

Model Strategi Inovasi Digital dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Sektor Jasa E-Commerce

Budi Alamsyah Siregar ^{1*}

^{1*} Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Corresponding Email : siregarbas@upmi.ac.id ^{1*}

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model strategi inovasi digital dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di sektor jasa e commerce. Adapun perusahaan jasa e commerce yang menjadi objek penelitian ini adalah 5 (lima) besar toko online yang ada di Indonesia, yaitu: Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak. Dalam penelitian ini, dipilih 100 orang sebagai sampel. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan baik secara online (Google Form) dan offline. Berdasarkan pada hasil penelitian bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara strategi inovasi dan teknologi digital terhadap keunggulan bersaing pada jasa e commerce. Dampak dari hasil penelitian ini menekankan pentingnya inovasi bisnis dan optimalisasi teknologi digital sebagai strategi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan memperkuat kinerja perusahaan, khususnya di sektor jasa e commerce. Strategi ini memungkinkan perusahaan jasa dalam hal ini toko online untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Selain itu juga dengan memanfaatkan teknologi seperti AI, IoT, dan analitik data, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, membangun loyalitas pelanggan, dan membuka peluang bisnis baru, sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi; Inovasi; Digital; Keunggulan Kompetitif.

Abstract. This research aims to understand how the digital innovation strategy model can enhance competitive advantage in the e-commerce service sector. The e-commerce service companies that are the subjects of this research are the top 5 (five) online stores in Indonesia, namely: Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, and Bukalapak. In this study, 100 people were selected as the sample. Primary data were obtained from questionnaires distributed both online (Google Form) and offline. Based on the research findings, there is a significant influence between innovation strategies and digital technology on competitive advantage in e-commerce services. The impact of this research highlights the importance of business innovation and the optimization of digital technology as strategies to enhance competitive advantage and strengthen company performance, particularly in the e-commerce service sector. This strategy allows service companies, in this case online stores, to expand their market, enhance competitiveness, and drive sustainable growth. In addition, by leveraging technologies such as AI, IoT, and data analytics, companies can enhance efficiency, build customer loyalty, and open new business opportunities, thereby creating sustainable competitive advantages.

Keywords: Strategy; Innovation; Digital; Competitive Advantage.

Pendahuluan

Inovasi teknologi memainkan peran krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama dalam perekonomian digital (Rusdiani, 2022). Di negara-negara maju, inovasi teknologi telah diterapkan untuk meningkatkan daya saing ekonomi mereka. Beberapa penelitian menekankan bahwa inovasi berperan penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan meningkatkan daya saing negara di pasar global (Akhmad Al Aidhi, 2024). Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan dalam sektor digital, tercermin dalam peringkat Indonesia pada IMD World Digital Competitiveness (WDC) 2022 yang menduduki posisi ke-51, meningkat dibandingkan dengan peringkat 62 pada 2018. Namun, jika dibandingkan dengan negara-negara lain, seperti Singapura (peringkat ke-2), Korea (peringkat ke-8), dan Australia (peringkat ke-14), daya saing digital Indonesia masih tertinggal (Perekonomian, 2023). Dalam bisnis digital memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan yang dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menciptakan solusi inovatif memiliki peluang besar untuk sukses dalam pasar yang semakin kompetitif (<https://masoemuniversity.ac.id>, 2023).

Namun, ekonomi digital juga membawa dampak negatif, seperti kesenjangan digital, ancaman kejahatan siber, dan persaingan yang tidak sehat di sektor digital (Abdillah, 2024). Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif mampu menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi bagi pemangku kepentingan, pelanggan, dan pemasok dibandingkan dengan pesaing mereka. Untuk mempertahankan keunggulan tersebut, perusahaan perlu melakukan inovasi dalam proses bisnis, produk, dan cara bertransaksi (Sunarsih, 2017). Selain itu, strategi peningkatan keunggulan kompetitif dapat dilakukan melalui pengembangan produk digital, perbaikan proses dengan teknologi, pengalaman pelanggan digital, serta penggunaan analitik data untuk pengambilan keputusan. Integrasi inovasi dalam era digital dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, pendapatan, loyalitas pelanggan, efisiensi

operasional, serta membangun keberlanjutan dalam persaingan global melalui kolaborasi strategis dan pengembangan keterampilan digital (Angga Syaputra, 2024). Sektor jasa di Indonesia memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, dengan kontribusinya yang lebih besar dibandingkan sektor lainnya seperti konstruksi, pertanian, dan perdagangan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor jasa berkontribusi sebesar 0,71 persen terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, lebih tinggi dari sektor perdagangan (0,66 persen), konstruksi (0,61 persen), dan pertanian (0,49 persen) (Irawan, 2019). Industri e-commerce di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan adopsi teknologi digital. Sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat, Indonesia menjadi pusat berbagai marketplace dan platform belanja online. Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital, termasuk melalui Undang-Undang Cipta Kerja yang mempermudah akses ke infrastruktur digital, memfasilitasi pelaksanaan bisnis, serta meningkatkan praktik bisnis di sektor e-commerce dan transaksi elektronik (Abdan Sifa I. M., 2024).

Pada awal tahun 2025, SimilarWeb merilis data terbaru mengenai platform e-commerce dengan jumlah pengunjung terbesar di Indonesia. Secara global, Shopee memiliki pengunjung sebesar 235,9 juta pada Februari 2024, meskipun mengalami penurunan bulanan sebesar 4,01%. Tokopedia menempati urutan kedua dengan 100,3 juta pengunjung pada bulan yang sama, meskipun juga mengalami penurunan sebesar 0,04%. Lazada tercatat dengan 45,03 juta pengunjung, namun mengalami penurunan yang lebih besar, yakni 4,75%. Blibli dan Bukalapak, yang berada di urutan keempat dan kelima, juga mengalami penurunan pengunjung masing-masing sebesar 7,74% dan 22,86% (SimilarWeb, 2025). Salah satu faktor yang memengaruhi kesenjangan keterampilan digital adalah laju perkembangan teknologi yang pesat. Kesenjangan ini semakin diperburuk dengan beragamnya tuntutan yang terus berkembang di berbagai sektor industri. Sebagai contoh, dalam sektor jasa keuangan, maraknya fintech dan perbankan digital telah

meningkatkan permintaan akan profesional yang terampil dalam keamanan siber, teknologi blockchain, dan manajemen pengalaman pelanggan digital. Begitu pula dalam sektor ritel yang bertransformasi melalui e-commerce dan pemasaran digital, memerlukan keterampilan dalam platform penjualan daring, periklanan digital, dan analisis data pelanggan (Doyle, 2025). Strategi inovasi merupakan salah satu kebijakan yang diterapkan perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis. Strategi ini lebih mengedepankan peningkatan inovasi produk dan proses, daripada sekadar mengalahkan pesaingnya secara destruktif (Samperuru, 2024). Dalam konteks manajemen strategi, memiliki dan mempertahankan keunggulan bersaing sangat penting untuk kelangsungan organisasi. Untuk mencapai keunggulan tersebut, organisasi perlu memiliki diferensiasi atau keunikan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan konsumen dan mengikuti perkembangan yang relevan dalam era digital (Aminah, 2022).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif (Sugiyono, 2010). Sebagai sampel, penelitian ini melibatkan 100 responden yang dipilih secara acak. Data

primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan baik secara daring (Google Form) maupun luring. Subjek penelitian ini terdiri dari lima perusahaan jasa e-commerce terkemuka di Indonesia, yang meliputi lima platform toko online terbesar, yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak.

Tabel 1. Subjek Penelitian

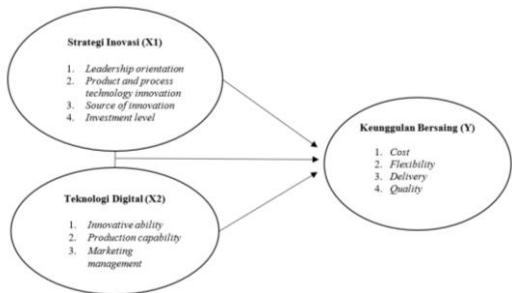
No	e-commerce
1	Shopee
2	Tokopedia
3	Lazada
4	Blibli
5	Bukalapak

Validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian juga diuji untuk memastikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan dan konsisten dengan respons yang diberikan oleh responden. Teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* dengan batas minimum $r = 0,3$ digunakan dalam pengujian validitas. Koefisien *Cronbach's Alpha* dengan batas minimum Alpha $> 0,6$ digunakan dalam pengujian reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas telah dilakukan pada tiga puluh (30) responden, dan hasilnya memadai. Hasil uji menunjukkan bahwa semua indikator variabel valid karena r hitung $> 0,3$, dan semua variabel reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel/Indikator Variabel	Item	Korelasi	Cronbach's Alpha
Strategi Inovasi (X1)	X.1.1	0,925	0,959
	X.1.2	0,961	
	X.1.3	0,959	
	X.1.4	0,890	
	X.1.5	0,902	
	X.1.6	0,868	
	X.1.7	0,934	
	X.1.8	0,865	
Teknologi Digital (X2)	X.2.1	0,797	0,896
	X.2.2	0,877	
	X.2.3	0,852	
	X.2.4	0,911	
	X.2.5	0,822	
Keunggulan Kompetitif (Y)	Y.1	0,926	0,902
	Y.2	0,909	
	Y.3	0,892	

Y.4	0,725
Y.5	0,831



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

- H1: Strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing di sektor jasa E Commerce.
- H2: Teknologi digital berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing di sektor jasa E Commerce.
- H3: Strategi inovasi dan teknologi digital secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing di sektor jasa E Commerce.

Hasil dan Pembahasan

Hasil
Karakteristik Responden

Tabel 3 menyajikan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat dominasi responden perempuan dengan jumlah 60 orang, sementara responden pria berjumlah 40 orang. Dalam hal distribusi usia, rentang usia responden berkisar antara 20 hingga 65 tahun, dengan proporsi terbesar, yaitu 67%, berada dalam kelompok usia 20-30 tahun. Kelompok usia ini menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi dalam berpartisipasi dalam e-commerce, yang mungkin berkaitan dengan adopsi teknologi digital yang lebih cepat dan kenyamanan dalam berbelanja secara online. Selain itu, sebagian besar responden, yaitu 58%, memiliki latar belakang pendidikan sarjana, yang menggambarkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan tinggi.

Tabel 3. Karakteristik Responden

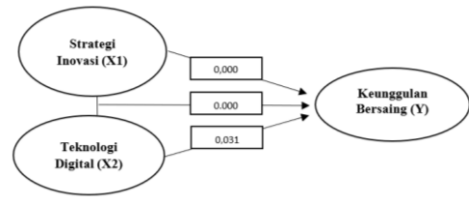
No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Pria	40	40
		Perempuan	60	60
		Total	100	100,00
2	Usia	20 – 30	67	67
		31 – 40	18	18
		41 – 50	7	7
		51 – 60	5	5
		> 61	3	3
		Total	100	100,00
3	Pendidikan Terakhir	SMP	2	2
		SMA	5	5
		Diploma	35	35
		Sarjana	58	58
		Total	100	100,00

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Model	Uji T	Sig.	Uji F	Sig.	R	R Square	Keterangan
Strategi Inovasi	14.781	.000	122.736	.000 ^b	.882 ^a	.778	Diterima
Teknologi Digital	2.207	.031					Diterima
a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif							
b. Predictors: (Constant), Strategi Inovasi, Teknologi Digital							

Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada Tabel 4, diperoleh nilai t hitung sebesar 14,782. Sementara itu, untuk nilai t tabel pada signifikansi $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df) sebesar 150, didapatkan nilai t tabel sebesar 1,66. Dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel, yang berarti hipotesis pertama (H1) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi inovasi dengan keunggulan bersaing pada sektor jasa e-commerce. Nilai probabilitas (p-value) yang tertera pada tabel lebih kecil dari 0,05 ($p = 0,000$), yang mengonfirmasi bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing dalam industri e-commerce. Selanjutnya, untuk hipotesis kedua (H2), nilai t hitung yang diperoleh adalah 2,207. Berdasarkan t tabel pada signifikansi $\alpha = 0,05$ dan df sebesar 150, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,66. Karena t hitung lebih besar dibandingkan t tabel, maka H2 diterima dan Ho ditolak. Ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara teknologi digital dengan keunggulan bersaing di sektor jasa e-commerce.

Nilai probabilitas (p-value) yang tertera pada tabel lebih kecil dari 0,05 ($p = 0,031$), yang menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh teknologi digital terhadap keunggulan bersaing pada sektor e-commerce. Selanjutnya, uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 122,736. Berdasarkan derajat kebebasan ($df_1 = 2$ dan $df_2 = 97$), nilai F tabel yang diperoleh adalah 3,09 pada signifikansi $\alpha = 0,05$. Karena F hitung lebih besar dari F tabel, maka model regresi dalam penelitian ini diterima. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima dan Ho ditolak, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara strategi inovasi dan teknologi digital terhadap keunggulan bersaing pada sektor jasa e-commerce. Berdasarkan hasil uji ini, model regresi yang diterapkan dapat menggambarkan hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 2. Hasil Uji Coba model

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap bisnis, khususnya di sektor e-commerce. Inovasi digital kini menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Strategi inovasi digital yang diterapkan secara efektif dapat membantu perusahaan e-commerce dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, efisiensi operasional, serta menciptakan diferensiasi pasar yang jelas. Dalam pengambilan keputusan, konsumen dituntut untuk memilih produk dengan tepat. Menurut Budi Alamsyah Siregar (2024), keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang relevan dalam pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Namun, sektor e-commerce tidak hanya memiliki dampak positif, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi secara negatif. E-commerce memberikan kemudahan dan aksesibilitas belanja yang luar biasa, tetapi hal ini juga dapat mendorong perilaku konsumtif impulsif, yang sering kali dipicu oleh harga yang murah, diskon besar, serta promosi yang menarik (Abdan Sifa I. M., 2024). Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, seperti yang disampaikan oleh Angga Syaputra (2024), yang menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional dan strategi perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Alpin Angga Guntara (2024), yang mengungkapkan bahwa inovasi bisnis dan optimalisasi promosi melalui media sosial memainkan peranan penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Pembahasan

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah secara fundamental cara bisnis dijalankan, khususnya di sektor e-commerce. Inovasi digital kini menjadi faktor yang sangat penting untuk

membantu perusahaan bertahan dan memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar yang semakin ketat. Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi inovasi digital terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di sektor jasa e-commerce. Hal ini sejalan dengan temuan yang telah dijelaskan oleh berbagai peneliti sebelumnya, yang menekankan pentingnya penerapan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, efisiensi operasional, dan diferensiasi pasar. Dengan menerapkan inovasi digital, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar mereka, menawarkan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, dan menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing. Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh positif yang signifikan antara strategi inovasi dan teknologi digital terhadap keunggulan bersaing. Pengaruh ini mengonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu berinovasi dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka secara signifikan.

Misalnya, dalam industri e-commerce, adopsi teknologi seperti AI, IoT, dan analitik data memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan, merancang penawaran yang lebih tepat sasaran, serta meningkatkan efisiensi operasional. Namun, inovasi digital di sektor e-commerce juga tidak luput dari tantangan. Salah satu dampak negatif yang diidentifikasi adalah munculnya perilaku konsumtif impulsif yang disebabkan oleh promosi besar-besaran, diskon, dan kemudahan belanja yang ditawarkan oleh platform e-commerce. Seperti yang dijelaskan oleh Abdan Sifa I. M. (2024), meskipun e-commerce memberikan kemudahan akses belanja bagi konsumen, hal ini juga dapat mengarah pada pengeluaran berlebihan dan keputusan pembelian yang kurang rasional. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan aspek etika dalam strategi pemasaran mereka untuk menghindari dampak negatif terhadap perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Angga Syaputra (2024) dan Alpin Angga Guntara (2024), yang menekankan pentingnya

integrasi teknologi digital dalam setiap aspek operasional perusahaan. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk dan layanan, tetapi juga harus mencakup promosi, pemasaran, dan manajemen pengalaman pelanggan. Dalam hal ini, optimalisasi promosi melalui media sosial menjadi kunci untuk meningkatkan visibilitas perusahaan dan memperluas basis pelanggan. Strategi promosi yang terintegrasi dengan teknologi digital dapat memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendatangkan keuntungan jangka panjang. Berdasarkan temuan-temuan ini, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di sektor e-commerce, perusahaan perlu terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk menghadapi tantangan yang ada, mengurangi dampak negatif dari perilaku konsumtif impulsif, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi inovasi dengan keunggulan bersaing pada sektor jasa e-commerce. Penerapan strategi inovasi yang tepat terbukti membantu perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar e-commerce. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, di mana penggunaan teknologi digital yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa secara bersama-sama, strategi inovasi dan teknologi digital memberikan dampak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kedua faktor ini, jika diterapkan secara bersamaan, dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan dan membantu mereka bertahan serta berkembang dalam pasar e-commerce yang semakin kompetitif.

Daftar Pustaka

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27-35. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.335>.
- Agustin, A. T., Al Hafidz, M. Z., Susanti, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Inovasi Model Bisnis Platform untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Teknologi Digital di Industri E-Commerce Indonesia: Studi Kasus UMKM. *LabS: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 29(4), 19-24. <https://doi.org/10.57134/labs.v29i4.107>.
- Al Aidhi, A., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118-134.
- Aminah, S. (2022). *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta)* (Master's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Guntara, A. A., & Yasa, N. N. K. (2024). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Bisnis dan Promosi Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 200-208.
- Indonesia, K. K. B. P. R. (2023). *Buku putih strategi nasional pengembangan ekonomi digital Indonesia 2030*.
- Meilanisari, W., Danial, R., & Komariah, K. (2023). Analisis Strategi Inovasi Dan Teknologi Digital Terhadap Kinerja UMKM Kerajinan Kayu Di Kecamatan Cicantayan, Kabupaten Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9666-9670.
- Nurmalasari, N., Widarwati, E., Audina, R. N., Apriandi, D. W., & Holle, M. H. (2024). Analisis Strategi Digital Untuk Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dalam Rangka Improvisasi Kinerja Keuangan UMKM. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 24-41. <https://doi.org/10.33477/eksy.v6i1.7124>.
- Samperuru, E. S., & Aswan, A. (2023). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan Oleh PT. Kencana Energi Lestari, Tbk. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(1), 112-128. <https://doi.org/10.35593/apaji.v5i1.178>.
- Sifa, A., Masruroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405-413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>.
- Siregar, B. A. (2024). *TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57-74. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.992>.
- Sulistiyawati, U. S. (2024). Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Platform E-Commerce: Studi Kasus Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(1), 43-56. <https://doi.org/10.63447/jmt.v1i1.776>.
- Sunarsih, N. (2017). Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Inovasi Dan Kewirausahaan. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, 43-58.
- Syaputra, A., Ananda, M. D., Tovarel, M. J. R., Apriyanto, Y., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Era Digital. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3(2), 121-132.