



# Dampak Strategi Pengembangan SDM terhadap Inovasi Produk dan Daya Saing Pasar: Studi Kasus PT Magna Guna Karsa

Rahmayanti Tumanggor, Derizka Inva Jaswita\*, Haidilia Maharani

Universitas Pamulang

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan, menganalisis pemanfaatan inovasi produk yang efektif dan tepat guna, serta mengkaji kontribusinya terhadap peningkatan daya saing di pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada PT Magna Guna Karsa Jakarta Selatan. Pemilihan studi kasus dilakukan karena memungkinkan peneliti menggali data secara mendalam mengenai praktik pengembangan SDM, proses inovasi, dan implikasinya bagi daya saing perusahaan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi lapangan, serta analisis dokumen terkait kebijakan dan praktik pengelolaan SDM dan inovasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan SDM yang terstruktur, mencakup pelatihan berkelanjutan, pemberdayaan karyawan, serta pengelolaan talenta, berperan penting dalam mendorong kreativitas dan inovasi. Inovasi produk yang dihasilkan perusahaan tidak hanya meningkatkan nilai tambah tetapi juga memperkuat posisi kompetitif di pasar domestik maupun internasional. Temuan lain menunjukkan bahwa kepemimpinan inklusif, budaya organisasi yang mendukung inovasi, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pengembangan SDM dalam menciptakan daya saing berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan SDM tidak hanya berfungsi sebagai sarana peningkatan kompetensi individu, tetapi juga sebagai strategi korporasi yang berorientasi pada keunggulan bersaing. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen serta memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi SDM yang terintegrasi dengan inovasi produk untuk memperkuat daya saing pasar. Penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan SDM tidak hanya berfungsi sebagai sarana peningkatan kompetensi individu, tetapi juga sebagai strategi korporasi yang berorientasi pada keunggulan bersaing. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen serta memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi SDM yang terintegrasi dengan inovasi produk untuk memperkuat daya saing pasar.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan SDM, Inovasi Produk, Daya Saing Pasar

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3116>

\*Correspondence: Derizka Inva Jaswita

Email: [dosen02041@unpam.ac.id](mailto:dosen02041@unpam.ac.id)

Received: 24-11-2025

Accepted: 24-12-2025

Published: 24-01-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract :** *The purpose of this study is to determine how human resource development strategies are implemented in companies, analyse the effective and appropriate use of product innovation, and examine its contribution to increasing competitiveness in the market. This study uses a qualitative approach with a case study method at PT Magna Guna Karsa in South Jakarta. A case study was chosen because it allows researchers to explore in depth data on HRD practices, innovation processes, and their implications for company competitiveness. Data collection techniques included in-depth interviews with key informants, field observations, and analysis of documents related to HRD and product innovation policies and practices. The results of the study show that structured HR development strategies, including continuous training, employee empowerment, and talent management, play an important role in encouraging creativity and innovation. The product innovations produced by companies not only increase added value but also strengthen their competitive position in domestic and international markets. Other findings show that inclusive leadership, an organisational culture that supports innovation, and the use of digital technology are determining factors in the success of human resource development strategies in creating sustainable competitiveness. This study confirms that human resource development not only serves as a means of improving individual competence, but also as a corporate strategy oriented towards competitive advantage. The implications of this study are expected to contribute theoretically to the development of management science and provide practical recommendations for companies in designing human resource strategies that are integrated with product innovation to strengthen market competitiveness.*

**Keywords:** Human Resource Development Strategy, Product Innovation, Market Competitiveness.

## Pendahuluan

Di tengah era globalisasi, perusahaan dihadapkan pada persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis, menuntut adaptasi serta inovasi yang berkelanjutan. Inovasi produk tidak lagi dianggap sebagai keunggulan tambahan, melainkan faktor kunci penentu keberhasilan dan daya saing pasar suatu organisasi. Perusahaan dituntut untuk terus menciptakan produk-produk yang memiliki nilai tambah tinggi agar mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Tanpa kemampuan untuk berinovasi, perusahaan yang bersifat statis akan dianggap tertinggal, sehingga meningkatkan risiko kegagalan dan ketidakmampuan untuk bertahan di pasar dalam jangka waktu panjang. Oleh karena itu, kemampuan untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik dan bersaing merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan (Porter, 1994).

Fondasi dari kemampuan inovasi dan daya saing perusahaan secara fundamental terletak pada kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. SDM diakui sebagai satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, serta dorongan (Sutrisno, 2016). Dengan adanya SDM yang kompeten, kreatif, dan inovatif, perusahaan akan mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis dan menghasilkan produk yang bersaing. Kualitas SDM yang baik dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kreativitas, inovasi, dan produktivitas karyawan, yang sangat memengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pengembangan SDM menjadi faktor utama yang memengaruhi kemampuan suatu perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing

Untuk mengoptimalkan peran vital SDM, perusahaan perlu merumuskan dan menerapkan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia yang efektif. Strategi ini mencakup upaya sistematis seperti pelatihan, pengembangan keterampilan teknis, peningkatan kompetensi, dan pembentukan budaya inovasi di dalam organisasi. Pengembangan SDM (HRD) dapat dipahami sebagai proses penyiapan individu pegawai untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau lebih tinggi melalui peningkatan kemampuan intelektual dan emosional (Sikula, 2001). Secara teoretis, praktik pengembangan SDM yang kuat cenderung menghasilkan inovasi yang berdampak positif terhadap kinerja bisnis dan daya saing (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2005). Model *Resource-Based View* (RBV) bahkan menegaskan bahwa kompetensi karyawan yang dikembangkan secara strategis merupakan sumber daya unik yang tidak mudah ditiru, sehingga menjadi kunci keunggulan bersaing.

Penelitian ini memfokuskan studi kasus pada PT Magna Guna Karsa, sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak sebagai pionir di bidang pemasaran produk *green architecture* dan lansekap sejak tahun 2010. Perusahaan telah menunjukkan ketahanan pasar yang luar biasa, terbukti mampu bertahan melalui masa-masa sulit (termasuk Era Pandemi Covid-19) dan mencatat *preorder* di awal tahun 2025. Keunggulan perusahaan didukung oleh inovasi produk yang berbeda, seperti produk taman vertikal V-GA, *Magna Tank* (tangki modul sumur resapan), dan *Magnagrass* (perkerasan rumput). Inovasi ini memberikan nilai tambah yang kuat, di mana produk-produk tersebut telah diakui oleh

konsumen domestik dan bahkan sudah merambah ke beberapa negara seperti Korea dan China.

Meskipun sukses dan memiliki keunggulan produk yang kuat, PT Magna Guna Karsa menghadapi kendala internal, khususnya terkait kekuatan dan ketahanan SDM di lapangan. Bidang usaha yang bergerak dalam lanskap-arsitektur menuntut keahlian dan keterampilan khusus dari setiap karyawannya. Konsekuensinya, perusahaan mengalami tingkat *turn-over* (keluar-masuk karyawan) yang tinggi (dikenal sebagai *turn-over* dalam ilmu manajemen) karena karyawan yang tidak mampu mengikuti atau bertahan dengan pola kerja pimpinan mudah merasa tidak mampu.

Berdasarkan permasalahan empiris yang terjadi di PT Magna Guna Karsa dan celah penelitian yang perlu diisi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji dampak strategi pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap inovasi produk dan daya saing pasar perusahaan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik dan masukan praktis bagi manajemen PT Magna Guna Karsa dalam merumuskan strategi SDM yang lebih adaptif untuk memperkuat keunggulan kompetitif mereka.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mendalami dan memahami dampak strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap inovasi produk dan daya saing pasar pada konteks organisasi yang unik. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali data secara mendalam dari PT MAGNA GUNA KARSA Jakarta Selatan. Prosedur penelitian dimulai dengan menentukan perusahaan sebagai objek studi, dilanjutkan dengan pengumpulan data, dan diakhiri dengan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Subjek penelitian meliputi manajer SDM, kepala divisi inovasi, karyawan, dan pihak-pihak lain yang terlibat langsung dalam proses pengembangan SDM dan inovasi produk.

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan metode untuk menjamin validitas dan reliabilitas hasil. Tiga teknik utama yang digunakan adalah: Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*), yang berfokus pada pengalaman dan persepsi informan mengenai pengaruh strategi SDM terhadap inovasi dan daya saing. Observasi Langsung dilakukan di perusahaan untuk melihat implementasi strategi pengembangan SDM dan dinamika proses inovasi produk di lapangan. Terakhir, Dokumentasi melibatkan analisis dokumen formal, seperti laporan tahunan, kebijakan pengembangan SDM, catatan pelatihan, dan laporan inovasi produk yang diterapkan perusahaan.

Analisis data kualitatif dilakukan melalui tahapan Reduksi Data (memilih informasi yang relevan), Penyajian Data (menyajikan data dalam bentuk naratif atau matriks untuk melihat pola), dan Penarikan Kesimpulan (menarik pola data berdasarkan keterkaitan antara strategi SDM, inovasi produk, dan daya saing). Untuk memastikan kualitas data, peneliti menerapkan validitas dan reliabilitas data melalui Triangulasi Sumber (membandingkan informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi) dan Triangulasi Metode (memastikan konsistensi hasil dari berbagai metode pengumpulan data).

## Hasil dan Pembahasan

### Deskripsi Informasi Penelitian

Peneliti memilih 5 orang informan yang peneliti yakini memiliki kompetensi serta reputasi yang sangat baik terkait topik yang peneliti teliti. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada ke-5 informan ini. Adapun informan penelitian ini adalah mahasiswa yang dipilih secara acak oleh peneliti.

### Deskripsi Hasil Penelitian

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat penting dalam upaya meningkatkan inovasi produk dan daya saing pasar, sebab SDM adalah aset utama yang mendorong kreativitas, adaptasi, dan pertumbuhan organisasi. Strategi kunci yang digunakan untuk meningkatkan kapasitas ini dimulai dari Pengembangan Keterampilan dan Kompetensi, termasuk melalui pelatihan berkelanjutan pada bidang teknis, manajerial, dan *soft skills*. Ini harus dilengkapi dengan Pelatihan Inovasi dan Kreativitas, memperkenalkan teknik berpikir kreatif seperti *design thinking* dan *brainstorming* untuk membantu karyawan menciptakan solusi atau produk yang lebih inovatif. Selain itu, Pengelolaan Talenta dan Pengembangan Karier diperlukan, mencakup identifikasi talenta yang berpotensi menghasilkan inovasi dan pemberian kesempatan melalui rotasi jabatan untuk mendapatkan pemahaman bisnis yang lebih luas. Karyawan juga perlu termotivasi melalui Pengelolaan Kinerja dan Penghargaan, di mana evaluasi kinerja berbasis inovasi diterapkan dan sistem penghargaan (*insentif*) diberikan atas kontribusi pada inovasi produk.

Pemberdayaan Karyawan dan Kepemimpinan Inklusif memainkan peran sentral dengan memberikan kebebasan kepada karyawan untuk bereksperimen dan mengemukakan ide baru tanpa takut gagal. Hal ini didukung oleh Kepemimpinan Transformasional yang menginspirasi karyawan melalui visi yang jelas dan menciptakan iklim kolaboratif. Selanjutnya, Peningkatan Kolaborasi dan Sinergi Antar-Tim didorong melalui pembentukan tim lintas fungsional yang menggabungkan berbagai perspektif dan keahlian, serta melalui kemitraan dengan pihak eksternal untuk mendapatkan ide baru. Integrasi harus diperkuat melalui Pemanfaatan Teknologi dan Digitalisasi, seperti penggunaan AI dan big data, untuk mendukung inovasi produk yang lebih cepat dan efisien. Terakhir, pembangunan Budaya Organisasi yang Mendukung Inovasi sangat penting, yang mencakup budaya keterbukaan, keterlibatan, dan Pembelajaran dari Kegagalan sebagai langkah perbaikan. Seluruh proses ini harus didukung oleh Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management) yang baik, memastikan ide-ide inovatif terdokumentasi dan dapat diakses oleh semua karyawan.

Selanjutnya tabel yang menjelaskan mengenai proses wawancara kepada informan mengenai bagaimana Dampak Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Inovasi Produk dan Daya Saing Pasar pada PT MAGNA GUNA KARSA Jakarta Selatan. dimana para informan ini kuliah.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	Jawaban
a	<b>Dimensi : Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia</b>	
1.	Apakah perusahaan memiliki program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan Jika ya, bisakah anda jelaskan jenis dan frekuensi program tersebut ?	Semua informan mengatakan ya, bahwa perusahaan memiliki program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan, khususnya pada karyawan baru yang akan bergabung diprusahaan tersebut, akan tetapi frekuensi program pelatihan dan pengembangan karyawan sendiri tidak dilakukan secara rutin.
2.	Bagaimana perusahaan mengevaluasi kinerja kayawan Apakah ada sistem umpan balik yang terstruktur ?	Informan mengatakan bahwa perusahaan mengevaluasi kinerja karyawan khususnya pada karyawan baru untuk tahap pertama evaluasi kinerja dilakukan per tiga bulan, per enam bulan dan setahun untuk melihat sejauh mana kinerja karyawan tersebut apakah layak untuk diangkat menjadi karyawan tetap diperusahaan tersebut.
2.	Apakah perusahaan menyediakan jalur pengembangan karir untuk karyawan ? bisakah anda berikan contoh ?	Belum ada jalur pengembangan karir untuk karyawan sejauh ini, mengingat posisi jabatan dan jumlah karyawan di perusahaan tersebut tidak terlalu besar dan sangat terbatas.
3.	Apakah ada program khusus yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan atau kreativitas karyawan ?	Untuk program khusus sejauh ini belum ada, akan tetapi jika ada pembaruan yang terkait dengan tugas pekerjaan perusahaan memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas karyawan diperusahaan tersebut.
b	<b>Dimensi : Inovasi Produk</b>	
1.	Bagaimana perusahaan mendorong teriptanya inovasi produk ?	Perusahaan selalu meniptakan inovasi produk dengan melihat peluang pasar yang ada sesuai keinginan konsumen.
2.	Apakah karyawan memiliki ruang untuk menyampaikan ide ide inovatif ? Jika ya, bagaimana prosesnya ?	Sejauh ini belum ada ruang khusus untuk menyampaikan ide-ide inovatif hanya saja jika karyawan mendapatkan masukan dan saran dari konsumen karyawan menyampaikan langsung kepada perusahaan
3.	Bisakah anda ceritakan ontot inovasi produk terbaru yang dihasilkan perusahaan	Salah satu contoh inovasi produk pada perusahaan tersebut adalah magna tank yang digunakan untuk penyimpan aor hujan modern yang tidak hanya efisien tetapi juga ramah lingkungan sehingga cukup banyak manfaatnya.
4.	Menurut anda, apakah ada hubungan antara program pengembangan SDM dengan keberhasilan inovasi produk ? Jika ya, bagaimana keterkaitannya?	Pengembangan SDM dengan keberhasilan inovasi produk tentunya ada kaitannya tidak akan ada keberhasilan pada sebuah perusahaan tanpa adanya dukungan dari karyawan,dimana karyawan yang terampil, keratif tentunya memiliki kontribusi yang cukup besar untuk sebuah perusahaan.
c	<b>Dimensi : Daya Saing Pasar</b>	

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana anda menilai posisi daya saing perusahaan dibandingkan dengan kompetitor ?	Jika melihat posisi daya saing perusahaan kami dibandingkan dengan kompetitor kami yakin perusahaan kami memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan kompetitor, dimana di Indonesia perusahaan yang bergerak dibidang yang sama dengan perusahaan kami hanya ada 3 perusahaan dan perusahaan kami memiliki kelebihan dan teknologi yang lebih unggul.
2.	Faktor apa yang anda anggap paling penting dalam mempertahankan atau meningkatkan daya saing perusahaan ?	Faktor yang kami anggap paling penting dalam mempertahankan atau meningkatkan daya saing perusahaan adalah salah satunya kami memiliki inovasi produk yang berbeda dengan perusahaan kompetitor
3.	Apakah strategi pengembangan SDM berkontribusi terhadap daya saing perusahaan Jika ya, bisa anda jelaskan bagaimana hal itu berdampak ?	Tentunya, karena bagaimanapun perusahaan tidak bisa berhasil dan bersaing dengan perusahaan kompetitor jika dari SDM nya sendiri tidak memiliki keterampilan dan keahlian dibidangnya , salah satunya SDM yang memiliki kemampuan untuk memasarkan produk knowledge yang ada pada perusahaan .
4.	Menurut anda, apakah inovasi produk yang dihasilkan perusahaan mempengaruhi daya saing dipasar ?	Tentunya, karena dengan memiliki inovasi produk salah satu strategi untuk bisa bersaing dengan perusahaan kompetitor
<b>d Dimensi : Tantangan dan Rekomendasi</b>		
1.	Apa tantangan utama yang dihadapi perusahaan dalam mengembangkan sumber daya manusia ?	Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengembangkan sumber daya manusia paling utama adalah retensi karyawan karena untuk menjaga karyawan berbakat untuk tetap berada diperusahaan menjadi tantangan besar, karena pada umumnya banyak karyawan berpindah ke perusahaan lain untuk gaji dan peluang karier yang lebih baik.
2.	Apa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menciptakan inovasi produk ?	Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menciptakan produk salah satunya yaitu Risiko gagalnya inovasi karena tidak semua inovasi dapat berhasil di pasar. Risiko kegagalan produk baru menjadi tantangan besar, terutama jika melibatkan investasi besar.
3.	Apakah anda memiliki saran untuk meningkatkan efektivitas strategi pengembangan SDM perusahaan ?	Salah satu yang bisa dilakukan untuk meningkatkan efektivitas strategi pengembangan SDM diperusahaan salah satunya bisa menciptakan jalur karier yang jelas agar karyawan memahami bagaimana pengembangan diri mereka dapat berkontribusi pada kemajuan karier.
4.	Bagaimana perusahaan dapat lebih meningkatkan sinergi antara pengembangan SDM, inovasi produk dan daya saing pasar ?	Salah satunya bisa dilakukan dengan cara keterlibatan pelanggan pada proses pengembangan produk untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar selain itu

No	Pertanyaan	Jawaban
		juga bisa dilakukan dengan umpan balik berkelanjutan dengan cara mengumpulkan masukan pelanggan yang efektif untuk perbaikan produk secara berkala.

Sumber : Peneliti 2024

### Strategi Pengembangan SDM di PT Magna Guna Karsa

Strategi pengembangan SDM yang diterapkan di perusahaan ini meliputi:

- Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi: Pelatihan rutin diberikan baik untuk keahlian teknis maupun soft skill seperti komunikasi dan manajemen konflik.
- Program Talent Development: Karyawan potensial diikutkan dalam program pengembangan kepemimpinan dan rotasi jabatan.
- Evaluasi Kinerja Berbasis Kompetensi: Sistem penilaian kinerja berbasis Key Performance Indicators (KPI) dan kompetensi digunakan untuk memetakan kebutuhan pelatihan.
- Internal Knowledge Sharing: Karyawan senior diminta berbagi ilmu melalui sesi sharing rutin antar-divisi.

### Simpulan

Daya saing pasar PT Magna Guna Karsa dibangun di atas keunggulan kualitas produk yang superior dan teruji. Keunggulan ini didukung oleh proses pengujian internal yang ketat, di mana semua produk yang dihasilkan selalu melewati uji *Quality Control* (QC) serta telah melalui beberapa tahapan seleksi ulang dan uji coba produk yang berkualitas. Penelitian menemukan bahwa faktor manusia dan komunikasi internal menjadi kunci ketahanan perusahaan dalam jangka panjang. Kemampuan para tenaga *marketing* dalam memasarkan produk secara efektif memberikan keuntungan dan dampak yang positif bagi kemajuan perusahaan di pasar. Di samping itu, dengan tetap mempertahankan karyawan yang memiliki kompetensi baik serta menjalin komunikasi yang efektif antar tim, perusahaan ini terbukti tetap mampu bertahan sejak berdirinya pada tahun 2014, bahkan melewati masa-masa sulit.

Untuk penelitian berikutnya untuk memperluas studi ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif demi menguji secara statistik hubungan mediasi atau moderasi antara strategi pengembangan SDM, retensi karyawan, dan inovasi produk, menggunakan sampel yang lebih besar dari PT Magna Guna Karsa dan perusahaan sejenis. Selain itu, penelitian di masa depan dapat dikembangkan menjadi studi komparatif antar-industri dengan melibatkan dua hingga tiga kompetitor utama di sektor *green architecture* untuk mendapatkan gambaran daya saing yang lebih komprehensif dan valid. Akhirnya, mengingat adanya masalah *turn-over* yang tinggi, penelitian selanjutnya disarankan untuk fokus mendalam pada efektivitas *Knowledge Management* (KM), khususnya dalam merumuskan cara perusahaan mendokumentasikan pengetahuan teknis lapangan.

## Daftar Pustaka

- Aristana, I. N., et al. (2022). Efek Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(2).
- Armstrong, M. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management*. 15th ed. Pearson.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Flippo, E. B. (2002). *Personnel Management*. McGraw-Hill.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2005). Innovation and Human Resource Management Fit: An Empirical Study. *International Journal of Human Resource Management*, 16(5), 974–991.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. Pearson.
- Lengkey, S. J., Lengkong, V. P. K., & Dotulong, L. O. H. (2021). Pengaruh Kompetensi, Inovasi, dan Kreativitas terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PDAM Dua Sudara Kota Bitung). *Jurnal EMBA*, 9(1).
- Lippo, E. B. (2017). *Manajemen Personalia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Malayu, S. P. Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maharani, H., Jaswita, D. I., & Tumanggor, R. (2021). Motivasi Berwirausaha Tanaman Hias dan Strategi Pemasaran Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Feasible*, 3(2), 192–200.
- Muhardi. (2007). *Manajemen Operasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (1994). *On Competition*. Harvard Business Review Press.
- Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing Usaha Mikro dengan Kompetensi Pegawai sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(1).
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior*. 18th ed. Pearson.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1).
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. 6th ed. Wiley.
- Tumanggor, R., & Wiyanto. (2021). Analisis Evaluasi Keberhasilan Inovasi Sistem Aplikasi By Data pada UKM Minuman Kekinian. *Jurnal MADANI*, 4(1).

- Ulrich, D., Brockbank, W., Johnson, D., Sandholtz, K., & Younger, J. (2008). *HR Competencies: Mastery at the Intersection of People and Business*. Society for Human Resource Management.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. Pearson.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.