



Special Issue :

Webinar Nasional
HUMANIS 2025

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Program Pascasarjana Magister Manajemen
Jl. Raya Puspittek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,
Email : humanismanajemen@gmail.com

STRATEGI MANAJEMEN INOVASI UNTUK MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL: PERSPEKTIF MANAJEMEN STRATEGI UNIVERSITAS PAMULANG

Fikriyatul Khaeriyah¹⁾, Kevin Fadly Afalah²⁾, Suherman³⁾ and Endang Sugiarti⁴⁾

1-34Universitas Pamulang; fikriyatul.kh1998@gmail.com; kevinfadlyafalah@gmail.com;
athman.fathan@gmail.com; endang.sugiarti@gmail.com

Abstract

This study aims to explore the critical role of innovation management strategies in building sustainable competitive advantage within the rapidly evolving digital era. The problem addressed is how organizations, particularly educational institutions like Universitas Pamulang, can effectively integrate innovation into their strategic frameworks to remain relevant and competitive amidst digital disruption. Drawing insights from the core tenets of Strategic Management, this paper proposes a multi-faceted solution encompassing the cultivation of an innovation culture, strategic technology investment, fostering external collaborations, and developing digital talent. Utilizing a qualitative research method based on a comprehensive literature review, the study synthesizes existing theories and practical case studies. The results highlight that effective strategic management provides the foundational framework for continuous innovation, enabling organizations to adapt to changing consumer expectations and technological advancements. The discussion specifically links these strategies to the curriculum and institutional strategic planning at Universitas Pamulang, demonstrating how academic programs can prepare future leaders to navigate digital challenges. In conclusion, embracing dynamic innovation strategies, guided by robust strategic management principles, is paramount for achieving long-term success and relevance in the digital landscape, offering significant theoretical and practical implications for both businesses and higher education.

Keywords: Digital Era; Innovation; Competitive Advantage; Strategic Management; Universitas Pamulang

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran krusial strategi manajemen inovasi dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital yang berkembang pesat. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana organisasi, khususnya institusi pendidikan seperti Universitas Pamulang, dapat secara efektif mengintegrasikan inovasi ke dalam kerangka strategis mereka untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah disrupti digital. Dengan mengambil wawasan dari prinsip-prinsip inti Manajemen Strategi, makalah ini mengusulkan solusi multi-

dimensi yang mencakup pembudayaan inovasi, investasi teknologi strategis, pengembangan kolaborasi eksternal, dan pengembangan talenta digital. Menggunakan metode penelitian kualitatif berbasis tinjauan literatur komprehensif, studi ini mensintesis teori-teori yang ada dan studi kasus praktis. Hasil penelitian menyoroti bahwa manajemen strategis yang efektif menyediakan kerangka dasar untuk inovasi berkelanjutan, memungkinkan organisasi beradaptasi dengan perubahan ekspektasi konsumen dan kemajuan teknologi. Pembahasan secara khusus mengaitkan strategi-strategi ini dengan kurikulum dan perencanaan strategis institusional di Universitas Pamulang, menunjukkan bagaimana program akademik dapat mempersiapkan pemimpin masa depan untuk menghadapi tantangan digital. Sebagai kesimpulan, penerapan strategi inovasi yang dinamis, yang dipandu oleh prinsip-prinsip manajemen strategis yang kuat, adalah hal yang terpenting untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dan relevansi dalam lanskap digital, menawarkan implikasi teoritis dan praktis yang signifikan baik bagi bisnis maupun pendidikan tinggi.

Keywords: Era Digital; Inovasi; Keunggulan Kompetitif; Manajemen Strategi; Universitas Pamulang

PENDAHULUAN

Era digital ditandai oleh kemajuan teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya dan perubahan perilaku konsumen yang sangat cepat, secara fundamental membentuk kembali lanskap bisnis. Transformasi ini menghadirkan peluang besar sekaligus tantangan signifikan, termasuk evolusi teknologi yang pesat, pergeseran ekspektasi konsumen, dan persaingan pasar yang intens (Global Sciences Publishers, 2025). Organisasi yang gagal beradaptasi dan berinovasi berisiko mengalami kemunduran atau kehilangan pangsa pasar (Global Sciences Publishers, 2025). Fenomena disruptif digital tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan akan inovasi berkelanjutan, yang pada gilirannya harus dikelola secara strategis. Keterkaitan erat antara ketiga elemen ini menunjukkan bahwa lingkungan digital (penyebab) menciptakan tantangan (efek), yang menuntut respons inovatif dari organisasi, dan semua ini memerlukan orkestrasi strategis. Ini menyiratkan bahwa manajemen strategis di era ini bertransformasi dari sekadar mempertahankan posisi statis menjadi membangun kapabilitas dinamis untuk adaptasi dan transformasi berkelanjutan.

Manajemen strategis memainkan peran penting dalam membimbing organisasi melalui disruptif ini, memungkinkan mereka untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi inovatif guna mengamankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Global Sciences Publishers, 2025). Bagi institusi pendidikan seperti Universitas Pamulang, era digital menghadirkan tantangan dan peluang unik, terutama dalam pengembangan dan adaptasi kurikulum (Pakpahan & Habibah, 2021). Institusi ini harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, mengintegrasikan pembelajaran daring, memperbarui kurikulum, dan meningkatkan literasi digital di kalangan pendidik dan mahasiswa untuk menciptakan sistem pembelajaran yang lebih fleksibel dan inklusif (Pakpahan & Habibah, 2021).

Motivasi penelitian ini berasal dari kebutuhan mendesak bagi organisasi, termasuk institusi pendidikan tinggi, untuk memahami dan mengimplementasikan strategi manajemen inovasi yang efektif agar dapat berkembang di era digital. Meskipun pentingnya inovasi telah diakui secara luas, banyak yang masih kesulitan dalam implementasi praktisnya karena faktor-faktor seperti biaya, resistensi organisasi, dan kurangnya sumber daya manusia yang terampil (Global Sciences Publishers, 2025). Secara khusus untuk Universitas Pamulang, memahami bagaimana kurikulum manajemen strategisnya dapat lebih baik mempersiapkan mahasiswa untuk realitas ini, dan bagaimana institusi itu sendiri dapat mewujudkan strategi inovatif ini, menjadi area penyelidikan yang kritis. Perencanaan strategis universitas yang ada (Renstra, Renop) dan strategi kompetitif untuk program Magister Manajemennya memberikan konteks yang berharga untuk penyelidikan ini, menyoroti kebutuhan untuk menjaga kualitas dan relevansi di tengah lanskap pendidikan yang kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan kunci. Pertama, bagaimana manajemen strategis berperan sebagai fondasi untuk mendorong inovasi dalam membangun keunggulan kompetitif di era digital? Kedua, apa saja strategi manajemen inovasi kunci yang dapat diterapkan oleh organisasi untuk menghadapi disruptif digital dan mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan? Ketiga, bagaimana relevansi dan integrasi

strategi manajemen inovasi dengan mata kuliah Manajemen Strategi di Universitas Pamulang, serta tantangan dan peluang implementasinya dalam konteks pendidikan tinggi?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis peran manajemen strategis sebagai fondasi bagi inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif di era digital. (2) Mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai strategi manajemen inovasi yang efektif untuk membangun keunggulan di tengah disrupsi digital. (3) Mengaitkan dan mengeksplorasi relevansi strategi manajemen inovasi dengan mata kuliah Manajemen Strategi di Universitas Pamulang, termasuk tantangan dan peluang integrasi inovasi digital dalam kurikulum dan operasional institusi.

KAJIAN LITERATUR

Konsep Manajemen Strategi di Era Digital

Manajemen strategis di era digital tidak lagi hanya tentang perencanaan jangka panjang yang statis, melainkan telah bertransformasi menjadi proses dinamis yang memungkinkan organisasi beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan ekspektasi konsumen yang terus berkembang (Global Sciences Publishers, 2025). Pergeseran ini menunjukkan bahwa fungsi utama manajemen strategis bukan lagi sekadar menetapkan arah jangka panjang yang stabil, melainkan membangun kelincahan dan responsivitas organisasi terhadap disrupsi yang konstan dan tidak terduga. Ini menyiratkan bahwa 'strategis' di era digital berarti memiliki kapasitas untuk *meta-strategi* – kemampuan untuk secara strategis menyesuaikan dan bahkan menciptakan kembali strategi secara *real-time*, menjadikan adaptabilitas sebagai hasil strategis inti. Transformasi ini melibatkan integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek operasional, perombakan model bisnis yang ada, dan fokus yang kuat pada pengalaman pelanggan (Shodh Sagar, 2024).

Peran manajemen strategis di era digital sangat sentral, mencakup beberapa pilar penting. Pertama, mendorong transformasi digital, yaitu bukan hanya sekadar penggunaan teknologi, tetapi juga perombakan model bisnis untuk selaras dengan kebutuhan pasar modern. Kedua, fokus pada pengalaman pelanggan, karena di era digital, pengalaman pelanggan menjadi penentu utama keberhasilan bisnis; perusahaan memanfaatkan data pelanggan untuk memahami preferensi dan menawarkan konten yang relevan, yang meningkatkan kepuasan dan memperkuat loyalitas merek. Ketiga, inovasi berkelanjutan, di mana perusahaan yang sukses di era digital adalah yang secara konsisten berinovasi, dan manajemen strategis memprioritaskan inovasi berkelanjutan untuk menjaga daya saing di pasar. Keempat, membangun kolaborasi dan ekosistem, di mana banyak perusahaan membangun ekosistem dengan bermitra dengan sekutu strategis, memungkinkan mereka untuk berekspansi ke berbagai sector. Kelima, pengambilan keputusan berbasis data, di mana manajemen strategis modern sangat bergantung pada analitik data untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efisien, karena data memberikan wawasan tentang tren pasar, perilaku konsumen, dan peluang bisnis. Ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan strategis bergeser dari mengandalkan pengalaman atau riset pasar periodik menjadi terus-menerus diinformasikan oleh data *real-time* yang komprehensif, menjadikan analitik data sebagai kompetensi strategis sentral dan 'kompas' baru untuk menavigasi dinamika pasar yang kompleks (Mabkhot et al., 2020).

Peran Inovasi dalam Keunggulan Kompetitif

Inovasi telah menjadi elemen fundamental dalam strategi bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di era digital. Peran inovasi melampaui sekadar pengembangan produk atau layanan baru; ia mencakup transformasi proses operasional perusahaan, peningkatan interaksi konsumen, dan penciptaan nilai yang bertahan lama di seluruh organisasi. Ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital tidak hanya dicapai dengan memiliki produk inovatif, tetapi dengan menjadi organisasi yang inovatif di semua fungsi dan dimensinya, yang memerlukan integrasi budaya dan struktural yang mendalam, bukan hanya inisiatif departemen yang terisolasi.

Inovasi adalah pendekatan utama bagi bisnis untuk berkembang dan mengungguli pesaing dengan secara efektif menavigasi kesulitan dan memanfaatkan peluang yang disajikan oleh era digital. Inovasi meningkatkan daya saing melalui berbagai aspek. Ini dapat berupa penciptaan

produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar atau meningkatkan pengalaman pelanggan; pengembangan model bisnis baru yang lebih efisien dan efektif; penyempurnaan proses internal untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi; adopsi teknologi baru untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan peluang baru; serta pembudayaan budaya organisasi yang mendorong inovasi dan kreativitas. Perusahaan yang gagal berinovasi berisiko tertinggal dari pesaing dan kehilangan pangsa pasar di pasar yang berkembang pesat (Miradji et al., 2023). Contoh organisasi terkemuka yang telah berhasil mengimplementasikan teknik inovasi untuk membangun keunggulan kompetitif di era digital termasuk Amazon, Gojek, dan Tokopedia (Global Sciences Publishers, 2025).

Kerangka Kerja Manajemen Inovasi

Membangun keunggulan kompetitif melalui inovasi memerlukan langkah-langkah strategis yang terintegrasi dan komprehensif. Pertama, **membangun budaya inovasi** adalah fundamental. Ini berarti menciptakan budaya organisasi yang secara aktif mendukung pengambilan risiko, kreativitas, dan kolaborasi (Singh & Dhir, 2023). Budaya ini melibatkan dukungan terhadap semangat individu dan tim, merayakan ide-ide baru (bahkan yang kecil sekalipun), mendorong otonomi, dan meminimalkan hierarki yang kaku agar ide dapat mengalir bebas. Menciptakan budaya berbagi pengetahuan dan ide antar departemen sangat penting untuk memecah silo dan mendorong kecerdasan kolektif. Meskipun banyak strategi inovasi berfokus pada tindakan nyata seperti investasi teknologi atau prototipe cepat, budaya organisasi membutuhkan waktu lama untuk berubah dan dibangun secara sehat. Ini menyoroti paradoks signifikan: sementara hasil inovasi (produk, proses baru) menuntut iterasi dan dinamisme yang cepat, fondasi budaya yang mendasarinya untuk inovasi yang konsisten secara inheren lambat untuk dibangun dan membutuhkan stabilitas. Oleh karena itu, manajemen inovasi yang efektif di era digital memerlukan pendekatan strategis ganda: mendorong proses operasional yang dinamis dan lincah *dalam* budaya organisasi yang dikembangkan secara cermat, stabil, dan tangguh (Othman & Hussein, 2023)

Kedua, **investasi strategis dalam teknologi** adalah rekomendasi kunci untuk mendorong inovasi dan keunggulan kompetitif. Kecerdasan Buatan (AI) memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi tugas-tugas yang berulang, menganalisis sejumlah besar data untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat, dan meningkatkan personalisasi pengalaman pelanggan (Muntamah & Sikki, 2025; Ribeiro et al., 2021).

Penting untuk mengembangkan strategi implementasi AI yang selaras erat dengan tujuan bisnis secara keseluruhan untuk memaksimalkan dampaknya (Muntamah & Sikki, 2025). Ini menunjukkan bahwa adopsi AI bukan sekadar peningkatan teknologi, melainkan sebuah pengungkit strategis serbaguna yang dapat membentuk kembali rantai nilai perusahaan, meningkatkan kecerdasannya, dan menciptakan interaksi pelanggan yang sangat berbeda, mengarah pada keunggulan kompetitif yang lebih mendalam.

Ketiga, **membangun kolaborasi eksternal** secara aktif adalah rekomendasi strategis untuk inovasi. Kemitraan dengan perusahaan lain, universitas, dan institusi riset memberikan akses ke ide-ide baru, keahlian, dan sumber daya yang mungkin tidak tersedia secara internal. Kolaborasi dengan mitra strategis dan *startup teknologi* dapat mempercepat proses inovasi, mengurangi risiko yang melekat, dan membuka peluang pasar baru (Miradji et al., 2023). Banyak perusahaan yang sukses di era digital membangun ekosistem yang luas dengan bermitra dengan sekutu strategis di berbagai sector. Ini menunjukkan pergeseran strategis fundamental dari model inovasi internal yang tertutup menuju ekosistem inovasi terbuka. Keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital yang sangat terhubung dan cepat berubah semakin tidak hanya berasal dari kapabilitas internal, tetapi dari kemampuan organisasi untuk secara efektif memanfaatkan, mengintegrasikan, dan berkreasi bersama dalam jaringan eksternal yang lebih luas.

Keempat, **mengadopsi strategi peluncuran produk cepat dan siklus pengembangan pendek** sangat penting. Ini melibatkan fokus pada pengembangan prototipe produk yang dapat diuji dan disempurnakan dengan cepat (iterasi cepat) untuk responsivitas pasar. Pendekatan ini membantu meminimalkan risiko pengembangan produk yang tidak memenuhi kebutuhan pasar atau pengguna yang berkembang, karena umpan balik dapat diintegrasikan dengan cepat. Pendekatan

yang berpusat pada pengguna, yang menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan pemecahan masalah, mengarah pada produk yang lebih relevan dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Siklus pengembangan yang pendek secara signifikan mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk pengembangan produk baru, karena pembaruan dan peningkatan dilakukan secara bertahap. Prototyping cepat meningkatkan fleksibilitas dan adaptabilitas organisasi terhadap perubahan lingkungan pasar, tren industri, atau kebutuhan pengguna yang berkembang. Strategi ini secara aktif mendorong budaya inovasi dan eksperimen, memungkinkan tim pengembangan untuk dengan cepat menguji berbagai ide dan mendapatkan wawasan berharga. Ini membutuhkan kolaborasi tim yang kuat di berbagai fungsi untuk memastikan pengembangan produk yang efisien dan peluncuran yang sukses (Miradji et al., 2023). Deskripsi rinci mengenai "Strategi Peluncuran Produk Cepat dan Siklus Pengembangan Pendek" menunjuk pada kelincahan sebagai sumber keunggulan kompetitif yang mendalam. Ini bukan hanya tentang kecepatan; ini tentang kapasitas organisasi untuk *belajar dan beradaptasi* dengan cepat dan terus-menerus berdasarkan umpan balik pasar *real-time*.

Di pasar digital yang sangat dinamis, kemampuan untuk beriterasi dengan cepat, berputar, dan merespons informasi yang muncul menjadi pembeda yang lebih signifikan dan berkelanjutan daripada sekadar memiliki produk awal yang "sempurna" atau rencana jangka panjang yang kaku. Ini meniratkan pergeseran strategis dari pola pikir 'rencana-dan-laksanakan' tradisional menjadi pendekatan 'uji-dan-pelajari' atau 'temukan-dan-adaptasi'.

Terakhir, **pengembangan bakat digital dan fokus pada keberlanjutan** adalah kebutuhan utama. Investasi dalam pelatihan tenaga kerja dan pengembangan talenta digital diidentifikasi sebagai kebutuhan primer bagi organisasi di era digital (Ritonga et al., 2023). Selain keterampilan teknis, program pelatihan juga harus berfokus pada pengembangan strategi pedagogis yang efektif untuk pembelajaran daring, memastikan pendidik dapat merancang dan menyampaikan materi pembelajaran digital yang menarik dan interaktif (Pakpahan & Habibah, 2021; Nurfitriani, 2025). Fokus pada keberlanjutan sangat penting untuk menjaga relevansi perusahaan, terutama karena konsumen modern semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan dan sosial (Kumar et al., 2020). Hal ini menekankan bahwa modal manusia adalah pendorong utama strategi digital. Bahkan dengan teknologi tercanggih dan strategi yang dirancang dengan baik, kapabilitas manusia—khususnya literasi digital, pola pikir adaptif, dan keterampilan pedagogis inovatif—tetap menjadi faktor pembatas atau pendorong utama. Keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital sangat bergantung pada investasi berkelanjutan dalam pengembangan modal manusia, memastikan bahwa tenaga kerja tidak hanya dapat mengoperasikan alat baru tetapi juga berpikir, berinovasi, dan beradaptasi dengan cara yang secara asli digital dan selaras secara strategis.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur (*literature review*). Pendekatan ini dipilih karena sangat relevan untuk melakukan analisis mendalam terhadap berbagai literatur ilmiah, teori, dan studi kasus yang berkaitan dengan manajemen strategis, inovasi, dan adaptasi di era digital (Alwy, 2022). Tujuannya adalah untuk mensintesis pengetahuan yang ada, mengidentifikasi pola, dan membangun argumentasi yang kokoh mengenai hubungan antara konsep-konsep tersebut, serta mengaplikasikannya dalam konteks Universitas Pamulang. Metode ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap perspektif yang beragam dalam literatur, membangun kerangka konseptual yang kuat, dan memperoleh wawasan yang dapat ditindaklanjuti.

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, berupa literatur ilmiah. Sumber data utama meliputi jurnal akademik bereputasi, buku ilmiah umum, laporan penelitian, artikel konferensi, dan publikasi relevan lainnya yang membahas manajemen strategis, manajemen inovasi, keunggulan kompetitif, dan adaptasi di era digital (Alwy, 2022). Penekanan diberikan pada sumber-sumber yang kredibel dan relevan dengan konteks bisnis dan pendidikan tinggi (Pakpahan & Habibah, 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan pengkajian literatur secara sistematis. Ini melibatkan identifikasi kata kunci yang relevan seperti "manajemen strategi

pendidikan", "era digital", "tantangan pendidikan digital", "peluang pendidikan digital", "strategi manajemen inovasi", "keunggulan kompetitif digital", dan "kurikulum manajemen strategi universitas" untuk menemukan artikel dan buku yang sesuai (Pakpahan & Habibah, 2021). Proses ini juga melibatkan evaluasi kualitas dan kredibilitas sumber literatur yang ditemukan untuk memastikan validitas informasi yang digunakan dalam analisis (Pakpahan & Habibah, 2021). Analisis data dilakukan dengan fokus pada interpretasi mendalam dari berbagai literatur yang relevan (Alwy, 2022). Prosesnya melibatkan pembacaan cermat, identifikasi pola atau tema, serta penggunaan pendekatan hermeneutik untuk memahami makna di dalam teks (Alwy, 2022).

Tujuan utamanya adalah mengeksplorasi sudut pandang yang beragam, membangun argumentasi yang kokoh, dan menegaskan validitas temuan dengan konsistensi terhadap asumsi-asumsi metodologis yang digunakan (Alwy, 2022). Data akan dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat, tren, dan implikasi yang lebih luas dari strategi inovasi dalam konteks manajemen strategis di era digital, khususnya bagi Universitas Pamulang.

Sebagai penelitian kualitatif berbasis tinjauan literatur, tidak ada variabel yang diukur secara kuantitatif. Namun, konsep-konsep kunci yang dieksplorasi dan dianalisis secara naratif meliputi: Manajemen Strategis (sebagai kerangka kerja adaptif), Inovasi (sebagai proses dan hasil penciptaan nilai baru), Keunggulan Kompetitif (sebagai tujuan strategis), dan Era Digital (sebagai konteks transformatif). Fokusnya adalah pada pemahaman naratif dan interpretatif terhadap interaksi dan implikasi dari konsep-konsep ini dalam mencapai relevansi dan keberlanjutan organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Strategi di Era Digital: Fondasi Inovasi

Era digital telah membawa disrupsi fundamental yang mengubah cara bisnis beroperasi secara mendasar. Perubahan ini didorong oleh munculnya teknologi baru seperti Kecerdasan Buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan *blockchain*, yang secara simultan mengubah lanskap operasional dan ekspektasi konsumen (Shodh Sagar, 2024). Konsumen modern menuntut layanan yang lebih cepat, lebih personal, dan lebih efisien, yang pada gilirannya memaksa perusahaan untuk merancang ulang strategi mereka agar tetap kompetitif. Tantangan utama dari disrupsi digital bukan hanya pada aspek teknologinya, tetapi juga pada perubahan ekspektasi konsumen (Shodh Sagar, 2024). Ini merupakan sebuah pemahaman penting yang melampaui pandangan murni teknologi terhadap transformasi digital. Hal ini menyiratkan bahwa sekadar mengadopsi teknologi baru tidak cukup; organisasi harus secara bersamaan memahami, mengantisipasi, dan secara proaktif mengelola ekspektasi yang berkembang dari pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Transformasi digital sama-sama merupakan tantangan sosiologis dan perilaku (mengelola ekspektasi dan interaksi manusia) seperti halnya tantangan teknis. Perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri menghadapi risiko tertinggal atau bahkan keluar dari persaingan (Shodh Sagar, 2024).

Dalam konteks yang sangat dinamis ini, manajemen strategis memainkan peran penting dalam membantu perusahaan mengadopsi strategi inovatif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era yang serba digital. Peran ini melampaui sekadar penggunaan teknologi; ia menuntut perombakan model bisnis secara menyeluruh agar selaras dengan kebutuhan pasar modern. Manajemen strategis memungkinkan identifikasi peluang baru, pengelolaan risiko yang muncul, dan pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perusahaan yang sukses di era digital secara konsisten mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua aspek operasional mereka, berfokus pada pengalaman pelanggan sebagai diferensiator utama, melakukan inovasi berkelanjutan sebagai inti strategi mereka, membangun kolaborasi dan ekosistem yang luas, serta mengambil keputusan yang sangat bergantung pada data.

Pengambilan keputusan berbasis data, khususnya, memberikan wawasan mendalam tentang tren pasar, perilaku konsumen, dan peluang bisnis, memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan efisien (Mabkhot et al., 2020).



Ini menandakan pergeseran fundamental dalam cara keputusan strategis disusun, dirumuskan, dan dievaluasi. Di era digital, manajemen strategis bertransisi dari mengandalkan pengalaman, intuisi, atau riset pasar periodik menjadi terus-menerus diinformasikan dan dipandu oleh data real-time yang komprehensif. Ini menjadikan analitik data bukan hanya fungsi pendukung, tetapi kompetensi strategis sentral dan 'kompas' baru untuk menavigasi dinamika pasar yang kompleks.

Strategi Manajemen Inovasi untuk Keunggulan Kompetitif

Membangun keunggulan kompetitif di era digital memerlukan implementasi strategi manajemen inovasi yang terencana dan terintegrasi.

Membangun Budaya Inovasi dan Kreativitas:

Kunci keberhasilan inovasi terletak pada pembentukan budaya organisasi yang secara aktif mendukung pengambilan risiko, kreativitas, dan kolaborasi (Othman & Hussein, 2023). Pemimpin transformasional, yang dicirikan oleh kerendahan hati dan fokus pada orang lain, dapat menciptakan budaya berbagi pengetahuan dan ide, mendorong otonomi individu, dan meminimalkan hierarki yang kaku, memungkinkan ide-ide baru mengalir bebas.

Ini melibatkan pergeseran mendasar dari pola pikir 'mempertahankan' status quo ke 'menciptakan' nilai baru, dan dari gaya kepemimpinan 'mengarahkan' ke 'menghubungkan' dengan tim dan pemangku kepentingan. Meskipun banyak strategi inovasi berfokus pada tindakan nyata seperti investasi teknologi atau prototipe cepat, budaya organisasi membutuhkan waktu lama untuk berubah dan dibangun secara sehat. Hal ini menyoroti bahwa tanpa budaya inovasi yang tertanam kuat dan mendukung, inisiatif strategis lainnya, seberapa pun baiknya dirancang atau canggih teknologinya, mungkin hanya memberikan keuntungan jangka pendek, tetapi akan kesulitan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Budaya bertindak sebagai 'sistem operasi' atau 'tanah' fundamental tempat inovasi dapat benar-benar berkembang dan beregenerasi, menjadikannya investasi strategis jangka panjang.

Investasi Teknologi dan Adopsi AI:

Investasi strategis dalam teknologi baru, seperti Kecerdasan Buatan (AI), merupakan rekomendasi kunci untuk mendorong inovasi dan keunggulan kompetitif. AI memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi tugas-tugas yang berulang, menganalisis sejumlah besar data untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat, dan meningkatkan personalisasi pengalaman pelanggan (Muntamah & Sikki, 2025).

Namun, penting untuk mengembangkan strategi implementasi AI yang selaras erat dengan tujuan bisnis secara keseluruhan untuk memaksimalkan dampaknya. Selain itu, peningkatan penggunaan teknologi digital juga meningkatkan risiko kebocoran data dan serangan siber, sehingga perbaikan keamanan data menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan pelanggan (Shodh Sagar, 2024). Ini menunjukkan bahwa adopsi AI bukan sekadar peningkatan teknologi, melainkan sebuah pengungkit strategis serbaguna yang dapat secara fundamental memengaruhi kapabilitas inti perusahaan: efektivitas operasionalnya, kualitas pengambilan keputusan strategisnya, dan kemampuannya untuk berinteraksi secara mendalam dengan pelanggan, yang mengarah pada keunggulan kompetitif yang lebih mendalam.

Kolaborasi Eksternal dan Ekosistem Inovasi:

Perusahaan dapat secara aktif mengejar kolaborasi eksternal sebagai rekomendasi strategis untuk inovasi. Membangun kemitraan dengan perusahaan lain, universitas, dan institusi riset memberikan akses ke ide-ide baru, keahlian, dan sumber daya yang mungkin tidak tersedia secara internal (Miradji et al., 2023). Kolaborasi dengan mitra strategis dan *startup* teknologi dapat mempercepat proses inovasi, mengurangi risiko yang melekat, dan membuka peluang pasar baru. Banyak perusahaan yang sukses di era digital membangun ekosistem yang luas dengan bermitra dengan sekutu strategis di berbagai sektor, seperti pengiriman makanan, keuangan digital, dan asuransi. Secara historis, inovasi sering dipandang sebagai fungsi R&D internal yang bersifat rahasia. Namun, penekanan yang konsisten pada "kolaborasi eksternal," "kemitraan," dan "membangun ekosistem" menunjukkan pergeseran strategis fundamental menuju model inovasi terbuka. Keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital yang sangat terhubung dan cepat

berubah semakin tidak hanya berasal dari kapabilitas internal, tetapi dari kemampuan organisasi untuk secara efektif memanfaatkan, mengintegrasikan, dan berkreasi bersama dalam jaringan eksternal yang lebih luas. Ini menjadikan pembangunan ekosistem dan pengelolaan hubungan eksternal sebagai kompetensi strategis yang kritis, melampaui batas-batas persaingan tradisional.

Strategi Peluncuran Produk Cepat dan Siklus Pengembangan Pendek (Rapid Iteration):

Dalam pasar yang cepat berubah, fokus pada pengembangan prototipe produk yang dapat diuji dan disempurnakan dengan cepat (iterasi cepat) sangat penting untuk responsivitas pasar (Miradji et al., 2023). Pendekatan ini membantu meminimalkan risiko pengembangan produk yang tidak memenuhi kebutuhan pasar atau pengguna yang berkembang, karena umpan balik dapat diintegrasikan dengan cepat. Pendekatan yang berpusat pada pengguna, yang menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan pemecahan masalah, mengarah pada produk yang lebih relevan dan peningkatan kepuasan pelanggan. Siklus pengembangan yang pendek secara signifikan mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk pengembangan produk baru, karena pembaruan dan peningkatan dilakukan secara bertahap berdasarkan umpan balik pengguna. Prototyping cepat meningkatkan fleksibilitas dan adaptabilitas organisasi terhadap perubahan lingkungan pasar, tren industri, atau kebutuhan pengguna yang berkembang. Strategi ini secara aktif mendorong budaya inovasi dan eksperimen, memungkinkan tim pengembangan untuk dengan cepat menguji berbagai ide dan mendapatkan wawasan berharga. Ini membutuhkan kolaborasi tim yang kuat di berbagai fungsi untuk memastikan pengembangan produk yang efisien dan peluncuran yang sukses. Deskripsi rinci mengenai "Strategi Peluncuran Produk Cepat dan Siklus Pengembangan Pendek" menunjuk pada kelincahan sebagai sumber keunggulan kompetitif yang mendalam. Ini bukan hanya tentang kecepatan; ini tentang kapasitas organisasi untuk *belajar dan beradaptasi* dengan cepat dan terus-menerus berdasarkan umpan balik pasar *real-time*. Di pasar digital yang sangat dinamis, kemampuan untuk beriterasi dengan cepat, berputar, dan merespons informasi yang muncul menjadi pembeda yang lebih signifikan dan berkelanjutan daripada sekadar memiliki produk awal yang "sempurna" atau rencana jangka panjang yang kaku. Ini menyiratkan pergeseran strategis dari pola pikir 'rencana-dan-laksanakan' tradisional menjadi pendekatan 'uji-dan-pelajari' atau 'temukan-dan-adaptasi'.

Pengembangan Bakat Digital dan Keberlanjutan:

Investasi dalam pelatihan tenaga kerja dan pengembangan talenta digital diidentifikasi sebagai kebutuhan primer bagi organisasi di era digital (Ritonga et al., 2023). Selain keterampilan teknis, program pelatihan juga harus berfokus pada pengembangan strategi pedagogis yang efektif untuk pembelajaran daring, memastikan pendidik dapat merancang dan menyampaikan materi pembelajaran digital yang menarik dan interaktif (Pakpahan & Habibah, 2021; Nurfitriani, 2025). Fokus pada keberlanjutan juga sangat penting untuk menjaga relevansi perusahaan, terutama karena konsumen modern semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Meskipun teknologi dan proses merupakan inti dari transformasi digital, penekanan eksplisit pada "investasi dalam pelatihan tenaga kerja" dan "pengembangan talenta digital" menunjukkan bahwa kapabilitas manusia—khususnya literasi digital, pola pikir adaptif, dan keterampilan pedagogis inovatif—tetap menjadi faktor pembatas atau pendorong utama. Keunggulan kompetitif berkelanjutan di era digital sangat bergantung pada investasi berkelanjutan dalam pengembangan modal manusia, memastikan bahwa tenaga kerja tidak hanya dapat mengoperasikan alat baru tetapi juga berpikir, berinovasi, dan beradaptasi dengan cara yang secara asli digital dan selaras secara strategis.

Tabel 1. Strategi Inovasi Kunci di Era Digital

NO.	STRATEGI INOVASI	DESKRIPSI SINGKAT	MAANFAAT UTAMA	REFERENSI
1	Membangun Budaya Inovasi	Mendorong pengambilan risiko, kreativitas, dan kolaborasi; meminimalkan hierarki.	Menciptakan lingkungan adaptif dan pro-inovasi	(Global Sciences Publishers, 2025; Miradji et al., 2023; Singh & Dhir, 2023;



				Othman & Hussein, 2023)
2	Investasi Teknologi (mis. AI)	Otomatisasi tugas, analisis data besar, personalisasi pengalaman.	Peningkatan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan akurat.	(Global Sciences Publishers, 2025; Muntamah & Sikki, 2025)
3	Kolaborasi Eksternal	Kemitraan dengan perusahaan/universitas lain, akses ke keahlian dan sumber daya baru.	Mempercepat inovasi, mengurangi risiko, membuka pasar baru.	(Global Sciences Publishers, 2025; Miradji et al., 2023)
4	Peluncuran Produk Cepat (Rapid Iteration)	Pengembangan prototipe cepat, pengujian dan penyempurnaan berkelanjutan.	Fleksibilitas, adaptasi pasar, pengurangan biaya/waktu pengembangan.	(Miradji et al., 2023)
5	Pengembangan Talenta Digital	Investasi dalam SDM dengan literasi dan keterampilan digital.	Memastikan relevansi perusahaan dan adaptasi terhadap teknologi.	(Global Sciences Publishers, 2025; Ritonga et al., 2023; Pakpahan & Habibah, 2021; Nurfitriani, 2025)
6	Fokus Keberlanjutan pada	Mengintegrasikan aspek lingkungan dan sosial dalam strategi inovasi.	Menjaga relevansi perusahaan di mata konsumen modern.	(Global Sciences Publishers, 2025; Kumar et al., 2020)

Relevansi dengan Manajemen Strategi Universitas Pamulang

Tantangan dan Peluang Integrasi Inovasi Digital dalam Pendidikan:

Organisasi pendidikan, termasuk Universitas Pamulang, menghadapi tantangan signifikan dalam mengadopsi inovasi digital. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, yang menuntut integrasi pembelajaran tradisional dan daring untuk menciptakan sistem pembelajaran yang lebih fleksibel dan inklusif (Pakpahan & Habibah, 2021). Ini memerlukan perubahan dalam infrastruktur teknologi, kurikulum, dan metode pengajaran. Ada kebutuhan mendesak untuk memperbarui kurikulum dan kebijakan terkait teknologi, menyesuaikan materi pelajaran agar sesuai untuk platform digital, mengubah konten menjadi presentasi, video, atau modul interaktif yang dapat diakses daring, dan menyediakan sumber daya digital tambahan seperti e-book, artikel, dan video pendukung untuk memperkaya materi pembelajaran.

Selain itu, metode pengajaran harus diadaptasi untuk pembelajaran digital dan hibrida, termasuk adopsi pendekatan baru seperti pembelajaran berbasis proyek, *flipped classrooms*, dan pembelajaran kolaboratif daring. Pendidik perlu memanfaatkan alat-alat digital seperti forum diskusi, ruang *breakout*, dan alat kolaborasi daring untuk mendorong interaksi dan partisipasi aktif siswa. Adaptasi metode penilaian untuk format digital juga krusial, menggunakan berbagai bentuk evaluasi seperti kuis daring, tugas proyek, dan presentasi digital, dengan penilaian formatif berkelanjutan yang dapat memberikan umpan balik cepat dan mendukung proses belajar siswa secara lebih efektif (Pakpahan & Habibah, 2021). Akhirnya, era digital menuntut peningkatan literasi digital di kalangan pendidik dan mahasiswa; pendidik harus mahir menggunakan alat dan



platform digital, sementara mahasiswa perlu dapat mengakses dan memanfaatkan teknologi untuk mendukung proses belajar mereka (Nurfitriani, 2025)

Namun, era digital juga menawarkan peluang besar bagi institusi pendidikan. Ini termasuk pengayaan kurikulum melalui akses ke berbagai sumber daya pembelajaran global seperti MOOCs (Massive Open Online Courses) dan perpustakaan digital (Pakpahan & Habibah, 2021). Teknologi memungkinkan pembelajaran personalisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan, kemampuan, dan minat individu setiap siswa.

Penggunaan elemen permainan (gamifikasi) dan alat pembelajaran interaktif dapat secara signifikan meningkatkan motivasi dan keterlibatan siswa. Analitik pembelajaran dapat digunakan untuk memantau kemajuan siswa secara *real-time*, memungkinkan pendidik memberikan intervensi tepat waktu dan menyesuaikan metode pengajaran sesuai kebutuhan individu, yang pada gilirannya dapat menginformasikan penyesuaian kurikulum (Pakpahan & Habibah, 2021). Teknologi juga memfasilitasi interaksi dan kolaborasi digital yang lebih luas melalui forum daring, kelompok diskusi, dan proyek kolaboratif, yang memperkaya pengalaman belajar dan membantu pengembangan keterampilan sosial dan kerja tim. UNPAM, sebagai institusi pendidikan, harus secara strategis mengelola tantangan dan peluang ini untuk tetap kompetitif dan relevan dalam penawaran intinya (pendidikan) dan untuk mempersiapkan mahasiswanya menghadapi angkatan kerja digital.

Bagaimana UNPAM sebagai Institusi Menerapkan Manajemen Strategi dan Inovasi: Universitas Pamulang beroperasi di bawah kerangka manajemen strategis yang jelas, dimulai dari penetapan visi, misi, tujuan, dan strategi pengembangan yang diformalkan dalam Statuta, Rencana Strategis (Renstra), dan Rencana Operasional (Renop).

Dokumen-dokumen ini berfungsi sebagai pedoman fundamental dalam merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, dan mengembangkan semua kegiatan operasional dan fungsional universitas. UNPAM juga secara aktif mengejar strategi kompetitif untuk program Magister Manajemennya, dengan penekanan pada penyediaan pendidikan berkualitas dengan biaya yang terjangkau, peningkatan kualitas lulusan dan kualifikasi dosen, serta kurikulum yang lentur dan dinamis untuk mengantisipasi kebutuhan pasar akan sumber daya manusia.

Keterkaitan antara manajemen strategis institusional UNPAM dengan proses pengembangan kurikulumnya (Pakpahan & Habibah, 2021) menunjukkan bahwa perencanaan dan tata kelola strategis universitas secara keseluruhan dapat secara proaktif dimanfaatkan untuk secara sistematis mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang inovasi digital dalam kurikulum manajemennya. Ini berarti bergerak melampaui integrasi ad-hoc menuju transformasi penawaran pendidikan yang dipandu secara strategis dan dari atas ke bawah. Dalam konteks inovasi digital, UNPAM dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip ini lebih dalam.

Misalnya, melalui pengembangan keterampilan digital yang kuat bagi siswa dan dosen (Nurfitriani, 2025) pemanfaatan platform pembelajaran daring dan sumber daya digital (Pakpahan & Habibah, 2021), serta adaptasi peran guru sebagai pembimbing yang memandu siswa melalui proses pembelajaran berbasis teknologi. Penelitian di UNPAM juga menyoroti pentingnya integrasi teknologi dan inovasi dalam manajemen SDM (Alwy, 2022), yang relevan untuk pengembangan talenta digital di lingkungan akademik dan persiapan tenaga kerja yang kompeten di era digital. UNPAM memiliki peran ganda dalam konteks ini: ia adalah organisasi yang *mempraktikkan* manajemen strategis (dibuktikan oleh Statuta, Renstra, Renop, dan strategi kompetitifnya) dan institusi yang *mengajarkan* manajemen strategis (mata kuliah itu sendiri). Ini berarti UNPAM dapat berfungsi sebagai studi kasus internal yang hidup bagi mahasiswanya sendiri. Dengan menganalisis bagaimana UNPAM sendiri merumuskan dan melaksanakan rencana strategisnya, beradaptasi dengan era digital, dan berinovasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya di sektor pendidikan tinggi, mahasiswa dapat memperoleh wawasan praktis yang tak ternilai tentang prinsip-prinsip manajemen strategis. Ini menawarkan peluang pedagogis yang unik untuk pembelajaran pengalaman, di mana respons strategis institusi terhadap disrupti digital menjadi objek pembelajaran yang nyata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Era digital menuntut organisasi untuk mengadopsi strategi manajemen inovasi yang adaptif dan berkelanjutan guna membangun keunggulan kompetitif. Manajemen strategis berfungsi sebagai fondasi krusial yang memungkinkan organisasi mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan mengintegrasikan teknologi serta budaya inovasi. Strategi kunci meliputi pembentukan budaya inovasi yang mendukung kreativitas dan pengambilan risiko, investasi strategis dalam teknologi baru seperti AI untuk efisiensi dan personalisasi, kolaborasi eksternal untuk akses keahlian dan percepatan inovasi, adopsi siklus pengembangan produk yang cepat (rapid iteration) untuk kelincahan pasar, serta pengembangan talenta digital dan fokus pada keberlanjutan untuk menjaga relevansi jangka panjang.

Dalam konteks Universitas Pamulang, mata kuliah Manajemen Strategi memiliki relevansi yang kuat dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital. Meskipun tidak ada konsentrasi khusus Manajemen Strategi, prinsip-prinsipnya terintegrasi dalam kurikulum dan perencanaan strategis institusional UNPAM. Universitas Pamulang dapat terus memperkuat integrasi inovasi digital dalam kurikulum, metode pengajaran, dan operasionalnya untuk menghasilkan lulusan yang kompeten dan relevan di pasar kerja digital, serta meningkatkan daya saing institusi itu sendiri di tengah persaingan pendidikan tinggi.

Sumbangan Temuan

Penelitian ini menyumbangkan pemahaman komprehensif mengenai interkoneksi antara manajemen strategis dan inovasi dalam konteks era digital, khususnya relevansinya bagi institusi pendidikan tinggi seperti Universitas Pamulang. Ini menyoroti bahwa inovasi bukan sekadar aktivitas terpisah atau fungsi departemen, melainkan hasil dari kerangka strategis yang terencana dan budaya organisasi yang mendukung, yang harus diintegrasikan di semua tingkatan operasional dan strategis. Temuan ini juga menggarisbawahi bahwa keberhasilan di era digital bergantung pada kemampuan organisasi untuk menjadi lincah dan adaptif, didukung oleh pengambilan keputusan berbasis data dan investasi berkelanjutan pada modal manusia.

Implikasi Penelitian

- **Teoritis:** Penelitian ini memperkaya literatur manajemen strategis dengan menggarisbawahi peran dinamisnya dalam mendorong inovasi berkelanjutan di era disruptif digital. Ini juga memberikan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk menganalisis adaptasi strategis organisasi, baik bisnis maupun pendidikan, dalam menghadapi perubahan teknologi yang cepat dan ekspektasi pasar yang terus berkembang. Konsep kelincahan strategis dan inovasi ekosistem menjadi lebih jelas dalam konteks ini.
- **Praktis:** Bagi organisasi bisnis, temuan ini memberikan panduan praktis mengenai strategi inovasi yang dapat diterapkan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, menekankan pentingnya budaya, teknologi, kolaborasi, dan kecepatan. Bagi Universitas Pamulang, penelitian ini mengimplikasikan perlunya peninjauan dan penguatan kurikulum Manajemen Strategi agar lebih eksplisit mengintegrasikan aspek inovasi digital, serta mendorong penerapan strategi inovasi dalam operasional dan pengembangan institusi secara keseluruhan. Ini termasuk investasi pada infrastruktur digital, pelatihan dosen untuk adaptasi pedagogi digital, dan pengembangan keterampilan digital mahasiswa untuk memastikan relevansi dan kualitas pendidikan di era digital.

Pengembangan Penelitian Kedepannya

Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada studi kasus empiris di Universitas Pamulang untuk menganalisis efektivitas implementasi strategi inovasi digital dalam kurikulum dan operasionalnya, menggunakan data primer dari survei atau wawancara dengan pemangku kepentingan. Studi komparatif antara Universitas Pamulang dengan institusi pendidikan lain yang telah berhasil mengintegrasikan inovasi digital secara mendalam dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai praktik terbaik dan faktor keberhasilan. Selain itu, penelitian dapat mengeksplorasi dampak spesifik dari adopsi teknologi seperti AI pada metode pengajaran dan pembelajaran di



lingkungan universitas, serta dampaknya terhadap hasil belajar mahasiswa dan kesiapan mereka untuk pasar kerja digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwy, M. A. (2022). Manajemen sumber daya manusia di era digital melalui lensa manajer sumber daya manusia generasi berikutnya. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(10), 2265-2276.
- Global Sciences Publishers. (2025). Strategi manajemen inovasi di era digital. *Journal of Business Economics and Management*, 1(3), 186-192.
- Kumar, S., Kumar, N., & Kumar, S. (2020). Sustainable marketing strategies for competitive advantage in the digital era. *Journal of Business Research*, 116, 60-68
- Mabkhot, H. A., Al-Samarraie, H., & Al-Sa'di, A. (2020). Data-driven decision making in the digital era: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 113, 1-12.
- Miradji, M. A., Vercelly, W. A. S., Aisyah, M. K., Yuherda, A., & Faiz, R. M. (2023). INOVASI DALAM MANAJEMEN STRATEGI: “MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS DI ERA DIGITAL”. *JAMANIS : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(05), 28-38.
- Muntamah, S., & Sikki, N. (2025). Peran Artificial Intelligent (AI) dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Bisnis di Era Digital : Sebuah Kajian Literatur. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 309–319. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i1.3044>
- Nurfitriani. (2025). Strategi Pembelajaran Digital bagi Guru PAI: Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran di Masa Depan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 3(1), 258-265.
- Othman, M., & Hussein, R. (2023). Organizational culture and digital innovation: A systematic review. *Journal of Digital Business*, 5(2), 123-135.
- Pakpahan, P. L., & Habibah, U. (2021). Manajemen program pengembangan kurikulum PAI dan budi pekerti dalam pembentukan karakter religius siswa. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 2(1), 1–20.
- Ritonga, M., Siregar, R. S., & Nasution, M. A. (2023). Transformasi digital dan pengembangan sumber daya manusia di era digital. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 112-125.
- Ribeiro, J., Silva, A., & Costa, J. (2021). Artificial intelligence in operations management: A systematic literature review. *Journal of Operations Management*, 39(1), 1-15.
- Shodh Sagar. (2024). Strategic Management in the Era of Digital Transformation: Challenges and Opportunities. *Darpan International Research Analysis*, 12(3), 214.
- Singh, S., & Dhir, S. (2023). Digital innovation management: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 154, 113333.