



Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspipetek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,

Email : humanismanajemen@gmail.com

Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2025

Website. :

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

STRATEGI MANAJEMEN INOVASI UNTUK MEMBANGUNG KEUNGULAN BERSAING DI ERA DIGITAL

Dwi Setiawati ¹⁾, Daniel David Camberra Simanungkalit²⁾, Anjely Shukriya Aini³⁾, Endang Sugiarti⁴⁾

Universitas Pamulang

dwisetaiwati405@gmail.com 1) danieldavidsimanungkalit@gmail.com 2)

anjelyaini02@gmail.com 3) dosen00725@unpam.ac.id 4)

Abstract. In the rapidly developing digital era, companies are required to continue to innovate in order to maintain and improve competitive advantage. Innovation management strategy is an important key in facing technological disruption and changes in consumer behavior. This article aims to examine various innovation management strategies that companies can implement to build sustainable competitive advantage. This study uses a descriptive qualitative approach with literature studies from various scientific sources. The results show that companies that successfully integrate digital innovation into their business models tend to be more adaptive, responsive to the market, and able to create higher value for customers.

Keywords: Strategy, Management, Innovation

Abstrak. Di era digital yang berkembang pesat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi guna mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing. Strategi manajemen inovasi menjadi kunci penting dalam menghadapi disrupsi teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji berbagai strategi manajemen inovasi yang dapat diterapkan perusahaan untuk membangun keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dari berbagai sumber ilmiah. Hasil menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengintegrasikan inovasi digital ke dalam model bisnis mereka cenderung lebih adaptif, responsif terhadap pasar, dan mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan.

Kata kunci: Strategi, Inovasi, Manajemen

PENDAHULUAN

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

Era perkembangan teknologi digital menjadi pemicu perubahan bisnis, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memicu revolusi peradaban dunia, khususnya industri sebagai penggerak perekonomian dunia. Maka dari itu, kemampuan untuk mengelola sumber daya manusia sesuai dengan perkembangan zaman adalah suatu hal yang mutlak dimiliki oleh Perusahaan yang visioner di era digital. Perubahan Paradigma Manajemen SDM: Dalam era pra-digital, manajemen SDM cenderung difokuskan pada administrasi kepegawaian dan pengelolaan tugas-tugas rutin. Namun, dengan munculnya era digital, paradigma ini berubah secara dramatis (Wahyudi & dkk, 2023).

Transformasi digital sebagai adaptasi terkelola terhadap digitalisasi untuk memastikan penciptaan nilai yang berkelanjutan bagi organisasi) tidak hanya menciptakan peluang bagi sarjana dalam manajemen sumber daya manusia, tetapi juga menghadirkan tantangan. Misalnya, transformasi digital tidak hanya merupakan peluang untuk pemberdayaan karyawan dan optimalisasi operasi, transformasi digital juga dapat memperumit cara pengelolaan karyawan (Adenuddin Alwy, 2022).

Dalam manajemen strategi, perusahaan perlu terus-menerus mencari cara untuk meningkatkan produk, layanan, dan proses operasional mereka. Inovasi bisnis memungkinkan perusahaan untuk menjawab tuntutan pasar dengan cepat, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, dan memperkuat posisi kompetitif mereka. Perusahaan yang mampu berinovasi dapat tetap relevan di pasar yang terus berubah dan menciptakan strategi yang memungkinkan mereka untuk meraih sukses jangka panjang (Wono et al., 2023).

Menurut (Abdi Fadhlani, dkk) Revolusi Industri 4.0 menjadi sebuah tantangan baru bagi beberapa industri dimana para pelaku industri dipaksa untuk meningkatkan sistem dan layanannya agar dapat bersaing. Tujuan penelitian ini yaitu melihat pengaruh kepemimpinan digital, manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan manajemen kualitas sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian ini adalah 70 orang pegawai, dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 60 responden dari Samsung Center Padang dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS) digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing. 2) Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen kualitas. 3) Manajemen kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan bersaing Samsung Center Padang. 4) Manajemen Kualitas memediasi Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Menurut (Moh.Sofiyanto, dkk) Pemimpin transformasi memainkan peran penting dalam mengarahkan proses transformasi organisasi, terutama dalam mengintegrasikan tahapan perubahan ke dalam budaya organisasi baru. Manajemen di era digital menekankan penggunaan teknologi digital untuk mengelola operasi bisnis dan sumber daya manusia, termasuk implementasi sistem digital guna meningkatkan efisiensi operasional, komunikasi, dan pengambilan keputusan. Penelitian ini merupakan deskripsi dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan tinjauan literatur sebagai sumber data sekunder untuk mengkaji transformasi kepemimpinan dalam manajemen strategis di era digital.

Model kepemimpinan transformasional menyoroti pentingnya pemimpin dalam mendorong fokus pada organisasi, membangun kepercayaan, dan meningkatkan kinerja. Kepemimpinan di era digital menuntut kesesuaian nilai, inspirasi, pemberdayaan, serta strategi yang sederhana. Pemimpin masa depan perlu memiliki kreativitas, keterampilan komunikasi yang baik, kemampuan mengelola kegagalan, dan kemampuan memimpin inovasi di era yang terus berubah.

Menurut (Hilda, dkk) Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak literasi digital, pemanfaatan media sosial, dan inovasi bisnis terhadap strategi pertumbuhan perusahaan. Peneliti menerapkan metodologi penelitian kualitatif, dengan menganalisis laporan perusahaan, wawancara mendalam dengan manajer senior dan eksekutif, serta analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi dalam organisasi memainkan peran sentral dalam mendukung kemampuan perusahaan dalam mengadopsi teknologi terkini dan merumuskan strategi inovatif yang tanggap terhadap perubahan pasar. Selain itu, pemanfaatan media sosial yang efektif mengintensifkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan memberikan dampak positif pada pengambilan keputusan strategis. Di sisi lain, inovasi bisnis yang diiringi oleh kemajuan teknologi digital memberikan keunggulan kompetitif yang lebih besar dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat. Berkaitan dengan hal tersebut maka hasil penelitian ini memberikan panduan berharga bagi praktisi bisnis, menggaris bawahi pentingnya berinvestasi dalam literasi digital, mengembangkan strategi media sosial yang cerdas, dan membentuk budaya inovasi yang kuat sebagai elemen kunci dalam manajemen strategi perusahaan di era digital.

KAJIAN LITERATUR

Menurut (Miradji et al., 2024) Di era digital yang berubah dengan cepat, perusahaan harus memprioritaskan inovasi untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Esai ini mengeksplorasi pentingnya inovasi dalam pengelolaan strategi perusahaan di era digital. Inovasi mencakup lebih dari sekadar pengembangan produk atau layanan baru; inovasi juga mencakup transformasi proses operasional perusahaan, meningkatkan interaksi konsumen, dan menghasilkan nilai yang bertahan lama. Abstrak ini menjelaskan pentingnya inovasi dalam mengatasi kesulitan dan prospek era digital, cara-cara di mana inovasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan, dan teknik-teknik yang dapat digunakan organisasi untuk meningkatkan potensi inovasi mereka. Kami juga menampilkan contoh-contoh organisasi terkemuka yang telah secara efektif menjalankan teknik perintis untuk membangun keunggulan kompetitif di era digital, seperti Apple, Amazon, Airbnb, dan Gojek. Dengan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pentingnya inovasi dalam manajemen strategis, para pembaca akan dapat merumuskan rencana inovasi yang efisien untuk meningkatkan daya saing perusahaan mereka dan menjadipemenang dalam persaingan di pasar global yang semakin rumit. Artikel ini menawarkan wawasan yang signifikan bagi para pemimpin bisnis dan profesional yang ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya inovasi di era digital.

Menurut (Irawan, 2023) Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal penting diantaranya yaitu: *Pertama*, Literasi digital mengacu pada kemampuan UMKM untuk menggunakan teknologi digital serta indera komunikasi melalui internet untuk memperoleh, bahan bisnis, dan membuat informasi usaha secara luas. Penggunaan teknologi digital dinilai bisa menaikkan produktivitas, omzet serta pendapatan UMKM itu sendiri, serta juga merupakan bagian asal upaya menjaga kelangsungan perjuangan. *Kedua*, Dari sisi literasi ekonomi, bahwa para pelaku usaha mikro kecil menengah memerlukan pengetahuan mendasar mengenai dasar kebutuhan konsumen sebelum memproduksi barang atau jasa serta menganalisis peluang dan tantangan usaha atau bisnis yang akan mulai digarap. *Ketiga*, Suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka usaha tersebut dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal.

Maka dari itu, pembisnis harus menyiapkan strategi inovasi terhadap usaha bisnisnya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Kemudian inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan yang mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif.

Menurut (Syafi'i et al., 2023) Dalam lanskap bisnis kontemporer yang ditandai oleh evolusi teknologi yang cepat, penelitian ini menyelami ranah transformasi digital dan implikasinya terhadap praktik manajemen inovatif dan keberlanjutan organisasi. Studi ini mengeksplorasi bagaimana bisnis beradaptasi dan mengintegrasikan teknologi canggih untuk meningkatkan kinerja keseluruhan. Melalui analisis komprehensif, penelitian ini menyelidiki hubungan beragam antara transformasi digital, strategi manajemen inovatif, dan keberhasilan berkelanjutan organisasi. Temuan penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang interaksi dinamis antara kemajuan teknologi dan dinamika bisnis. Dengan mengurai dampak transformasi digital pada pendekatan manajemen, studi ini berkontribusi pada wacana berkelanjutan mengenai pembentukan praktik organisasi yang berkelanjutan di era digital. Penelitian ini berfungsi sebagai panduan bagi bisnis yang menjelajahi kompleksitas integrasi teknologi, menawarkan pertimbangan strategis untuk memanfaatkan inovasi guna menjamin kelangsungan dan kesuksesan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Manajemen inovasi telah menjadi dasar untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing ketika menerapkan strategi penciptaan nilai yang tidak dimanfaatkan secara bersamaan. Inovasi juga dilihat sebagai alat penting untuk daya saing dalam lingkungan bisnis modern ditandai dengan tingginya kompetisi.

Keberlangsungan hidup suatu perusahaan telah dianggap tergantung pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing melalui inovasi yang membutuhkan kemampuan untuk beradaptasi dan daya tanggap. Disarankan bahwa organisasi memiliki kecenderungan untuk berinovasi adalah jenis kemampuan dinamis yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Meskipun secara umum dapat dikatakan bahwa inovasi berkontribusi pada performa bisnis, perusahaan harus mengadopsi beberapa tipe dari inovasi sepanjang waktu yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dan mengembangkan performa perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara inovasi dan keunggulan bersaing.

Model kepemimpinan transformasional adalah gagasan yang relatif baru dalam studi kepemimpinan yang sering dianggap sebagai model terbaik untuk mengkarakterisasi atribut seorang pemimpin. Seorang pemimpin yang mengambil strategi ini akan mendorong orang-orang untuk memprioritaskan pekerjaan dan mengalihkan penekanan pada kepentingan organisasi, mengembangkan kepercayaan, dan mendorong mereka untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dengan lebih baik. Kepemimpinan transformasional, menurut Robbins dan Judge (2008) dalam Humairoh et al., (2023) mencakup pemimpin yang mendorong pengikutnya untuk mengesampingkan kepentingan pribadi demi kepentingan pribadi.

Kepemimpinan transformasional adalah kemampuan untuk melakukan perubahan besar pada individu dan organisasi dengan mengubah cara pandang. Karakter individu di dalam perusahaan atau memperbaiki struktur, prosedur, dan nilai-nilai organisasi agar lebih baik dan lebih relevan. Hal ini dicapai melalui strategi inovatif yang memberikan tantangan bagi semua pihak yang terlibat, serta bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi yang sebelumnya tidak dapat dicapai.

Media sosial dapat digunakan oleh bisnis untuk mempromosikan merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan memantau pesaing dan tren industri. Perusahaan juga dapat memanfaatkannya untuk membangun audiens dan mengetahui preferensi pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut maka media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu dan organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara online. Media sosial mencakup berbagai situs web dan aplikasi seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut maka media sosial adalah alat penting dalam komunikasi perusahaan dengan pelanggan dan dalam pemahaman pasar.

Literasi digital adalah kemampuan untuk mendapatkan, memahami, dan menggunakan informasi dari berbagai sumber secara digital. Hugo & Payton (2011) mendefinisikan literasi digital menjadi delapan komponen: (1) keterampilan fungsional, yang mencakup kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi; (2) kreatifitas, yang berkaitan dengan kemampuan berpikir kreatif dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk memperluas pengetahuan; (3) kolaborasi, yang menekankan proses membangun pengetahuan melalui pembicaraan dan pertukaran ide antara satu sama lain; dan (4) pembelajaran bersama, yang menekankan proses membangun pengetahuan melalui diskusi dan pertukaran ide.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan pada variable mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lain (Sugiyono, 2006:56). Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (1999:245), penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Jadi penelitian ini tidak mengungkap adanya hubungan antar variable, akan tetapi hanya menggambarkan keadaan masing-masing indikator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi adalah suatu alat, hal, atau gagasan yang baru dimana hal tersebut belum pernah ada sebelumnya, dimana dengan terciptanya hal baru tersebut diharapkan dapat menjadi sesuatu yang menarik dan berguna. Seseorang yang selalu berinovasi maka dapat dikatakan seorang yang inovatif, orang yang melakukan inovasi disebut inovator. Dalam era globalisasi ini seorang wirausahawan dituntut agar bisa terus berinovasi, menghadirkan hal yang baru, yang unik, yang lebih efisien, dan lebih baik dari produk dan jasa sebelumnya, seorang wirausahawan yang dapat terus melakukan inovasi dalam usahanya maka dapat mempertahankan usahanya hingga dalam umur yang panjang (Batoebar, 2021). Era digital merupakan suatu zaman yang sudah mengalami kondisi perkembangan kemajuan dalam ranah kehidupan ke arah yang serba digital. Hadirnya era digital mampu menjadikan kehidupan masyarakat menjadi lebih praktis dan juga modern dalam banyak aspek termasuk perekonomian. Penelitian mengemukakan di era digital ini terjadi sebuah evolusi pada teknologi new media atau dikenal dengan teknologi yang berbasis internet (Halim et al., 2023).

Digitalisasi telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan mengelola rantai nilai. Inovasi digital seringkali melibatkan kerja sama lintas sektor dan pemanfaatan platform terbuka. Perusahaan seperti Apple menciptakan ekosistem yang memungkinkan mitra dan pengembang pihak ketiga untuk berinovasi di atas platform mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen inovasi merupakan elemen kunci dalam membangun keunggulan bersaing di era digital. Perusahaan perlu mengembangkan strategi inovasi yang mencakup transformasi teknologi, pembentukan budaya inovatif, kolaborasi strategis, dan desain ulang model bisnis. Keberhasilan dalam era digital sangat bergantung pada kecepatan adaptasi dan kemampuan menciptakan nilai baru melalui inovasi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwy, M. (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. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.334>
- Ali, K. (2020). Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis. *Academia.Edu, Pengantar Bisnis*, 366.
- Amanda Savitri, C., Luh Putu Nia Anggraeni, N., & Firman Santosa, D. (2023). Analisis Faktor Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan di PT Sinkona Indonesia Lestari. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(2), 110–124. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i2.44680>
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding*, 1, 21–29.
- Fadhlan, A., Yuwanda, T., & Mulyani, S. R. (2022). Kepemimpinan Digital, Manajemen Inovasi dan Daya Saing di Era Revolusi Industri 4.0: Peran Mediasi dari Quality Management. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18(2), 138–148. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK138>
- Febriana, A., & Kustini, K. (2022). Dampak Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Pt. Berlian Multi Sejahtera. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 656–664. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.519>
- Halim, R. S., Chandra, T. Y., & Mau, H. A. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(September), 3048–3074. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/580/666>
- Hidayat Rizandi, Muhammad Arrazi, Asmendri, & Milya Sari. (2023). Pentingnya Manajemen Sarana dan Prasarana Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Akademika: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 47–59. <https://doi.org/10.51339/akademika.v5i1.745>
- Holy, I., Haedar, H., & Dewi, S. R. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jesya*, 6(2), 1761–1771. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1134>
- Irawan, E. (2023). Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 1(4), 30–41.
- Mardiani, I. N., & Widiyanto, A. (2021). Pengaruh work-life balance, Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja karyawan PT Gunanusa Eramandiri. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 985–993. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.456>
- Miradji, M. A., Vercelly, W. A. S., Faiz, R. M., & ... (2024). Inovasi Dalam Manajemen Strategi: "Membangun Keunggulan Kompetitif Di Era Digital". *Jurnal Manajemen ...*, 28–38. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jamanis/article/view/8913%0Ahttps://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jamanis/article/download/8913/5444>
- Novrijal, A. (2024). *Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Era Digital*. 3(2), 245–250. <https://doi.org/10.56854/jbm.v3i2.492>

- Nurhandayani, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja, dan Beban Kerja terhadap Kinerja. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 1(2), 108–110. <https://doi.org/10.58765/ekobil.v1i2.65>
- Sofiyanto, M., Isa Anshori, M., & Andriani, N. (2024). Transformasi Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategis Di Era Digital: Tinjauan Literatur Review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 290–297. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21057>
- Syafi'i, A., Brawijaya, A., & Hakim, A. R. (2023). Strategi Inovatif Manajemen Dan Bisnis Di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini Terhadap Keberlanjutan Dan Kinerja Organisasi. *Jurnal Visionida*, 9(2), 191–198. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i2.11069>
- Wahyudi, A., & dkk. (2023). Keterampilan yang Dimiliki oleh Tenaga Kerja dengan Tuntutan Teknologi. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(4), 99–111.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.15575/jb.v2i1.29329>