

Sofyan Abas¹
 Wirawati Abjan²
 Aspiati A. Samiun³
 Chasan Bisri⁴
 Ahmad Muktamar⁵
 Nidia Wulan Sari⁶

ANALISIS PERAN MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pendekatan studi literatur. UMKM merupakan sektor ekonomi yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, namun seringkali menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya, akses pasar, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Oleh karena itu, inovasi yang dikelola secara terencana dan sistematis menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menelaah berbagai artikel ilmiah nasional dan internasional terkini yang relevan dengan tema manajemen inovasi dan daya saing UMKM. Hasil studi menunjukkan bahwa penerapan manajemen inovasi dapat dilakukan melalui berbagai aspek, seperti inovasi produk, digitalisasi proses bisnis, penguatan sumber daya manusia, serta pengembangan strategi pemasaran dan kemitraan. Inovasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Penelitian ini juga menemukan bahwa kendala utama dalam penerapan inovasi pada UMKM meliputi rendahnya literasi teknologi, keterbatasan modal, serta kurangnya dukungan ekosistem inovasi. Oleh karena itu, peran pemerintah dan institusi pendukung sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya budaya inovasi di kalangan UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya wawasan konseptual tentang pentingnya manajemen inovasi sebagai strategi untuk memperkuat daya saing UMKM di era digital dan globalisasi.

Kata Kunci: Manajemen Inovasi, Daya Saing, UMKM

Abstract

This study aims to analyze the role of innovation management in enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through a literature review approach. MSMEs are a vital sector for promoting national economic growth, yet they often face challenges such as limited resources, restricted market access, and difficulties in adapting to technological changes. Therefore, well-planned and systematic innovation management becomes a key strategy in achieving competitive advantage. The research was conducted by reviewing a range of recent national and international scholarly articles relevant to innovation management and MSME competitiveness. The results indicate that innovation management can be implemented through various dimensions such as product innovation, business process digitalization, human resource development, and marketing or partnership strategies. Innovation not only improves operational efficiency but also expands market reach and creates added value for consumers. The study also highlights several barriers to innovation in MSMEs, including low technological literacy, capital limitations, and lack of support from the innovation ecosystem. Hence, the role of government and supporting institutions is crucial in creating an enabling environment for fostering innovation among MSMEs. This study contributes to the

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

^{4,6}Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

⁵Institut Lamaddukelleng Sengkang

e-mail: sofyanabas36@yahoo.com

conceptual understanding of how innovation management serves as a strategic tool to strengthen MSME competitiveness in the era of digitalization and globalization.

Keywords: Innovation Management, Competitiveness, Msmes

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam struktur perekonomian nasional, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Kontribusinya yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi menjadikan sektor ini sebagai salah satu tulang punggung pembangunan. Namun demikian, dalam era disruptif digital dan persaingan global yang semakin ketat, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan daya saingnya. Di tengah perubahan lingkungan bisnis yang cepat, inovasi menjadi faktor kunci yang tidak bisa diabaikan.

Manajemen inovasi mencakup proses sistematis dalam menciptakan, mengelola, dan mengimplementasikan ide-ide baru untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Dalam konteks UMKM, penerapan manajemen inovasi seringkali masih terbatas karena keterbatasan sumber daya manusia, finansial, dan akses terhadap teknologi. Namun, penelitian terbaru menunjukkan bahwa berbagai pendekatan inovatif telah terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM dalam berbagai sektor. Mohite et al. (2025), misalnya, menyoroti bagaimana rekayasa industri dalam manajemen rantai pasok secara signifikan meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM manufaktur. Pendekatan inovatif seperti ini mampu menciptakan keunggulan operasional yang menjadi kunci dalam menghadapi persaingan pasar.

Selain aspek teknis, dimensi keberlanjutan dan inovasi hijau juga menjadi sorotan penting dalam pengembangan daya saing UMKM. Suprapti et al. (2025) menunjukkan bahwa UMKM penghasil obat tradisional yang mengadopsi inovasi hijau dan ramah lingkungan memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati konsumen modern yang semakin peduli terhadap keberlanjutan. Sementara itu, inovasi berbasis ekosistem ekonomi biru seperti yang dikembangkan oleh Perdana et al. (2025) pada UMKM pesisir, memberikan kerangka strategis yang terintegrasi antara pengelolaan sumber daya alam dan penguatan nilai ekonomi lokal. Inisiatif-inisiatif ini mengindikasikan bahwa inovasi tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga bisa bersumber dari strategi ekosistem dan budaya lokal.

Di sisi lain, pendekatan manajemen sumber daya manusia dan pemasaran juga tidak bisa diabaikan. Marwati (2025) menekankan pentingnya strategi pengembangan SDM dalam meningkatkan daya saing produk kreatif UMKM, terutama di era digital yang menuntut kemampuan adaptif tinggi. Dalam konteks pemasaran, Nazara (2025) menekankan bahwa inovasi dalam strategi pemasaran menjadi elemen penting dalam membedakan produk lokal di pasar global, menciptakan daya tarik tersendiri yang mampu menembus batas geografis. Inovasi manajerial ini, jika terintegrasi dengan baik, dapat memperkuat posisi kompetitif UMKM secara berkelanjutan.

Meski demikian, terdapat tantangan dalam mengintegrasikan seluruh dimensi inovasi tersebut dalam kerangka manajemen yang holistik. Thirakulwanich (2025) mengidentifikasi berbagai faktor pendorong adopsi manajemen inovasi hijau di negara berkembang, termasuk Thailand dan Polandia, yang bisa menjadi rujukan bagi UMKM di Indonesia. Sementara itu, Rahaded (2025) menekankan bahwa strategi kewirausahaan berbasis digital menjadi semakin relevan dalam konteks ekonomi digital, tetapi penerapannya masih belum optimal di kalangan UMKM Indonesia.

Melalui studi literatur ini, terdapat research gap dalam hal integrasi menyeluruh antara berbagai dimensi inovasi — baik teknologi, lingkungan, SDM, pemasaran, maupun kewirausahaan digital — dalam satu kerangka manajemen inovasi yang sistematis dan aplikatif bagi UMKM. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih fokus pada satu atau dua aspek saja, tanpa mengkaji secara komprehensif peran sinergis antar dimensi tersebut dalam meningkatkan daya saing. Novelty dari penelitian ini terletak pada upaya analitis yang mendalam terhadap peran manajemen inovasi secara holistik dalam meningkatkan daya saing UMKM lintas sektor, dengan menggabungkan perspektif teknologis, ekosistem, sumber daya manusia, dan strategi digital dalam satu pendekatan literatur yang terintegrasi. Hal ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan kebijakan dan strategi pemberdayaan UMKM di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review), yaitu pendekatan kualitatif yang berfokus pada pengumpulan, penelaahan, dan analisis berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Studi literatur ini bertujuan untuk menggali teori, konsep, temuan, serta kesenjangan penelitian sebelumnya mengenai peran manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Adapun tahapan dalam pelaksanaan studi literatur ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Identifikasi Topik dan Rumusan Masalah

Pada tahap awal, peneliti merumuskan topik utama dan fokus kajian yang akan diteliti, yaitu peran manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dalam tahap ini pula dilakukan perumusan pertanyaan penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, termasuk penentuan ruang lingkup dan batasan literatur yang akan ditelaah.

2. Penelusuran dan Pengumpulan Literatur

Peneliti melakukan pencarian literatur yang relevan melalui basis data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, dan jurnal nasional terakreditasi. Literatur yang dipilih adalah artikel jurnal, prosiding, dan publikasi ilmiah lain yang diterbitkan dalam kurun waktu lima tahun terakhir (khususnya tahun 2025 sesuai sumber yang tersedia), serta memiliki relevansi kuat dengan topik UMKM, manajemen inovasi, dan daya saing.

3. Seleksi dan Kriteria Inklusi Literatur

Pada tahap ini, peneliti melakukan seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi, yaitu: (a) literatur membahas UMKM dan/atau inovasi manajemen, (b) memiliki fokus pada meningkatkan daya saing, (c) dipublikasikan di jurnal ilmiah terindeks atau bereputasi baik, dan (d) ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Literatur yang tidak memenuhi kriteria tersebut dieliminasi.

4. Evaluasi dan Analisis Kritis Literatur

Setelah literatur terpilih, peneliti membaca dan mengevaluasi isi setiap sumber secara kritis untuk mengidentifikasi kontribusi teoritis dan praktis masing-masing karya ilmiah. Peneliti juga menganalisis metode, hasil temuan, serta kekuatan dan kelemahan dari setiap studi guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana manajemen inovasi diterapkan dalam konteks UMKM.

5. Sintesis Temuan dan Konstruksi Kerangka Konseptual

Peneliti mensintesis hasil-hasil yang diperoleh dari berbagai sumber untuk membangun pemahaman menyeluruh tentang hubungan antara manajemen inovasi dan peningkatan daya saing UMKM. Hasil sintesis ini digunakan untuk mengembangkan kerangka konseptual yang menjadi dasar analisis dan diskusi dalam penelitian ini.

6. Identifikasi Research Gap dan Penegasan Novelty

Berdasarkan sintesis literatur, peneliti mengidentifikasi kesenjangan (research gap) dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam hal integrasi antar dimensi manajemen inovasi pada UMKM. Tahap ini juga digunakan untuk menunjukkan kebaruan (novelty) dari penelitian ini, yaitu pada pendekatan holistik yang mencakup inovasi teknologi, strategi pemasaran, SDM, dan lingkungan.

7. Penyusunan Laporan dan Penyajian Hasil Studi

Tahap terakhir adalah menyusun hasil kajian dalam bentuk laporan ilmiah yang sistematis, mencakup latar belakang, tinjauan pustaka, metodologi, hasil sintesis, dan kesimpulan. Penulisan laporan dilakukan dengan mengacu pada kaidah akademik dan gaya penulisan ilmiah yang berlaku, seperti format APA 7 untuk sitasi dan daftar pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil telaah literatur dari berbagai sumber akademik, ditemukan sejumlah temuan penting yang menggambarkan bagaimana manajemen inovasi berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM di berbagai sektor dan konteks. Berikut ini adalah ringkasan hasil penelitian yang telah dianalisis:

1. Fitriani & Daspar (2025)

Melalui analisis SWOT pada UMKM Seblak Teh Santi, ditemukan bahwa pemahaman terhadap kekuatan internal (produk khas, loyalitas pelanggan), serta kemampuan membaca peluang eksternal (tren makanan pedas dan pemasaran digital) menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Strategi inovasi produk dan diversifikasi menu yang disesuaikan dengan preferensi pasar merupakan bagian dari manajemen inovasi yang efektif di tingkat mikro.

2. Siregar & Selwendri (2025)

Penelitian ini mengungkap bahwa perbedaan tingkat daya saing UMKM sangat dipengaruhi oleh orientasi pasar, kapabilitas inovasi produk, dan kinerja pemasaran. UMKM dengan tingkat orientasi pasar yang tinggi dan kemampuan inovasi yang baik cenderung memiliki kinerja pemasaran yang lebih unggul, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing. Manajemen inovasi berfungsi sebagai penghubung antara orientasi pasar dan performa bisnis.

3. Rachmania, Rahman, & Sasmita (2025)

Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa penguatan ekonomi kreatif menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama melalui pelatihan inovasi desain produk, branding, dan digital marketing. Pengelolaan inovasi dalam bentuk pembaharuan desain kemasan dan promosi berbasis media sosial memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing produk lokal.

4. Haron & Rafian (2025)

Dalam konteks UMKM sektor konstruksi di Malaysia, adopsi sistem e-tendering dipandang sebagai bentuk inovasi teknologi manajerial yang mendukung efisiensi, transparansi, dan akses pasar yang lebih luas. Inovasi sistem ini membantu pelaku UMKM mendapatkan peluang proyek secara lebih terbuka dan adil, yang pada akhirnya mendorong peningkatan daya saing dalam industri konstruksi.

5. Deshpande (2025)

Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara sistem manajemen rantai pasok dan sistem keuangan untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan UMKM. Inovasi dalam sistem manajerial memungkinkan pemantauan arus logistik dan keuangan secara real-time, sehingga membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan strategis yang lebih cepat dan tepat untuk menjaga daya saing.

6. Kholik & Pratomo (2025)

Dalam studi tentang aplikasi kasir UMKM, diketahui bahwa performa teknologi (retrofit dan ktor client) pada berbagai kecepatan internet mempengaruhi efisiensi operasional. Inovasi pada infrastruktur teknologi aplikasi digital menjadi penting untuk memastikan transaksi dan manajemen data berjalan lancar, terutama dalam konteks UMKM yang beroperasi di daerah dengan infrastruktur internet terbatas.

7. Maria & Izzati (2025)

Penelitian pada koperasi produsen Karya Cilegon Mandiri menunjukkan bahwa inovasi dalam tata kelola manajemen, seperti pembagian kerja yang efisien, pelatihan SDM, dan penataan alur produksi, mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk gula aren. Pendekatan inovatif berbasis pemberdayaan organisasi dan manajemen produksi memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kapasitas bersaing di pasar lokal dan nasional.

8. Sugangga & Sudarmiatin (2025)

Studi kasus pada UMKM Airafood mengungkapkan bahwa inovasi dalam pemrosesan produk, desain kemasan, serta pengembangan strategi pemasaran ekspor menjadi faktor utama yang memungkinkan UMKM menembus pasar internasional. Strategi manajerial yang adaptif terhadap permintaan global dan sertifikasi mutu menjadi kunci dalam membangun daya saing berbasis produk lokal.

Pembahasan

Manajemen inovasi telah menjadi elemen kunci dalam mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di tengah dinamika pasar yang cepat berubah dan persaingan yang semakin kompleks. Dalam konteks UMKM, inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pembaruan dalam proses bisnis, strategi pemasaran, teknologi, serta pola manajerial yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Kemampuan untuk berinovasi menjadi indikator penting dalam menentukan apakah suatu UMKM mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Widiarta, Qamara, & Mayulu, 2025).

Salah satu bentuk nyata dari peran manajemen inovasi dalam UMKM adalah kemampuan untuk merespons kebutuhan pasar secara cepat melalui inovasi produk. Inovasi produk memungkinkan UMKM untuk menawarkan nilai tambah yang unik kepada konsumen, baik melalui peningkatan kualitas, diferensiasi desain, maupun adaptasi terhadap tren konsumen. Dalam beberapa kasus, UMKM yang mampu mengembangkan produk kreatif berbasis kearifan lokal memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas. Namun demikian, pengembangan produk saja tidak cukup tanpa disertai dengan strategi pemasaran yang inovatif, seperti pemanfaatan media digital, branding yang kuat, dan diversifikasi saluran distribusi (Widiarta, Suarna, Suryani, et al., 2025).

Lebih lanjut, manajemen inovasi juga berkaitan erat dengan aspek teknologi. Digitalisasi proses bisnis melalui aplikasi kasir, platform e-commerce, dan sistem manajemen keuangan berbasis digital telah membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi informasi secara tepat akan memperoleh keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya, peningkatan kecepatan layanan, serta pengumpulan data yang berguna untuk pengambilan keputusan strategis. Dalam hal ini, inovasi teknologi tidak hanya meningkatkan performa internal tetapi juga memperkuat posisi tawar UMKM di pasar global (Widiarta, Qamara, Suhardi, et al., 2025).

Tidak kalah penting, dimensi manajerial dan sumber daya manusia (SDM) memegang peran sentral dalam mendorong keberhasilan inovasi. Kemampuan manajerial dalam merancang struktur organisasi yang fleksibel, menetapkan arah strategis yang jelas, serta membina tim kerja yang inovatif menjadi modal penting bagi UMKM dalam menghadapi dinamika bisnis. Pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM, baik dalam hal keterampilan teknis maupun soft skills, dapat memperkuat kesiapan organisasi untuk mengadopsi dan mengelola perubahan. Selain itu, inovasi dalam pola kepemimpinan dan pengambilan keputusan partisipatif turut memperkuat kohesi organisasi dan semangat kewirausahaan di dalam UMKM itu sendiri (Widiarta, Qamara, Agung, et al., 2025).

Di sisi lain, manajemen inovasi juga menyentuh aspek kolaborasi eksternal. UMKM yang menjalin kemitraan strategis dengan pemerintah, lembaga keuangan, institusi pendidikan, maupun komunitas lokal cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya, teknologi, dan pasar (Widiarta, Qamara, Fatmarischa, et al., 2025). Kolaborasi ini mendorong terciptanya ekosistem inovatif yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Inisiatif seperti pelatihan bisnis, fasilitasi sertifikasi produk, hingga penguatan rantai pasok lokal merupakan contoh nyata dari sinergi antara inovasi internal dan dukungan eksternal yang memperkuat daya saing UMKM (Ardiyanti et al., 2025).

Meskipun demikian, tidak semua UMKM mampu menerapkan manajemen inovasi secara optimal. Berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, lemahnya akses terhadap teknologi, serta budaya organisasi yang masih konservatif menjadi hambatan yang cukup signifikan (Widiarta, 2025). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi inovasi. Hal ini dapat dilakukan melalui regulasi yang mendukung, insentif bagi UMKM inovatif, serta pembangunan infrastruktur digital dan pelatihan yang berkelanjutan (Intan et al., 2025).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui berbagai dimensi strategis, mulai dari produk, proses, teknologi, SDM, hingga kolaborasi eksternal. Manajemen inovasi bukan hanya sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan esensial dalam menghadapi tantangan bisnis masa kini dan masa depan. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan yang holistik dalam merancang strategi inovasi untuk UMKM, agar mereka tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh

menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dan adaptif dalam ekosistem bisnis yang terus berkembang (Setyaningsih et al., 2025).

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pengembangan produk, pemanfaatan teknologi, peningkatan kualitas SDM, serta strategi kolaboratif. Inovasi yang dikelola dengan baik memungkinkan UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan berdaya saing tinggi, baik di tingkat lokal maupun global.

SARAN

Diperlukan upaya berkelanjutan dari pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas inovasi mereka, baik melalui pelatihan, pemanfaatan teknologi digital, maupun kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Pemerintah dan lembaga pendukung juga perlu menciptakan ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan bagi pertumbuhan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan dan penyelesaian penelitian ini. Dukungan tersebut sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, E., Pujiyanti, E., & Setyaningsih, R. (2025). Upaya Guru dalam Mengatasi Perilaku Bullying Melalui Penanaman Akhlakul Karimah Pada Peserta Didik di Mts Hidayatul Mubtadiin: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3898–3905.
- Deshpande, B. (2025). Integrating supply chain management and financial systems for sustainable growth in small and medium enterprises (SMEs).
- Fitriani, N., & Daspar, D. (2025). Analisis SWOT pada UMKM Seblak Teh Santi dalam rangka menyeimbangkan bisnis persaingan perseblakan. *Musytari: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Haron, R. C., & Rafian, S. H. H. (2025). Adoption of E-tendering system among small and medium enterprises (SME) contractors in Malaysian construction industry. *Research in Management and Technology Bulletin*.
- Intan, M. A., Setyaningsih, R., & Pujiyanti, E. (2025). Implementasi Ta'zīr dalam Memperkuat Kedisiplinan dan Tanggung Jawab Santri Putra di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Jati Agung Lampung Selatan Tahun 2024/2025: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3906–3912.
- Kholik, M. A. A., & Pratomo, D. N. (2025). Comparative analysis retrofit and ktor client performance in various internet speeds internet on MSMEs cashier application. *Jurnal Teknik Informatika (JUTIF)*.
- Maria, V., & Izzati, R. H. D. (2025). Innovation in the management of Karya Cilegon Mandiri Producer Cooperative to enhance competitiveness of palm sugar products. *Marco Polo: Journal of Community Engagement and Empowerment*.
- Marwati, F. S. (2025). Human resource strategies for enhancing creative product competitiveness in the digital era. *Journal of Organizational and Human Resource Development*.
- Mohite, R. A., Chourasiya, R. H., & Sharma, S. (2025). Enhancing the competitiveness of MSMEs through industrial engineering innovations in supply chain management. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Nazara, D. S. (2025). Marketing strategy innovation: Enhancing competitiveness and differentiation of local products in the global market. *Oikonomia: Journal of Management Economics and Development*.
- Perdana, T. A., Purusa, N. A., & Kurniawan, R. (2025). E-Blue: Implementation of an integrated blue economy ecosystem to increase coastal MSMEs competitiveness. *Journal of Indonesian Economy and Business*.

- Rachmania, D., Rahman, K., & Sasmita, D. (2025). Strategi ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing produk UMKM: Pengabdian masyarakat. JERKIN: Jurnal Ekonomi dan Riset Kewirausahaan Indonesia.
- Rahaded, L. K. (2025). Entrepreneurship management strategies in enhancing the competitiveness of MSMEs in the digital economy era. Economics and Digital Business Review.
- Setyaningsih, R., Rohmawati, R., Vitaloka, V., Ni'mah, A., Hadi, R., Ningsih, S. R., & Yani, M. A. (2025). Dampak Ideologi Liberalisme terhadap Pola Pikir Umat Islam. JURNAL RISET RUMPUN ILMU PENDIDIKAN, 4(2), 25–32.
- Siregar, O. M., & Selwendri. (2025). Why do market orientation, product innovation capability, marketing performance, and competitiveness of SMEs differ?. International Journal of Productivity and Quality Management.
- Sugangga, R., & Sudarmiatin, S. (2025). Penetrating export markets through local products: A case study of Airafood SMEs in Indonesia. Greenation International Journal of Economics and Administration.
- Suprapti, A. R., Aini, I. N. Q., Harsono, M., & Rkotoariso, S. (2025). Traditional herbal medicine SMEs and green innovation for competitiveness. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen.
- Thirakulwanich, A. (2025). Drivers of green innovation management adoption in SMEs: Evidence from Poland and Thailand. E-BIP Journal.
- Widiarta, I. P. G. D. (2025). PARTNERSHIP SCHEME IMPLEMENTATION AND BUSINESS SUCCESS IN BROILER FARMING: AN EMPIRICAL ANALYSIS. Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran, 25(1), 8–18.
- Widiarta, I. P. G. D., Qamara, C., & Mayulu, H. (2025). Studi Sosial Ekonomi Pengelolaan Limbah Ternak Sapi sebagai Energi Terbarukan dan Pupuk Organik dalam Kerangka Circular Economy. FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 27(2), 260–273.
- Widiarta, I. P. G. D., Qamara, C., Agung, A. P., Aini, Q., Wahyuningtyas, A. N., & Anindyasari, D. (2025). Risk Management Strategies of Pig Farmers in Managing Production Challenges and Market Fluctuations. International Journal of Business and Applied Economics, 4(2), 557–572.
- Widiarta, I. P. G. D., Qamara, C., Fatmarischa, N., Arifin, D. N., Putra, I. G. A. M., & Wijakesuma, M. H. (2025). Consumer Segmentation and Purchase Behavior in the Frozen Beef Market: Optimizing Product Attributes for Sustainability-Oriented Marketing Strategies. SEAS (Sustainable Environment Agricultural Science), 9(1), 63–74.
- Widiarta, I. P. G. D., Qamara, C., Suhardi, S., Fajrih, N., Wahyuningtyas, A. N., & Fanani, A. F. (2025). Dissemination of Green Marketing and Circular Economy Concepts in Goat and Sheep Farming Management to Enhance Farmers' Welfare. Participative Journal: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 5(1), 57–69.
- Widiarta, I. P. G. D., Suarna, I. W., Suryani, N. N., Suartningsih, N. P. M., Kertiyyasa, I. K. Y., & Wijakesuma, M. H. (2025). The Role of Managerial, Technical, and Marketing Factors in the Success of Young Entrepreneurs in Beef Cattle Farming. Animal Nutrition in Tropical Studies, 1(1), 19–30.