



Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan melalui Digitalisasi, Inovasi Produk, dan Pengelolaan SDM

Firsta Ulfiona¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, 202310325272@mhs.ubharajaya.ac.id

Corresponding Author: 202310325272@mhs.ubharajaya.ac.id¹

Abstract: *This article is a literature study in the field of management that aims to examine how digitalization, product innovation, and human resource management contribute to determining a company's competitive advantage. The main purpose of this paper is to formulate conceptual understanding and initial hypotheses as a foundation for further research. Data were collected from various online literature sources such as Google Scholar, Mendeley, and other open academic platforms. The research applies a library research approach using references from e-books and scholarly journals. The analysis was conducted using a qualitative descriptive method. The findings indicate that: (1) Digitalization supports business process efficiency and innovation, thereby enhancing competitiveness; (2) Product innovation drives differentiation and adds value in the market; and (3) Effective human resource management plays a crucial role in sustaining performance and long-term competitive advantage.*

Keyword: *Company Competitive Advantage, Digitalization, Product Innovation, Human Resources*

Abstrak: Artikel ini merupakan studi literatur dalam bidang manajemen yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana digitalisasi, inovasi produk, dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) berkontribusi dalam menentukan keunggulan bersaing perusahaan. Tujuan utama penulisan ini adalah merumuskan pemahaman konseptual dan hipotesis awal sebagai dasar untuk penelitian lanjutan. Data diperoleh melalui berbagai sumber literatur daring seperti Google Scholar, Mendeley, dan platform akademik terbuka lainnya. Penelitian menggunakan pendekatan library research dengan referensi dari e-book dan jurnal ilmiah. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa: (1) Digitalisasi mendukung efisiensi dan inovasi proses bisnis yang dapat meningkatkan daya saing; (2) Inovasi produk mendorong diferensiasi dan nilai tambah yang relevan di pasar; dan (3) Pengelolaan SDM yang efektif menjadi faktor kunci dalam menjaga kinerja dan keberlanjutan keunggulan bersaing perusahaan.

Keyword: Keunggulan Bersaing Perusahaan, Digitalisasi, Inovasi Produk, Sumber Daya Manusia

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Dalam menghadapi era globalisasi dan transformasi digital yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis yang kompetitif dan penuh ketidakpastian. Persaingan pasar yang semakin tajam, disertai dengan ekspektasi konsumen yang terus berkembang, memaksa perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga terus mencari cara untuk unggul dari pesaingnya. (Sani, 2024)

Salah satu strategi utama dalam memenangkan persaingan tersebut adalah melalui digitalisasi. Implementasi teknologi digital seperti cloud computing, kecerdasan buatan (AI), big data, dan Internet of Things (IoT) telah terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional serta menciptakan nilai tambah dalam rantai bisnis. Menurut (Rosari, Alvina, & Pawitan, 2024), integrasi digital ke dalam proses bisnis memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian daya saing perusahaan dalam skala nasional maupun global.

Selain digitalisasi, inovasi produk menjadi elemen penting dalam menjaga relevansi perusahaan di tengah dinamika pasar. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan produk yang telah ada serta inovasi dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Seperti yang dijelaskan oleh (Bahren, Ramadhani, & Suroso, 2018), inovasi yang dilakukan secara konsisten mampu mendorong pertumbuhan perusahaan dan menjadi fondasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Di sisi lain, sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam menggerakkan digitalisasi dan inovasi. SDM yang kompeten dan adaptif mampu menjadi penggerak utama dalam pelaksanaan strategi perusahaan. Pengelolaan SDM secara efektif melalui pelatihan, pengembangan kompetensi, serta pemberdayaan karyawan terbukti dapat meningkatkan produktivitas dan mendukung pencapaian tujuan strategis. Hal ini didukung oleh temuan (Syahreza, Tazri, Berutu, Panggabean, & Sinuraya, 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas SDM sangat menentukan keunggulan kompetitif perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang, tujuan utama dari penulisan artikel ini adalah untuk menyusun hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian berikutnya, yakni merumuskan: 1) Hubungan antara digitalisasi dan keunggulan bersaing perusahaan; 2) Pengaruh inovasi produk terhadap pencapaian keunggulan bersaing; dan 3) Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan literature review melalui metode studi pustaka (library research) dan Systematic Literature Review (SLR), dengan analisis yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Referensi diperoleh dari berbagai sumber akademik daring seperti Google Scholar, Mendeley, dan platform online ilmiah lainnya. Metode SLR sendiri berfungsi untuk mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasikan seluruh hasil penelitian yang relevan secara sistematis dan terarah untuk menjawab pertanyaan penelitian (Kitchenham, 2009).

Dalam kerangka pendekatan kualitatif, penting untuk memastikan bahwa tinjauan pustaka sejalan dengan asumsi metodologis yang digunakan. Pendekatan ini dipilih karena sifat eksploratif dari penelitian, yang bertujuan untuk menyelidiki fenomena secara lebih komprehensif dan mendalam (Ali & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kondisi di mana suatu organisasi memiliki atribut unik yang membuatnya sulit untuk ditiru oleh para pesaing, sehingga mampu memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada pelanggan. Menurut (Barney, 1991), keunggulan ini tercapai apabila suatu perusahaan mengandalkan sumber daya yang bernilai, langka, tidak mudah ditiru, dan tidak dapat digantikan. Dengan pendekatan strategis ini, perusahaan dapat mengoptimalkan efisiensi dan menekan biaya sambil menawarkan produk atau layanan yang berbeda dari pesaingnya.

Selain itu, (Porter, 1985) menyoroti dua strategi utama untuk mencapai keunggulan—yaitu melalui kepemimpinan biaya dan diferensiasi produk—yang dapat meningkatkan daya saing dalam jangka panjang. (Hardiono, 2023) juga menekankan bahwa keunggulan bersaing adalah kunci bagi perusahaan untuk memperbesar pangsa pasar dan meraih laba optimal. Dengan demikian, konsep ini menjadi dasar dalam pengembangan strategi pemasaran dan operasional di berbagai industri.

Keunggulan bersaing perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk inovasi, manajemen SDM, orientasi pasar, perencanaan strategis, literasi digital, jaringan bisnis, kualitas produk, dan fleksibilitas. Perusahaan yang mampu mengelola dan mengintegrasikan faktor-faktor ini secara efektif akan memiliki posisi yang lebih kuat dalam persaingan pasar.

Keunggulan Bersaing ini sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Pratama & Ali, 2024), (Aulia Ernawati & Ali, 2024), dan (Tanny, Jesslyn, & Putri, 2017).

Digitalisasi

Digitalisasi merujuk pada penerapan teknologi digital dalam seluruh aspek operasional organisasi, mulai dari pengolahan data, interaksi dengan pelanggan, hingga pengambilan keputusan strategis. Transformasi ini memungkinkan perusahaan untuk mempercepat proses kerja, otomatisasi tugas-tugas rutin, serta meningkatkan kualitas pelayanan melalui integrasi sistem informasi dan teknologi komunikasi. Hudek et al. (2021) dalam (Shidqi, Darmastuti, & Wicaksono, 2023) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan dan motivasi karyawan. Proses digitalisasi juga memudahkan perusahaan untuk mengelola data secara real-time sehingga dapat memperbaiki respons terhadap dinamika pasar.

Penelitian lain yang diterbitkan di jurnal *Sostek* mengungkapkan bahwa penerapan teknologi digital dalam produksi dapat merevolusi struktur kerja dan mempengaruhi hubungan industrial di dalam organisasi. Dengan demikian, digitalisasi menjadi komponen vital dalam modernisasi proses bisnis dan penyesuaian terhadap tuntutan era digital.

Digitalisasi perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepemimpinan, kompetensi SDM, infrastruktur teknologi, budaya organisasi, dukungan pemerintah, persepsi pengguna terhadap teknologi, serta isu keamanan data. Memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif dapat meningkatkan keberhasilan implementasi digitalisasi.

Digitalisasi ini sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Yasir, et al., 2023), (Adlianto, Dali, Zahra, & Muhammad, 2024), dan (Herlawati, et al., 2023).

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses berkelanjutan untuk mengembangkan atau menyempurnakan produk yang ditawarkan perusahaan. Hal ini melibatkan penciptaan ide-ide baru atau peningkatan fitur dan kualitas produk agar sesuai dengan perubahan preferensi konsumen dan perkembangan teknologi. Crawford dan De Benedetto (2011) dalam (Antanegoro, Surya, & Sanusi, 2014) mengemukakan bahwa inovasi produk tidak hanya

terbatas pada peluncuran produk baru, tetapi juga mencakup penyegaran produk yang sudah ada untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

Penelitian oleh (Diharto, 2022) mendukung hal tersebut dengan menyatakan bahwa proses inovasi produk merupakan upaya untuk memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal sehingga tercipta nilai tambah yang lebih besar. Selain itu, studi dari sektor kuliner menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan secara konsisten bersama dengan faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan dan strategi harga, berperan penting dalam membentuk citra produk yang dapat menarik minat konsumen. Dengan demikian, inovasi produk diakui sebagai salah satu pendorong utama dalam mempertahankan relevansi produk dalam pasar yang terus berkembang.

Inovasi produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk R&D, kompetensi SDM, teknologi, orientasi pasar, budaya organisasi, kolaborasi, dukungan pemerintah, dan kemampuan teknologi. Memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif dapat meningkatkan keberhasilan inovasi produk dan memperkuat keunggulan bersaing perusahaan.

Inovasi Produk ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Komariah, Bukhari, S, Sityowati, & Lathifah, 2023) dan (Estiawan, Andrian, Anas, Nursal, & Sumantyo, 2024)

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek fundamental yang mendukung segala aktivitas operasional dan strategi organisasi. SDM yang berkualitas diartikan sebagai karyawan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas yang cukup untuk memenuhi tuntutan pekerjaan. Yusran dan Sodik (2019) menyatakan bahwa peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan pengembangan kompetensi secara signifikan berhubungan dengan peningkatan kinerja organisasi.

Selain itu, Kadri et al. (2021) mengungkapkan bahwa upaya pengembangan SDM serta motivasi kerja merupakan faktor penting yang memengaruhi produktivitas di lingkungan kerja, khususnya pada sektor pemerintahan dan layanan publik. Investasi dalam pengembangan SDM, seperti program pelatihan dan peningkatan kemampuan interpersonal, tidak hanya meningkatkan kinerja individu tetapi juga mendukung terciptanya sinergi dalam tim, yang pada akhirnya berdampak pada efektivitas operasional perusahaan. Dengan demikian, SDM menjadi pilar utama yang menggerakkan inovasi dan transformasi dalam organisasi.

Faktor-faktor seperti rekrutmen berbasis kompetensi, pelatihan dan pengembangan, budaya organisasi, kepemimpinan, keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi, pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan karir, kesejahteraan mental, kualifikasi, dan kemampuan adaptasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas SDM.

Sumber Daya Manusia ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Nugraha, 2016), (Suindari & Juniariani., 2020), dan (Ali, et al., 2020).

Review Artikel Relevan

Menelaah artikel-artikel yang memiliki keterkaitan sebagai landasan dalam merumuskan hipotesis penelitian, dengan menguraikan temuan-temuan dari studi sebelumnya, serta menjelaskan kesamaan dan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan, sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Dewanto, 2022)	Digitalisasi Destinasi positif dan Citra berpegaruh dan signifikan	Digitalisasi berpegaruh terhadap	Citra Destinasi berpegaruh terhadap	H1

		terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Keunggulan Bersaing Perusahaan	Keunggulan Bersaing Perusahaan	
2	(Situmorang, Sabrina, & Pasaribu, 2023)	Digitalisasi dan Organisasi berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Digitalisasi berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Komitmen Organisasi berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	H1
3	(Maryana & Permatasari, 2021)	Inovasi Produk dan Promosi berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Inovasi Produk berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Promosi berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	H2
4	(Indrajita, Sadiartha, & Mahayasa, 2021)	Inovasi Produk dan Kreativitas berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Inovasi Produk berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Kreativitas berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	H2
5	(Nugraha, 2016)	Sumber Daya Manusia dan Disiplin Kerja berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Sumber Daya Manusia berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Disiplin Kerja berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	H3
6	(Suindari & Juniariani, 2020)	Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Sumber Daya Manusia berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	Strategi Pemasaran berpegaruh terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan	H3

Pembahasan

Berdasarkan tinjauan teori, pembahasan dalam artikel literatur ini mencakup penelaahan terhadap artikel-artikel yang relevan, analisis hubungan antar variabel, serta penyusunan kerangka berpikir sebagai dasar untuk perencanaan penelitian.

Sementara itu, berdasarkan hasil kajian sebelumnya, artikel ini membahas evaluasi terhadap literatur yang sesuai, mengkaji pengaruh antar variabel, dan merancang kerangka konseptual untuk mendukung arah penelitian selanjutnya.

Pengaruh Digitalisasi terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan.

Digitalisasi telah menjadi elemen vital dalam memperkuat posisi kompetitif perusahaan di era modern. Melalui integrasi teknologi digital, organisasi dapat meningkatkan efisiensi

operasional, mengurangi biaya, dan mempercepat proses bisnis. Studi oleh (Wulandari, Ali, & Hendayana, 2024) menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan yang dikombinasikan dengan adopsi teknologi secara signifikan meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan, yang pada gilirannya memperkuat daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif.

Selain meningkatkan efisiensi, digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel dan inovatif. Transformasi digital telah mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan konsumen. Perusahaan seperti Netflix dan Spotify telah sukses mengadopsi model berbasis langganan yang menawarkan akses konten digital yang tak terbatas, menggantikan model distribusi fisik yang lebih tradisional.

Lebih lanjut, digitalisasi memperkuat hubungan perusahaan dengan pelanggan melalui interaksi yang lebih personal dan responsif. Penggunaan media sosial, aplikasi mobile, dan chatbot memungkinkan perusahaan untuk menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan, memberikan layanan yang lebih cepat dan personal. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen secara lebih baik dan merespons umpan balik secara real-time, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

Digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keunggulan bersaing perusahaan, sebagaimana didukung oleh penelitian dari: (Salsabilla dan Ali, 2023), (Wulandari, Ali, & Hendayana, 2024)), (Navanti et al., 2023).

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan.

Inovasi produk merupakan salah satu elemen strategis dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan. Berdasarkan hasil studi literatur, ditemukan bahwa inovasi produk tidak hanya berdampak pada pengembangan barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga berkontribusi secara langsung terhadap posisi perusahaan dalam menghadapi kompetitor di pasar. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai baru, membedakan produk dari pesaing, serta memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Hal ini sejalan dengan teori keunggulan bersaing oleh Porter (1985), yang menyatakan bahwa diferensiasi produk merupakan salah satu strategi utama dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

Selain itu, inovasi produk memiliki korelasi positif dengan efisiensi operasional dan efektivitas pemasaran. Produk inovatif sering kali dapat diproduksi dengan biaya yang lebih rendah melalui pemanfaatan teknologi baru, serta lebih mudah dipasarkan karena memenuhi kebutuhan pasar secara tepat. Inovasi juga memperkuat citra perusahaan sebagai pelaku industri yang progresif dan adaptif. Oleh karena itu, perusahaan yang berhasil menerapkan strategi inovasi tidak hanya meraih keunggulan dalam produk, tetapi juga dalam proses bisnis secara keseluruhan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan faktor krusial dalam membentuk keunggulan bersaing perusahaan. Perusahaan perlu memastikan bahwa inovasi yang dilakukan bersifat terencana, relevan dengan kebutuhan pasar, serta didukung oleh riset dan pengembangan yang berkelanjutan. Implementasi inovasi yang efektif membutuhkan keterlibatan berbagai fungsi organisasi, termasuk manajemen strategis, pemasaran, dan sumber daya manusia. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga menjadi pemimpin pasar di era persaingan global.

Inovasi produk menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keunggulan bersaing perusahaan, sebagaimana didukung oleh penelitian dari: (Saputra, Ali, dan Hendayana, 2024), (Putri dan Ali, 2024), (Azhari dan Ali, 2024).

Pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan.

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset strategis yang berperan sentral dalam menentukan keberhasilan dan daya saing suatu perusahaan. SDM yang kompeten, inovatif, dan

adaptif dapat menjadi keunggulan tersendiri yang sulit ditiru oleh pesaing. Hasil studi literatur menunjukkan bahwa kualitas dan pengelolaan SDM yang baik memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori Resource-Based View (Barney, 1991) yang menekankan bahwa keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat diperoleh melalui sumber daya internal yang bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan—karakteristik yang dimiliki oleh SDM yang unggul.

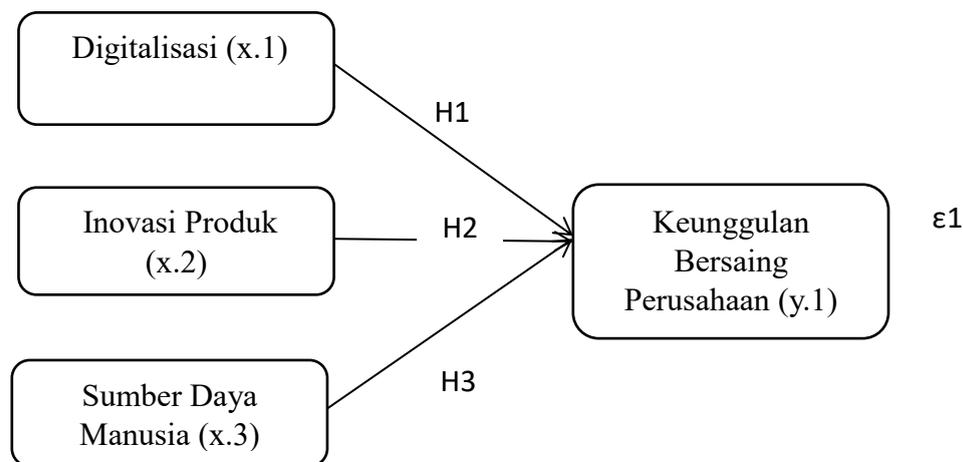
Perusahaan yang mampu mengembangkan SDM secara optimal melalui pelatihan, pengembangan karier, dan sistem penghargaan yang adil akan mendorong terciptanya kinerja individu dan tim yang tinggi. Kinerja ini akan berdampak langsung pada produktivitas, efisiensi, serta inovasi dalam operasional perusahaan. Dalam jangka panjang, SDM yang memiliki motivasi dan loyalitas tinggi akan memperkuat budaya organisasi yang berorientasi pada keunggulan, serta mendukung keberhasilan implementasi strategi perusahaan secara konsisten.

Lebih lanjut, kemampuan SDM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan teknologi juga menjadi kunci untuk mempertahankan keunggulan bersaing. Perusahaan yang berinvestasi pada pengembangan keterampilan dan kapabilitas karyawan akan lebih siap dalam merespons tantangan global, seperti disrupsi digital, transformasi industri, dan dinamika pasar. SDM yang berdaya saing tinggi tidak hanya bertindak sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai inovator dan pengambil keputusan strategis yang dapat mendorong keunggulan kompetitif perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor fundamental dalam membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. Untuk itu, manajemen SDM perlu dilakukan secara strategis, tidak hanya dalam konteks administratif, tetapi juga dalam rangka menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi perusahaan. Investasi terhadap SDM, baik dari sisi rekrutmen, pelatihan, hingga pengembangan kepemimpinan, akan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kualitas Sumber Daya Manusia menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keunggulan bersaing perusahaan, sebagaimana didukung oleh penelitian dari: (Ali & Hazni 2024), (Ali & Giovanni, 2024), (Sangapan, Ali, Manurung, & Kurniawan, 2024).

Rerangka konseptual Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah, pembahasan, serta penelitian-penelitian yang relevan, maka disusun kerangka konseptual dalam artikel ini yang ditampilkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Berdasarkan ilustrasi kerangka konseptual di atas, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi, inovasi produk, dan sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Di samping ketiga variabel eksogen tersebut, masih terdapat berbagai faktor lain yang juga dapat memengaruhi keunggulan bersaing, antara lain:

- 1) Strategi Pemasaran: (Suindari & Juniariyani, 2020), (Pratama & Ali, 2024), dan (Azhari, F., & Ali, H., 2023),
- 2) Promosi: (Maryana & Permatasari, 2021), (Ali, H., 2024), dan (Yeni, F., Gusnadi Erwin, & Ali, H., 2022),
- 3) kreativitas: (Indrajita, Sadiartha, & Mahayasa, 2021), (Ali, H., & Fatmawati, I., 2023), dan (Ali, H., Desfiandi, A., Yusendra, M. A. E., & Paramitasari, N., 2019)

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, temuan, dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dari artikel ini adalah merumuskan hipotesis sebagai dasar untuk penelitian lanjutan, yaitu:

- 1) Digitalisasi memiliki pengaruh terhadap pencapaian keunggulan bersaing perusahaan;
- 2) Inovasi produk memberikan kontribusi dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan; dan
- 3) Sumber daya manusia berperan penting dalam mendukung keunggulan bersaing perusahaan.

REFERENSI

- Adlianto, A. S., Dali, D. K., Zahra, F., & Muhammad, S. (2024). Analisis Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Terhadap Keamanan Sistem Infomasi Akademik Di. *Journal of Information and Information Security (JIFORTY)*, Vol. 5, No. 2,, 223-234.
- Ali, H. (n.d.). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Produk Baru dan Keputusan Konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Strategi Niaga*, 2(3).
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Doctoral Dissertation, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta: In In Deppublish.
- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2014). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, Vol. 1 (2), 167-178.
- Aulia Ernawati, F., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 10-17.
- Azhari, F. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 72-81.
- Azhari, F., & Ali, H. (2023). Peran Inovasi Produk, strategi pemasaran, dan kualitas layanan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2).
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2018). MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES, INOVASI MARKETING DAN INOVASI ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN. *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN*, VOL 4, NO, 1, 8-18.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*.
- Dewanto, R. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi dan Citra Destinasi Pariwisata Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 6(4), 537-552.

- Diharto, A. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.
- Estiawan, B. Y., Andrian, Anas, H., Nursal, M. F., & Sumantyo, F. D. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Saluran Distribusi, Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Mie Sedaap . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No. 7*, 820-829.
- Fachrurrozia, M. I., & Dewi, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Sepatu Ventela: Studi Kasus pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, Vol 3, No 1*, 218-229.
- Hardiono, H. (2023). PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN MOTIVASI WIRAUSAHA: STRATEGI PENINGKATAN INOVASI, DAYA SAING, DAN KINERJA BADAN USAHA MILIK DESA (STUDI PADA BUMDES DI SULAWESI SELATAN). *Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin*.
- Herlawati, H., Andriansyah, B., Prasetya, A., Hartino, H., Firdaus, I. N., Shevani, J., . . . Nurfaidzi, R. (2023). PENINGKATAN PENGEMBANGAN UMKM BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL DAN GO GREEN PASCA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Information Technology, Vol. 2, No. 1*, 41-50.
- Indrajita, I. K., Sadiartha, A. N., & Mahayasa, I. G. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Tohpati Grafika Utama Denpasar . *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, Vol. 1, No. 1*, 1-13.
- Kitchenham, B. (2009). Systematic literature reviews in software engineering-a systematic literature review. *Information and software technology, 51(1)*, 7-15.
- Komariah, N. S., Bukhari, E., S, R. S., Sityowati, A., & Lathifah, N. (2023). Determinasi Inovasi Produk Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(3)*, 3824–3828.
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal TECHNOBIZ Vol. 4, No. 2*, 62-69.
- Novitasari, D., Muniroh, L., Eldine, A., & Maulana, H. (2021). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING. *Jurnal Manager, Vol.4, No.2*, 194-201.
- Nugraha, R. (2016). PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA INSPEKTORAT KABUPATEN MOROWALI. *e Jurnal Katalogis, Vol. 4 No. 10*, 176-183.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.
- Pratama, D. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi Dan Logistik, 2(1)*, 1-10.
- Rosari, R., Alvina, C., & Pawitan, G. (2024). Transformasi Digital dan Strategi Bisnis: Mencapai Keunggulan Bersaing di Era Digital. *Jurnal wahana Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Vol 76, No 2*, 131-144.
- Rugian, M. S., Tewal, B., & Taroreh, R. N. (2019). PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING RUMAH KOPI MODERN DI MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol 7, No 4*, 5943-5952.

- Sani, M. A. (2024). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* , 1274-1278.
- Shidqi, M. F., Darmastuti, I., & Wicaksono, B. S. (2023). PENGARUH DIGITALISASI SISTEM PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA KANTOR WILAYAH SEMARANG). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 12 , Nomor 1* , 1-8.
- Situmorang, L., Sabrina, R., & Pasaribu, F. (2023). Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi Dan Digitalisasi Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Airport Maintenance PT . Angkasa Pura II Bandara Internasional Kualanamu. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol 4, No 1, 25-34.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. (2020). PENGELOLAAN KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGUKUR KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148-154.
- Syahreza, D. S., Tazri, A. K., Berutu, T. S., Panggabean, I. F., & Sinuraya, Z. S. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *CEMERLANG :Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, Vol.4, No.1, 100-106.
- Tanny, Jesslyn, F., & Putri., R. R. (2017). Sumber Daya Organisasi dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan di Perdana Elektronik. *Agora Vol.5, No.3*.
- Wulandari, S., Ali, H., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan serta Adopsi Teknologi terhadap Produktivitas dan Kinerja Karyawan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6 (2), 522-542.
- Yasir, M., Khoirunnisaa, N., Alfarabi, D., Hidayat, S., Tabaruk, Z., & Pamungkas, R. W. (2023). PENERAPAN BUSINESS INTELLIGENCE DALAM ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ONLINE SHOPPING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA. *urnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 4(2),, 99-106.