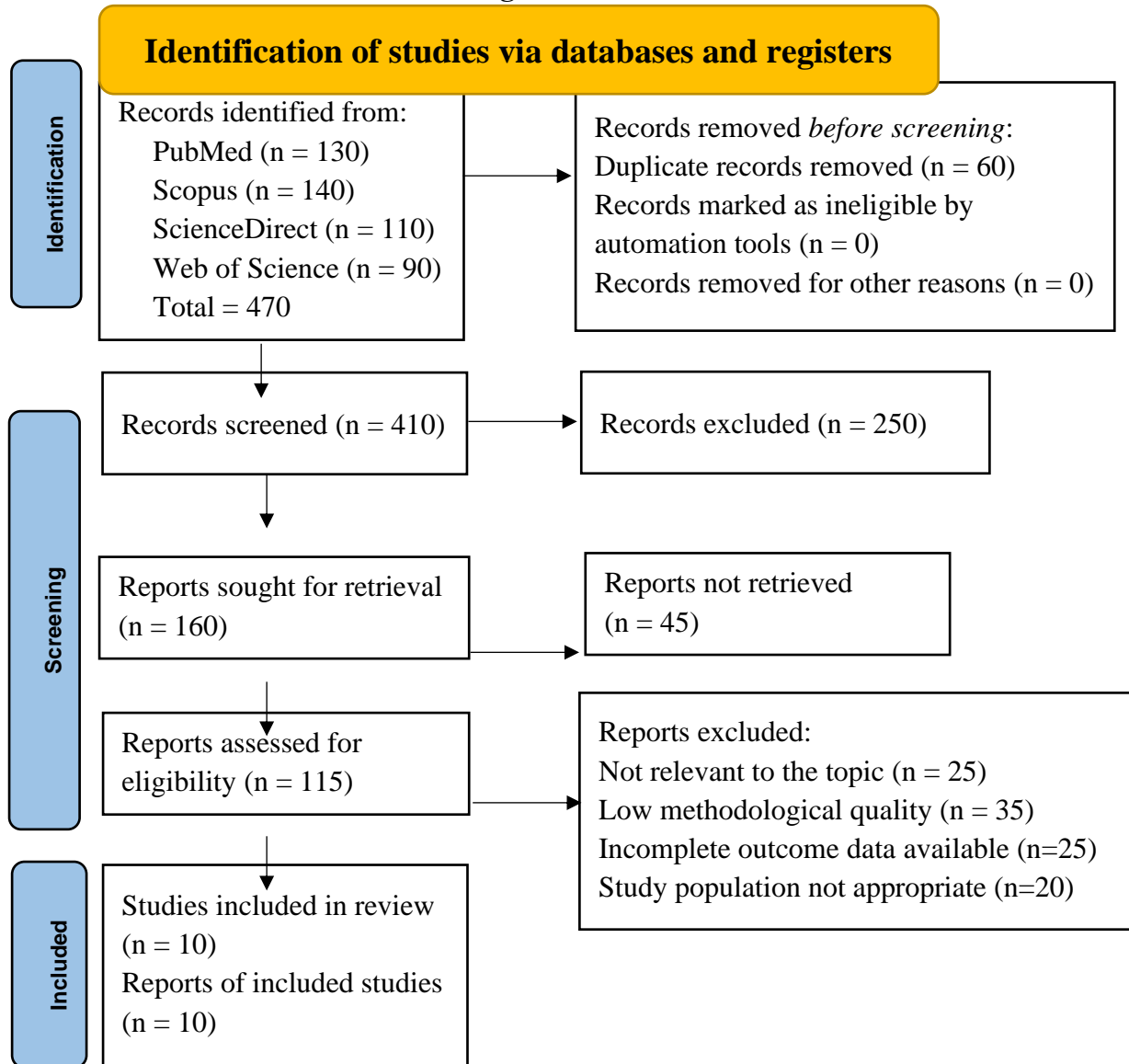
Metodologi Systematic Literature Review (SLR) merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menganalisis semua bukti yang relevan terkait suatu pertanyaan penelitian tertentu secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi. Metode ini berbeda dari tinjauan pustaka tradisional karena melibatkan prosedur yang ketat dan terstandar dalam pemilihan, penyaringan, dan analisis literatur. Tujuan utama dari SLR adalah untuk memberikan pemahaman menyeluruh dan menyatukan hasil penelitian yang telah ada guna menjawab pertanyaan penelitian dengan dasar bukti yang kuat. Langkah-langkah utama dalam SLR umumnya meliputi perumusan pertanyaan penelitian, penentuan kriteria inklusi dan eksklusi, pencarian literatur secara sistematis, seleksi studi, ekstraksi data, serta analisis dan sintesis hasil.

Proses awal dalam SLR dimulai dengan merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan terfokus, yang sering kali menggunakan kerangka kerja seperti PICO (Population, Intervention, Comparison, Outcome) untuk memperjelas elemen kunci dari topik yang akan ditinjau. Selanjutnya, peneliti menentukan kriteria inklusi dan eksklusi untuk menyaring studi yang akan dimasukkan dalam ulasan. Kriteria ini biasanya mencakup aspek-aspek seperti topik penelitian, jenis studi, tahun publikasi, bahasa, dan kualitas metodologi. Setelah itu, dilakukan pencarian literatur secara sistematis di berbagai database ilmiah seperti PubMed, Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar, menggunakan kata kunci yang relevan dan kombinasi Boolean operator (AND, OR, NOT) untuk memperoleh hasil pencarian yang komprehensif namun tetap spesifik.

Tahap selanjutnya adalah seleksi dan ekstraksi data dari artikel yang telah memenuhi kriteria. Proses seleksi biasanya melibatkan penyaringan berdasarkan judul dan abstrak terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan peninjauan teks lengkap. Studi yang lolos seleksi kemudian dianalisis lebih lanjut dengan mengekstrak informasi penting seperti tujuan penelitian, desain studi, partisipan, intervensi, hasil, dan kesimpulan. Data yang telah diekstrak kemudian dianalisis dan disintesis, baik secara kualitatif maupun kuantitatif (jika memungkinkan), untuk menarik kesimpulan umum terkait topik penelitian. Dalam seluruh proses ini, transparansi dan dokumentasi yang rinci sangat penting agar ulasan dapat direplikasi dan dapat diuji validitasnya oleh peneliti lain. Dengan metodologi yang terstruktur seperti ini, systematic literature review menjadi salah satu

metode yang kuat untuk menyajikan bukti ilmiah yang terpercaya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan klinis maupun kebijakan.

**Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA)
 Diagram Flow**



Berdasarkan pada *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) Diagram Flow di atas, proses pemilahan literatur dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama, yaitu identifikasi, penyaringan (*screening*), dan inklusi. Pada tahap identifikasi, total sebanyak 470 artikel berhasil ditemukan dari empat sumber basis data utama, yaitu PubMed (n = 130), Scopus (n = 140), ScienceDirect (n = 110), dan Web of Science (n = 90). Dari jumlah tersebut, 60 artikel dihapus karena merupakan duplikasi, sedangkan tidak ada artikel yang ditandai tidak layak oleh alat otomatis maupun yang dihapus karena alasan lainnya. Dengan demikian, 410 artikel tersisa untuk tahap penyaringan awal.

Selanjutnya, pada tahap penyaringan, 410 artikel tersebut dievaluasi berdasarkan judul dan abstraknya. Sebanyak 250 artikel dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria awal, baik karena ketidaksesuaian fokus, tidak relevan secara tematik, atau tidak memenuhi karakteristik metodologis awal. Setelah itu, 160 artikel dipilih untuk tahap pencarian teks lengkap (*full-text retrieval*). Namun,

dari jumlah tersebut, 45 artikel tidak berhasil diakses karena keterbatasan akses, misalnya artikel tidak tersedia secara gratis atau tidak dapat diperoleh dalam versi penuh.

Kemudian, dari 115 artikel yang berhasil diperoleh secara lengkap, dilakukan penilaian kelayakan (*eligibility assessment*) dengan mempertimbangkan sejumlah kriteria, seperti relevansi topik, kualitas metodologi, kelengkapan data hasil, dan kesesuaian populasi studi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa 105 artikel harus dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria, dengan rincian: 25 artikel tidak relevan terhadap topik penelitian, 35 artikel dinilai memiliki kualitas metodologi yang rendah, 25 artikel tidak menyajikan data hasil yang lengkap, dan 20 artikel melibatkan populasi yang tidak sesuai dengan tujuan studi.

Akhirnya, hanya 10 studi yang memenuhi seluruh kriteria seleksi dan dinyatakan layak untuk dimasukkan ke dalam tinjauan sistematis. PRISMA Diagram Flow ini memberikan gambaran yang transparan dan terstruktur mengenai proses seleksi literatur, yang memastikan bahwa hanya studi yang relevan, berkualitas, dan sesuai kriteria yang dijadikan dasar dalam penyusunan kajian sistematis tersebut. Proses ini sangat penting dalam menjamin validitas dan kekuatan temuan yang diperoleh dari hasil *systematic review*.

HASIL PENELITIAN

No	Judul Artikel	Temuan Utama
1	Innovation Management: A Systematic Literature Analysis of the Innovation Management Evolution (Lopes et al., 2016)	Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman konteks organisasi dalam manajemen inovasi yang kompleks dan multidisiplin, dengan faktor-faktor seperti manajemen proyek, strategi, dan pengetahuan memengaruhi efektivitas model inovasi.
2	Managing Innovation (Tidd, 2023)	Organisasi inovatif menunjukkan kinerja unggul dalam produktivitas, pertumbuhan, penjualan, dan layanan. Mengelola inovasi memerlukan keterampilan khusus dengan pendekatan terpadu yang melibatkan strategi, teknologi, dan perubahan pasar.
3	Development and Practical Implementation of Innovation Management Strategies (Berezovskyi et al., 2021)	Inovasi adalah kunci bagi perusahaan untuk meraih posisi pasar dominan. Pengembangan strategi inovasi yang efektif sangat mempengaruhi keputusan strategis dan operasional perusahaan, menjadikannya prioritas utama.
4	Innovation and Technology Management in Modern Enterprises (Yayha et al., 2024)	Kesimpulannya, manajemen teknologi dan inovasi sangat penting untuk kesuksesan bisnis modern. Organisasi perlu memahami prinsip dan strategi manajemen efektif untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan di pasar global yang kompetitif.
5	Innovation Strategy in Building an Organisational Culture that Supports Business Change: A Review from a Corporate Strategy Perspective (Ningsih & Tyas, 2024)	Inovasi penting untuk daya saing organisasi. Untuk menerapkannya, organisasi harus mengintegrasikan strategi inovasi, membangun budaya inovasi, mendorong kolaborasi, dan mengevaluasi kinerja melalui metrik yang tepat untuk keberlanjutan jangka panjang.
6	Development of Strategic Innovation Management Methodology of International	Studi ini mengidentifikasi alternatif pengelolaan inovasi strategis, menekankan kolaborasi antar bidang fungsional dan pentingnya analisis

	Organization: A Systemic View (Nozdrichev, 2024)	lingkungan eksternal serta pemantauan kemajuan untuk menyesuaikan strategi inovasi.
7	Innovation Strategies and the Business Perspective: A Synthesis of Existing Research and a Composed and Comprehensive Framework (Çubukcu et al., 2024)	Makalah ini menyimpulkan bahwa diperlukan strategi inovasi yang terpadu dan komprehensif untuk menghadapi pasar dinamis, kompetitif, serta pemendekan siklus hidup produk, dengan mengusulkan kerangka strategi inovasi yang disesuaikan kebutuhan bisnis.
8	Innovative Management (Rahbar, 2025)	Manajemen inovasi penting bagi organisasi untuk bersaing di pasar, melalui tahap ide, evaluasi, pengembangan, dan komersialisasi. Ini meningkatkan daya tarik merek, loyalitas konsumen, dan pangsa pasar.
9	Management of the Strategy of Innovative Development of the Economic Entity at Different Levels (Batsaikhan, 2023)	Implementasi sistem indikator seimbang penting untuk keberhasilan strategi inovatif, membantu entitas ekonomi fokus pada tujuan strategis dan distribusinya di berbagai divisi, serta memastikan upaya selaras dengan tujuan utama organisasi.
10	Innovative Strategies for Sustainable Development of Enterprises in a Changing Market (Khakhaliev & Minaiilo, 2024)	Artikel ini menyimpulkan bahwa kerangka kerja strategi inovatif penting bagi perusahaan untuk beradaptasi dengan pasar dinamis. Berbagai strategi inovasi, seperti proaktif dan inovasi terbuka, mendukung keunggulan kompetitif dan kesuksesan jangka panjang.

Berdasarkan tabel di atas, kita memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan dan penerapan manajemen inovasi dalam konteks organisasi dan bisnis modern. Tabel tersebut merangkum berbagai pendekatan, strategi, dan metodologi yang digunakan dalam penelitian-penelitian terkait manajemen inovasi. Penelitian-penelitian ini menelaah secara mendalam aspek-aspek penting seperti pengelolaan sumber daya, pemanfaatan teknologi, peran budaya organisasi, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Keseluruhan temuan tersebut menunjukkan bahwa manajemen inovasi memiliki peran krusial dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mendukung kelangsungan organisasi dalam jangka panjang.

Untuk memahami dinamika dan pendekatan yang beragam dalam penerapan inovasi di lingkungan bisnis modern, kajian ini membagi temuan-temuan penelitian ke dalam beberapa kategori utama yang merefleksikan fokus dan sudut pandang masing-masing studi. Setiap kategori menggambarkan dimensi tertentu dari manajemen inovasi, mulai dari pendekatan sistematis dalam mengelola inovasi organisasi, strategi inovasi yang dirancang untuk memenangkan persaingan pasar, peran budaya organisasi dalam mendorong inovasi, hingga pentingnya inovasi berkelanjutan untuk menjaga daya saing jangka panjang. Pembagian ini bertujuan untuk memberikan struktur yang jelas dalam menelaah kontribusi setiap penelitian terhadap pengembangan teori dan praktik manajemen inovasi secara menyeluruh.

Dalam kategori Innovation Management, penelitian yang dilakukan oleh Lopes et al. (2016) dan Tidd (2023) menekankan pentingnya pendekatan sistematis dalam manajemen inovasi dengan mempertimbangkan konteks organisasi. Lopes et al. (2016) mengungkapkan bahwa inovasi merupakan suatu proses yang multidisiplin, dimana faktor-faktor seperti manajemen proyek, strategi, dan pengetahuan berperan besar dalam menentukan efektivitas model inovasi yang diterapkan. Sementara itu, Tidd (2023) menyoroti bahwa untuk mencapai kinerja unggul, organisasi perlu mengelola inovasi dengan keterampilan khusus yang mencakup aspek strategi, teknologi, serta respons terhadap perubahan pasar. Keduanya menekankan bahwa untuk mewujudkan inovasi

yang efektif, perusahaan harus memahami interaksi antara berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi implementasi inovasi.

Berlanjut pada *Strategic Innovation Management*, penelitian oleh Berezovskyi et al. (2021) dan Yayha et al. (2024) menyoroti peran penting pengembangan strategi inovasi dalam mempertahankan posisi dominan di pasar. Berezovskyi et al. (2021) menegaskan bahwa inovasi adalah kunci dalam meraih keunggulan kompetitif jangka panjang, dan pengembangan strategi yang tepat akan mempengaruhi keputusan strategis dan operasional perusahaan. Yayha et al. (2024) menambahkan bahwa strategi manajemen teknologi dan inovasi yang efektif sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan di pasar global yang kompetitif. Pola yang muncul dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi inovasi yang terintegrasi dan holistik sangat diperlukan untuk menghadapi tantangan pasar dan memastikan keberhasilan jangka panjang.

Selanjutnya, kategori *Innovation Culture and Organization* menggali hubungan antara strategi inovasi dan budaya organisasi. Ningsih & Tyas (2024) berpendapat bahwa untuk mengimplementasikan inovasi dengan sukses, organisasi perlu membangun budaya inovasi yang mendukung perubahan, mendorong kolaborasi antar tim, dan mengevaluasi kinerja melalui metrik yang tepat. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya yang mendukung inovasi dan kolaborasi lintas fungsi memainkan peran penting dalam pencapaian keberhasilan inovasi, serta dalam menjaga daya saing organisasi di pasar yang berubah-ubah.

Terakhir, dalam kategori *Sustainability and Long-Term Innovation*, penelitian oleh Nozdrichev (2024), Çubukcu et al. (2024), dan Khakhaliev & Minaiilo (2024) mengemukakan pentingnya strategi inovasi yang berfokus pada keberlanjutan dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Nozdrichev (2024) menekankan pentingnya kolaborasi antar bidang fungsional dan analisis lingkungan eksternal dalam merancang strategi inovasi yang efektif, sementara Çubukcu et al. (2024) mengusulkan kerangka strategi inovasi yang menyeluruh untuk mengatasi tantangan siklus hidup produk yang semakin pendek. Khakhaliev & Minaiilo (2024) memperkenalkan konsep strategi inovasi proaktif dan inovasi terbuka sebagai pendekatan untuk menjaga keunggulan kompetitif dan sukses jangka panjang. Ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan daya saing, organisasi perlu fokus pada inovasi yang berkelanjutan dan adaptif, yang mampu menjawab perubahan kebutuhan pasar dan teknologi.

PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan oleh Lopes et al. (2016) menyoroti pentingnya memahami konteks organisasi dalam manajemen inovasi yang kompleks dan multidisiplin. Menurut penelitian ini, berbagai faktor, seperti manajemen proyek, strategi, dan pengetahuan, memainkan peran penting dalam mempengaruhi efektivitas model inovasi. Penelitian ini menekankan bahwa keberhasilan manajemen inovasi tidak hanya bergantung pada penerapan model yang tepat, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam terhadap dinamika organisasi dan lingkungan tempat model inovasi diterapkan. Pemahaman konteks ini menjadi kunci untuk merancang dan melaksanakan inovasi yang efektif dalam organisasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tidd (2023), dijelaskan bahwa organisasi yang mengelola inovasi dengan baik cenderung menunjukkan kinerja unggul dalam berbagai aspek, seperti produktivitas, pertumbuhan, penjualan, dan layanan. Penelitian ini menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan kompetitif, manajemen inovasi membutuhkan keterampilan khusus dan pendekatan terpadu. Pendekatan ini harus mencakup tidak hanya strategi dan teknologi, tetapi juga harus mampu merespons perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, manajemen inovasi tidak hanya sebagai elemen strategis, tetapi juga sebagai bagian integral dari proses transformasi dalam organisasi.

Penelitian oleh Berezovskyi et al. (2021) menekankan bahwa inovasi adalah elemen kunci dalam memungkinkan perusahaan untuk meraih posisi dominan di pasar. Pengembangan strategi inovasi yang efektif memiliki dampak besar terhadap keputusan strategis dan operasional perusahaan. Oleh karena itu, strategi inovasi harus menjadi prioritas utama bagi organisasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengintegrasikan inovasi dalam setiap aspek bisnis mereka dapat memimpin pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini mencerminkan pentingnya mengembangkan pendekatan yang tidak hanya reaktif, tetapi juga proaktif terhadap perubahan pasar dan teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Yayha et al. (2024) menegaskan bahwa manajemen teknologi dan inovasi sangat penting bagi kesuksesan bisnis modern. Organisasi harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip dan strategi manajemen yang efektif untuk meraih pertumbuhan jangka panjang. Dalam pasar yang semakin kompetitif dan global, penting bagi organisasi untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa organisasi yang mampu mengelola inovasi dengan baik memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Ningsih & Tyas (2024) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa untuk dapat bersaing di pasar yang semakin ketat, organisasi harus mengintegrasikan strategi inovasi dengan budaya organisasi yang mendukung perubahan. Penelitian ini menunjukkan bahwa membangun budaya inovasi yang kuat, yang mendorong kolaborasi antar tim dan departemen, adalah salah satu kunci untuk sukses. Evaluasi kinerja melalui metrik yang tepat juga menjadi bagian integral dalam memastikan bahwa strategi inovasi dapat diterapkan secara efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan inovasi tidak hanya terkait dengan strategi yang ditetapkan, tetapi juga dengan nilai dan budaya yang dijaga dalam organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nozdrichev (2024) membahas pengelolaan inovasi strategis dari perspektif metodologi organisasi internasional. Dalam studi ini, penulis menyoroti pentingnya kolaborasi antar berbagai bidang fungsional dan pemantauan kemajuan dalam pengelolaan inovasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemantauan yang tepat terhadap lingkungan eksternal dan penyesuaian strategi inovasi sangat diperlukan untuk memastikan keberhasilan dalam mencapai tujuan inovasi. Dalam konteks ini, analisis lingkungan eksternal menjadi aspek yang tak terpisahkan untuk menciptakan strategi inovasi yang tepat dan relevan dengan kondisi pasar dan industri.

Penelitian yang dilakukan oleh Çubukcu et al. (2024) menyarankan pentingnya mengembangkan strategi inovasi yang komprehensif dan terpadu untuk menghadapi pasar yang dinamis dan kompetitif. Dalam penelitian ini, penulis menyarankan bahwa perusahaan perlu mengembangkan kerangka kerja yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka untuk mengatasi pemendekan siklus hidup produk dan tantangan pasar. Penelitian ini juga mencatat bahwa keberhasilan strategi inovasi terletak pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan menyesuaikan strategi mereka agar tetap kompetitif.

Rahbar (2025) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa manajemen inovasi memainkan peran penting dalam kesuksesan jangka panjang organisasi. Dalam tahap-tahap seperti ideasi, evaluasi, pengembangan, dan komersialisasi, manajemen inovasi memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik merek, loyalitas konsumen, dan pangsa pasar. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa manajemen inovasi bukan hanya tentang menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga tentang bagaimana inovasi tersebut dapat diterima oleh pasar dan meningkatkan posisi organisasi dalam industri. Oleh karena itu, manajemen inovasi harus menjadi bagian dari strategi jangka panjang yang terus berkembang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Batsaikhan (2023), pentingnya implementasi sistem indikator seimbang dalam manajemen inovasi ditekankan untuk memastikan bahwa strategi inovatif berjalan sesuai dengan tujuan strategis organisasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem ini memungkinkan organisasi untuk fokus pada pencapaian tujuan dan memantau kemajuan di berbagai divisi. Sistem indikator seimbang ini membantu memastikan bahwa setiap upaya yang dilakukan dalam strategi inovasi terkoordinasi dengan baik dan berkontribusi pada pencapaian tujuan utama perusahaan. Dengan demikian, penerapan sistem ini sangat penting untuk keberhasilan manajemen inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Khakhaliev & Minaiilo (2024) mengungkapkan bahwa strategi inovatif yang diterapkan dengan tepat sangat penting untuk perusahaan yang ingin beradaptasi dengan pasar yang terus berubah. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi inovasi yang proaktif dan inovasi terbuka untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks ini, perusahaan diharapkan dapat merespons perubahan pasar dengan cepat dan memperkenalkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Penelitian ini juga mencatat bahwa keberhasilan jangka panjang dalam pasar yang dinamis sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan berinovasi secara berkelanjutan.

Dalam kategori Innovation Management, penelitian yang dilakukan oleh Lopes et al. (2016) dan Tidd (2023) menekankan pentingnya pendekatan sistematis dalam manajemen inovasi dengan mempertimbangkan konteks organisasi. Lopes et al. (2016) mengungkapkan bahwa inovasi merupakan suatu proses yang multidisiplin, dimana faktor-faktor seperti manajemen proyek, strategi, dan pengetahuan berperan besar dalam menentukan efektivitas model inovasi yang diterapkan. Mereka menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil tidak hanya bergantung pada penerapan model yang sudah ada, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam mengenai interaksi antara faktor-faktor tersebut dalam konteks organisasi. Sementara itu, Tidd (2023) menyoroti bahwa untuk mencapai kinerja unggul, organisasi perlu mengelola inovasi dengan keterampilan khusus yang mencakup aspek strategi, teknologi, serta respons terhadap perubahan pasar. Penelitian ini mempertegas bahwa manajemen inovasi yang sukses memerlukan pemahaman terhadap dinamika pasar dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan cepat. Keduanya menekankan bahwa untuk mewujudkan inovasi yang efektif, perusahaan harus memahami interaksi antara berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi implementasi inovasi.

Berlanjut pada Strategic Innovation Management, penelitian oleh Berezovsky et al. (2021) dan Yayha et al. (2024) menyoroti peran penting pengembangan strategi inovasi dalam mempertahankan posisi dominan di pasar. Berezovsky et al. (2021) menegaskan bahwa inovasi adalah kunci dalam meraih keunggulan kompetitif jangka panjang, dan pengembangan strategi yang tepat akan mempengaruhi keputusan strategis dan operasional perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengembangkan strategi inovasi yang sesuai dengan tujuan jangka panjangnya akan lebih mampu merespons perubahan pasar dan teknologi dengan cepat. Yayha et al. (2024) menambahkan bahwa strategi manajemen teknologi dan inovasi yang efektif sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan di pasar global yang kompetitif. Mereka menekankan pentingnya pengelolaan teknologi yang dapat mengintegrasikan inovasi secara holistik dalam berbagai aspek perusahaan. Pola yang muncul dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi inovasi yang terintegrasi dan holistik sangat diperlukan untuk menghadapi tantangan pasar dan memastikan keberhasilan jangka panjang, sehingga perusahaan tidak hanya bersaing, tetapi juga beradaptasi dengan perubahan pasar secara efektif.

Selanjutnya, kategori Innovation Culture and Organization menggali hubungan antara strategi inovasi dan budaya organisasi. Ningsih & Tyas (2024) berpendapat bahwa untuk mengimplementasikan inovasi dengan sukses, organisasi perlu membangun budaya inovasi yang mendukung perubahan, mendorong kolaborasi antar tim, dan mengevaluasi kinerja melalui metrik yang tepat. Penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya organisasi yang mendukung inovasi sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi. Selain itu, budaya tersebut mendorong kolaborasi lintas fungsi, yang memungkinkan ide-ide inovatif berkembang lebih baik. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya yang mendukung inovasi dan kolaborasi lintas fungsi memainkan peran penting dalam pencapaian keberhasilan inovasi, serta dalam menjaga daya saing organisasi di pasar yang berubah-ubah. Organisasi yang berhasil membangun budaya ini akan memiliki keunggulan dalam beradaptasi dengan perubahan, serta mampu mengoptimalkan potensi inovasi yang ada dalam perusahaan.

Terakhir, dalam kategori Sustainability and Long-Term Innovation, penelitian oleh Nozdrichev (2024), Çubukcu et al. (2024), dan Khakhaliev & Minaiilo (2024) mengemukakan pentingnya strategi inovasi yang berfokus pada keberlanjutan dan adaptasi terhadap dinamika

pasar. Nozdrichev (2024) menekankan pentingnya kolaborasi antar bidang fungsional dan analisis lingkungan eksternal dalam merancang strategi inovasi yang efektif, yang memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan strategi mereka dengan kondisi pasar yang berubah. Sementara itu, Çubukcu et al. (2024) mengusulkan kerangka strategi inovasi yang menyeluruh untuk mengatasi tantangan siklus hidup produk yang semakin pendek. Mereka menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki kemampuan untuk merespons siklus hidup produk yang cepat berubah dengan mengembangkan strategi inovasi yang fleksibel dan berkelanjutan. Khakhaliyev & Miniailo (2024) memperkenalkan konsep strategi inovasi proaktif dan inovasi terbuka sebagai pendekatan untuk menjaga keunggulan kompetitif dan sukses jangka panjang. Ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan daya saing, organisasi perlu fokus pada inovasi yang berkelanjutan dan adaptif, yang mampu menjawab perubahan kebutuhan pasar dan teknologi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi yang efektif memerlukan pendekatan yang sistematis, strategis, dan berorientasi jangka panjang. Dalam konteks *Innovation Management*, keberhasilan inovasi ditentukan oleh pemahaman menyeluruh terhadap interaksi berbagai faktor internal seperti strategi, pengetahuan, dan manajemen proyek, serta faktor eksternal seperti dinamika pasar.

Sementara itu, pada kategori *Strategic Innovation Management*, strategi inovasi yang terintegrasi dan disesuaikan dengan tujuan jangka panjang terbukti krusial dalam menjaga daya saing dan merespons perubahan teknologi serta pasar secara adaptif. Selanjutnya, budaya organisasi yang mendukung kolaborasi dan perubahan menjadi fondasi penting dalam implementasi inovasi yang berkelanjutan, seperti yang disoroti dalam *Innovation Culture and Organization*.

Terakhir, dalam *Sustainability and Long-Term Innovation*, terlihat bahwa strategi inovasi yang fleksibel, kolaboratif, dan berorientasi pada keberlanjutan sangat penting untuk menjaga relevansi dan keunggulan kompetitif di tengah perubahan pasar dan siklus hidup produk yang semakin cepat. Dengan demikian, inovasi yang sukses tidak hanya bergantung pada pengembangan teknologi atau produk baru, tetapi juga pada sinergi antara strategi, budaya, dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, A. D., Suhardini, D., & Sasongko, A. (2022). The Influence of Knowledge Management and Organization Innovativeness on The Organizational Resilience: A Theoretical Framework. *OPSI*, 15(1), 48. <https://doi.org/10.31315/opsi.v15i1.6585>
- Batsaikhan, I. (2023). Management of the Strategy of Innovative Development of the Economic Entity at Different Levels. *Ekonomika I Upravlenie: Problemy, Resheniya*, 12/3(141), 95–109. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.12.03.011>
- Berezovskyi, O., Hutareva, Y., & Shuba, A. (2021). Development and Practical Implementation of Innovation Management Strategies. *Economic Journal Odessa Polytechnic University*, 3(17), 13–18. <https://doi.org/10.15276/EJ.03.2021.2>
- Çubukcu, A., Özcan Özözer, Y., & Hande Erol Bingöler, A. (2024). Innovation Strategies and the Business Perspective: A Synthesis of Existing Research and a Composed and Comprehensive Framework. *Journal of Organisational Studies and Innovation*, 11(1), 24–41. <https://doi.org/10.51659/josi.23.192>
- Fahmi, T. (2024). TRANSFORMASI DIGITAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUDAYA ORGANISASI: TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS. *Jurnal Manajemen Akuntansi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 101. <https://doi.org/10.70585/jumali.v1i2.46>
- Hakiki, Moh. S., Anggraini, D. A., Fahmi, N. F., Putra, R. S., & Adinugroho, M. (2023). Individual, Group Dynamics, and Organizational Processes in the Workplace: Factors for Better

- Performance and Organizational Success. *Journal on Education*, 6(1), 3401. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3409>
- Ibrohim, I., Mansyur, A. S., Syah, M., & Ruswandi, U. (2021). EDUCATIONAL INNOVATION IN DEVELOPING QUALITY MANAGEMENT MUHAMMADIYAH BEST ELEMENTARY SCHOOL BANDUNG. *Ta Dib Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 9. <https://doi.org/10.29313/tjpi.v10i1.7003>
- Jowarder, R. A. (2024). Navigating digital transformation in financial services: Strategic management: concepts and cases for sustainable growth and innovation. *World Journal of Advanced Engineering Technology and Sciences*, 13(1), 319. <https://doi.org/10.30574/wjaets.2024.13.1.0420>
- Khakhaliev, D., & Miniailo, N. (2024). Innovative Strategies for Sustainable Development of Enterprises in a Changing Market. *Actual Problems of Innovative Economy and Law*, 2024(4), 59–65. <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-11>
- Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2), 158. <https://doi.org/10.34010/jika.v10i2.4426>
- Kusworo, K. (2019). Manajemen Konflik dan Perubahan dalam Organisasi. <http://eprints.ipdn.ac.id/5556/>
- Lopes, A. P. V. B. V., Kissimoto, K. O., Salerno, M. S., Carvalho, M. M. de, & Laurindo, F. J. B. (2016). Innovation Management: A Systematic Literature Analysis of the Innovation Management Evolution. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 13(1), 16. <https://doi.org/10.14488/BJOPM.2016.v13.n1.a2>
- Nalurita, W., & Sari, R. D. A. K. (2023). PERKEMBANGAN TEORI MANAJEMEN. *MUARA Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 6(1). <https://doi.org/10.62826/muara.v6i1.68>
- Ningsih, S., & Tyas, A. A. W. P. (2024). Innovation Strategy in Building an Organisational Culture that Supports Business Change: A Review from a Corporate Strategy Perspective. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 609–616. <https://doi.org/10.54082/jupin.371>
- Nozdrichev, M. (2024). Development of Strategic Innovation Management Methodology of International Organization: A Systemic View. *Moscow Economic Journal*, 133–157. https://doi.org/10.55186/2413046X_2024_9_3_138
- Perkasa, D. H., & Abadi, F. (2020). MODEL HUBUNGAN ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP, ENTREPRENEURIAL CULTURE DAN ENTREPRENEURIAL MIND-SET TERHADAP ORGANIZATIONAL PERFORMANCE MELALUI INNOVATION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 15. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v5i2.358>
- Pontjoharyo, V. I. (2023). INOVASI BERBASISKAN CUSTOMER VALUE PADA VIDEO GAME VALORANT: STUDI KASUS. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 64. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46558>
- Putra, A. T., Arundinasari, I., & Manggalou, S. (2023). ADAPTASI STRATEGI DIFFERENTIATION MICHAEL PORTER: RUANG SIBER SEBAGAI SARANA UTAMA BISNIS STARTUP DI PASCA PANDEMI. *Journal Publicuho*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i2.135>
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.600>
- Rahbar, A. (2025). Innovative Management. <https://doi.org/10.14293/PR2199.001409.v1>

- Ramadhan, M. (2023). Pengelolaan Dalam Penyediaan Transportasi Public Pemerintah DKI Jakarta Dengan Konsep Dynamic Governance. Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7679601>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Sumartono, E., Suhendar, & Ernita, M. (2024). Transformasi Digital dalam Strategi Bisnis: Analisis Dampaknya terhadap Efisiensi Operasional dan Daya Saing Perusahaan.
- Tidd, J. (2023). Managing Innovation. In *IEEE Technology and Engineering Management Society Body of Knowledge (TEMSBOK)* (pp. 95–108). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119987635.ch6>
- Yayha, M. A., Samoea, R. F., Abedah, M., Fahmi, A. M., & Temnikov, V. (2024). Innovation and Technology Management in Modern Enterprises. *Journal of Ecohumanism*, 3(5), 895–908. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i5.3945>