

Peran Budaya dalam Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai Pendorong Kinerja Pemasaran

Febi Laeli Puspita¹, Baiq Fera Susmita Putri², Ramayanto³, Dedy Iswanto⁴

^{1,2,3,4}Administrasi Bisnis, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

¹lailyarmy7@gmail.com, ²ferasusmitaputri@gmail.com, ³yantorama533@gmail.com,

⁴dedyiswanto@ummat.ac.id

ABSTRACT

Keywords:

Culture of Innovation
HR Management
Marketing Performance
Systematic Literature Review
Digital Transformation

Abstract: This study explores the role of innovation culture in human resource management (HR) as a driver of marketing performance. Using a qualitative research method based on Systematic Literature Review (SLR), this study aims to identify the main patterns, key factors, and challenges in the implementation of innovation culture in human resources that have an impact on the effectiveness of marketing strategies. The literature search was conducted through Scopus, DOAJ, and Google Scholar with inclusion criteria for published studies in the range of 2015–2025 that focused on the relationship between innovation in human resources and marketing. Data were analyzed through thematic synthesis to identify research trends and gaps. The results show that the culture of innovation in HR increases creativity, productivity, and competitiveness of organizations, but still faces obstacles such as organizational culture misalignment, limited resources, resistance to change, and less adaptive leadership. HR innovation strategies have been proven to improve work efficiency, especially in MSMEs and technology-based industries, but their implementation is still hampered by rigid bureaucracy and poor practice integration. Therefore, future research needs to focus on innovative leadership models, change management strategies, and technology integration in innovation-based HR to improve organizational competitiveness in the digital era.

Kata Kunci:

Budaya Inovasi
Manajemen SDM
Kinerja Pemasaran
Systematic Literature Review
Transformasi Digital

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi peran budaya inovasi dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) sebagai pendorong kinerja pemasaran. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif berbasis *Systematic Literature Review* (SLR), studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola utama, faktor kunci, serta tantangan dalam penerapan budaya inovasi dalam SDM yang berdampak pada efektivitas strategi pemasaran. Pencarian literatur dilakukan melalui Scopus, DOAJ, dan Google Scholar dengan kriteria inklusi studi terpublikasi dalam rentang 2015–2025 yang berfokus pada hubungan inovasi dalam SDM dan pemasaran. Data dianalisis melalui sintesis tematik untuk mengidentifikasi tren dan kesenjangan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya inovasi dalam SDM meningkatkan kreativitas, produktivitas, dan daya saing organisasi, namun masih menghadapi hambatan seperti ketidaksejajaran budaya organisasi, keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, dan kepemimpinan yang kurang adaptif. Strategi inovasi SDM terbukti meningkatkan efisiensi kerja, terutama dalam UMKM dan industri berbasis teknologi, tetapi implementasinya masih terkendala oleh birokrasi yang kaku dan integrasi praktik yang buruk. Oleh karena itu, riset mendatang perlu difokuskan pada model kepemimpinan inovatif, strategi manajemen perubahan, serta integrasi teknologi dalam SDM berbasis inovasi guna meningkatkan daya saing organisasi di era digital.

Article History:

Received : 26-01-2025

Accepted : 25-02-2025



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang (Fadhillah & Yuniarti, 2023). Budaya inovasi dalam manajemen SDM berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar (Basuki, 2023). Perusahaan yang memiliki budaya inovatif lebih mampu mengembangkan strategi pemasaran yang responsif dan kompetitif. Oleh karena itu, memahami

hubungan antara budaya inovasi dalam SDM dan kinerja pemasaran menjadi semakin relevan dalam dunia bisnis modern.

Manajemen SDM kini tidak hanya berfokus pada administrasi tenaga kerja, tetapi juga sebagai penggerak inovasi dalam organisasi. Strategi SDM inovatif mencakup rekrutmen berbasis kompetensi, pelatihan kreatif, serta insentif untuk ide-ide baru (Rizky et al., 2024). Organisasi yang menerapkan pendekatan ini lebih unggul dalam merespons perubahan pasar dan meningkatkan kinerja pemasara. Penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi SDM berdampak langsung pada keunggulan kompetitif dan daya saing perusahaan (Merakati et al., 2017).

Budaya inovasi berkontribusi terhadap efektivitas strategi pemasaran dengan mendorong ide-ide kreatif, pengambilan keputusan yang lebih cepat, serta penggunaan teknologi digital (Hartatik et al., 2023). Perusahaan inovatif lebih adaptif terhadap perubahan preferensi pelanggan dan tren pasar, memungkinkan mereka membangun daya saing yang lebih kuat. Studi juga menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya inovasi cenderung lebih fleksibel dalam strategi pemasarannya, sehingga mampu mempertahankan keunggulan di industri yang kompetitif (Andiyanto et al., 2017).

Dinamika pasar dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, globalisasi, dan ekspektasi konsumen yang terus berkembang, yang menuntut perusahaan untuk berinovasi agar tetap kompetitif (Andreeva & Yolova, 2019). Teknologi mengubah proses produksi dan interaksi pelanggan, sementara globalisasi meningkatkan persaingan di pasar domestik dan internasional (Mandal, 2020). Selain itu, konsumen yang lebih sadar akan keberlanjutan mendorong bisnis untuk menyesuaikan praktik mereka (Mandal, 2020). Tantangan seperti gangguan rantai pasokan akibat ketegangan geopolitik (Repnikov, 2023) serta perubahan regulasi ketenagakerjaan akibat transformasi digital juga harus dihadapi (Andreeva & Yolova, 2019). Namun, perusahaan yang dapat beradaptasi secara proaktif memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Kesenjangan penelitian di berbagai bidang menekankan perlunya studi sistematis untuk mengidentifikasi area yang membutuhkan eksplorasi lebih lanjut (Rivera-Lozada et al., 2023). Tinjauan sistematis mengungkap hambatan produktivitas perempuan dalam penelitian, keterbatasan variabel dalam perencanaan strategis (Yangailo & Mpundu, 2023), kurangnya studi pada perawatan permukaan implan gigi (Filho, 2023), serta model infeksi *Neisseria* yang belum mempertimbangkan interaksi infeksi (Metelmann et al., 2025). Studi sistematis berperan dalam mengembangkan kebijakan berbasis bukti, namun perlu dilakukan secara inklusif untuk menghindari bias dan memastikan cakupan yang lebih komprehensif.

Budaya inovasi berperan penting dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kinerja bisnis. Inovasi, budaya organisasi, dan modal psikologis terbukti berpengaruh positif terhadap keterlibatan serta kinerja karyawan. Bagi UMKM, orientasi ambidextrous dan strategi inovasi berkontribusi signifikan dalam membangun budaya inovasi (Hanifah et al., 2019). Strategi pemasaran berbasis atmosfer dan acara dapat langsung memengaruhi keputusan pembelian (Manajemen et al., 2016). Untuk tetap kompetitif, bisnis perlu meningkatkan layanan, mengembangkan produk, dan mengoptimalkan administrasi (Halawa, 2021). Dukungan pemerintah juga memperkuat hubungan budaya inovasi dan kinerja inovasi, terutama bagi UMKM Bumiputera di Malaysia (Hanifah et al., 2019). Hal ini menegaskan bahwa budaya inovasi menjadi faktor utama dalam keberhasilan strategi pemasaran dan bisnis.

Budaya inovasi dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) berperan penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran, namun kajian tentang penerapannya dalam strategi bisnis masih terbatas. Dinamika pasar yang terus berkembang menuntut perusahaan untuk beradaptasi, tetapi belum banyak studi yang menyoroti peran budaya inovasi dalam SDM sebagai solusi terhadap tantangan ini. Selain itu, hubungan inovasi dengan keterlibatan karyawan dan efektivitas pemasaran telah diteliti, namun masih ada kesenjangan dalam memahami kontribusi kepemimpinan inovatif dan pengelolaan kinerja berbasis inovasi terhadap daya saing bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini

akan mengeksplorasi peran budaya inovasi dalam SDM sebagai pendorong kinerja pemasaran melalui *Systematic Literature Review*, guna memberikan wawasan bagi strategi SDM yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana budaya inovasi dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) dapat berperan sebagai pendorong utama dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), studi ini berupaya mengidentifikasi pola utama, faktor kunci, serta tantangan dalam penerapan budaya inovasi dalam SDM yang berkontribusi terhadap efektivitas strategi pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi dalam mengembangkan strategi SDM yang lebih inovatif dan berorientasi pada keberlanjutan pemasaran.

Proses penelitian diawali dengan pencarian literatur menggunakan basis data akademik seperti Scopus, DOAJ, dan Google Scholar untuk memperoleh sumber terpercaya. Pencarian dilakukan dengan kata kunci relevan terkait budaya inovasi, manajemen SDM, dan kinerja pemasaran. Kriteria inklusi meliputi studi yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2015–2025, menggunakan metode yang relevan dengan penelitian ini, serta berfokus pada hubungan inovasi dalam SDM dan pemasaran, sementara kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dan literatur non-akademik. Seleksi dilakukan melalui penyaringan judul, abstrak, dan teks penuh, kemudian data diekstraksi berdasarkan kategori utama seperti konsep budaya inovasi, strategi SDM inovatif, serta dampaknya terhadap kinerja pemasaran. Analisis dilakukan dengan pendekatan sintesis tematik untuk merangkum temuan utama serta mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang dapat dijadikan landasan bagi penelitian lanjutan.



Gambar 1. Proseses Penelitian Sistematis

Penelitian ini mengkaji peran budaya inovasi dalam manajemen SDM sebagai pendorong kinerja pemasaran menggunakan *Systematic Literature Review* (SLR). Proses dimulai dengan identifikasi masalah, perumusan pertanyaan penelitian, dan pencarian literatur dari sumber akademik terkemuka. Seleksi dilakukan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, diikuti dengan analisis teks penuh untuk memastikan relevansi. Data yang terkumpul diekstraksi, dikategorisasi, dan dianalisis menggunakan sintesis tematik guna mengidentifikasi faktor utama serta kesenjangan penelitian. Hasil penelitian diharapkan merumuskan kesimpulan dan rekomendasi strategis bagi akademisi dan praktisi dalam mengembangkan inovasi SDM untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dianalisis dapat dikelompokkan ke dalam empat fokus utama, yaitu: (1) Dampak Budaya Inovasi terhadap Kreativitas dan Produktivitas Karyawan, yang membahas bagaimana inovasi dalam SDM berkontribusi terhadap keterlibatan dan kinerja tenaga kerja; (2) Strategi SDM Berbasis Inovasi dan Implementasinya, yang mengkaji bagaimana perusahaan menerapkan strategi inovasi dalam pengelolaan SDM; (3) Tantangan dalam Menerapkan Budaya Inovasi dalam Manajemen SDM, yang menyoroti hambatan dalam adopsi inovasi dalam organisasi; dan (4) Adaptasi Budaya Organisasi terhadap Industri 4.0 dan Manajemen Pengetahuan, yang membahas bagaimana organisasi perlu menyesuaikan inovasi dengan tren digitalisasi dan teknologi.

Tabel 1. Hasil penelitian yang dianalisis dapat dikelompokkan ke dalam empat fokus utama

No	Bidang atau Fokus	Nama Penulis	Insight atau Variabel Riset
1	Dampak Budaya Inovasi terhadap Kreativitas dan Produktivitas Karyawan	Kahfi (2022), Nurhaliza & Abadiyah (2022), AlDhaheri et al. (2023), Rubel et al. (2023), Sanz-Valle & Jiménez-Jiménez (2018).	Budaya inovasi meningkatkan kreativitas dan produktivitas karyawan melalui kepemimpinan, penghargaan, dan pengembangan keterampilan. Keterlibatan karyawan dan sistem kerja berkinerja tinggi berkontribusi pada inovasi produk.
2	Strategi SDM Berbasis Inovasi dan Implementasinya	Surya et al. (2021), Kannan & Perez-Aleman (2022), Rozi (2023), Alosani & Al-Dhaafri (2023)	Strategi SDM berbasis inovasi berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan dengan memperkuat pengelolaan kompetensi, keterampilan, serta dukungan kebijakan dan modal.
3	Tantangan dalam Menerapkan Budaya Inovasi dalam Manajemen SDM	Kannan & Perez-Aleman (2022), Rozi (2023), Mohelska & Sokolova (2018), Willar et al. (2016)	Ketidaksejajaran budaya organisasi, resistensi terhadap perubahan, dan keterbatasan sumber daya menjadi tantangan utama dalam penerapan budaya inovasi dalam SDM.
4	Adaptasi Budaya Organisasi terhadap Industri 4.0 dan Manajemen Pengetahuan	Yun et al. (2020), Lam et al. (2021)	Organisasi perlu menyesuaikan budaya inovasi dengan Industri 4.0 melalui penguatan manajemen pengetahuan, kolaborasi, dan kepercayaan untuk meningkatkan kapasitas inovasi.

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa penelitian tentang budaya inovasi dalam manajemen SDM mencakup berbagai aspek mulai dari dampaknya terhadap produktivitas karyawan hingga tantangan dalam implementasi dan adaptasi organisasi terhadap Industri 4.0. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana strategi SDM berbasis inovasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan, serta bagaimana manajemen pengetahuan dan kolaborasi dapat mendukung inovasi yang berkelanjutan. Tantangan seperti resistensi terhadap perubahan dan keterbatasan sumber daya menjadi kendala yang harus diatasi untuk memaksimalkan manfaat inovasi dalam SDM. Hasil ini memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi dalam merancang strategi inovatif yang efektif dalam pengelolaan SDM guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

1. Pendekatan SDM Berbasis Inovasi dapat Meningkatkan Produktivitas dan Kreativitas Karyawan

Pendekatan SDM berbasis inovasi meningkatkan kreativitas dan produktivitas karyawan melalui kepemimpinan, penghargaan, serta pengembangan keterampilan (Kahfi, 2022). Budaya inovasi yang kuat juga berkontribusi pada kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai mediator (Nurhaliza & Abadiyah, SE., M.S.M., CHCM, 2022). Praktik SDM seperti pelatihan dan penilaian kinerja berdampak positif pada produktivitas (AlDhaheri et al., 2023), sementara strategi SDM berbasis keterlibatan tinggi mendukung adaptasi teknologi dan inovasi (Rubel et al., 2023). Namun, tantangan seperti resistensi terhadap perubahan dan keterbatasan sumber daya perlu diatasi agar manfaat inovasi dalam SDM dapat dimaksimalkan.

Pendekatan inovatif dalam manajemen SDM meningkatkan produktivitas dan kreativitas karyawan. Sistem kerja berkinerja tinggi mendorong perilaku kerja inovatif yang berpengaruh pada

inovasi produk (Sanz-Valle & Jiménez-Jiménez, 2018). Penguatan kompetensi SDM dalam pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan meningkatkan efisiensi kerja, terutama di UMKM. Pertumbuhan ekonomi dan inovasi teknologi juga berkontribusi pada produktivitas, sementara kebijakan pemerintah serta dukungan modal mempercepat perkembangan UMKM (Surya et al., 2021). Selain itu, inovasi berperan dalam meningkatkan keterlibatan karyawan, yang berdampak pada kinerja mereka. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi dalam praktik SDM dan budaya organisasi berkontribusi pada keterlibatan, kreativitas, dan produktivitas tenaga kerja.

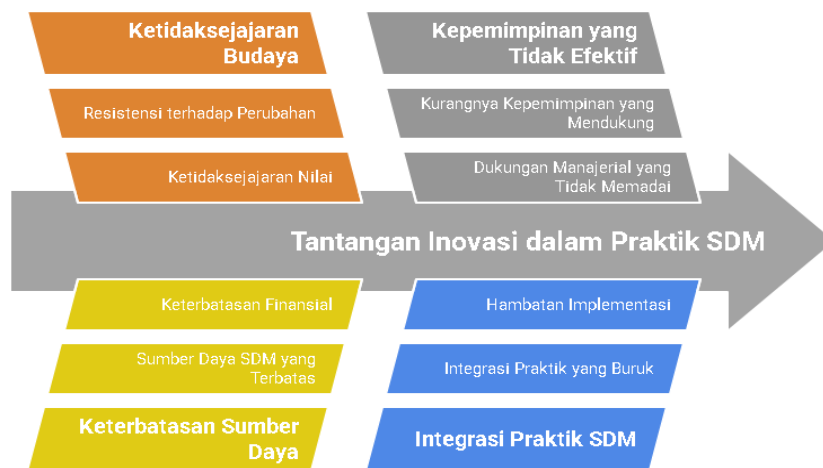
Pendekatan SDM berbasis inovasi meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan kinerja karyawan melalui kepemimpinan, penghargaan, serta pengembangan keterampilan. Budaya inovasi mendorong keterlibatan karyawan dan efisiensi kerja, sementara dukungan kebijakan serta modal mempercepat pertumbuhan produktivitas, terutama di UMKM. Namun, tantangan seperti resistensi terhadap perubahan dan keterbatasan sumber daya perlu diatasi agar inovasi dalam SDM dapat berjalan optimal. Oleh karena itu, strategi SDM yang inovatif harus didukung oleh kebijakan adaptif, pelatihan berkelanjutan, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing bisnis.

2. Tantangan Utama dalam Menerapkan Budaya Inovasi dalam Manajemen SDM

Menerapkan budaya inovasi dalam manajemen SDM menghadapi tantangan seperti ketidaksejajaran budaya organisasi, keterbatasan sumber daya (Kannan & Perez-Aleman, 2022), serta kurangnya kepemimpinan yang efektif (Rozi, 2023). Berbagi pengetahuan dan integrasi praktik SDM inovatif menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi (Alosani & Al-Dhaafri, 2023). Selain itu, resistensi karyawan terhadap perubahan dapat menghambat adopsi inovasi (Kannan & Perez-Aleman, 2022). Untuk mengatasinya, organisasi perlu menumbuhkan kepemimpinan adaptif dan budaya berbagi pengetahuan guna meningkatkan daya saing.

Tantangan dalam menerapkan budaya inovasi dalam manajemen SDM mencakup pengembangan budaya organisasi yang mendukung inovasi terbuka dan adaptasi terhadap Industri 4.0 (Yun et al., 2020). Banyak organisasi masih terjebak dalam budaya birokratis yang menghambat inovasi, sehingga perubahan manajerial diperlukan (Mohelska & Sokolova, 2018). Selain itu, implementasi sistem manajemen kualitas sering terhambat oleh budaya organisasi yang ada (Willar et al., 2016). Membangun budaya inovasi terbuka yang menekankan kepercayaan, kolaborasi, dan pembelajaran dapat meningkatkan manajemen pengetahuan serta kapasitas inovasi (Lam et al., 2021), sehingga strategi manajemen harus diselaraskan dengan tujuan inovasi untuk menciptakan organisasi yang adaptif dan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dalam menerapkan budaya inovasi dalam manajemen SDM meliputi ketidaksejajaran budaya organisasi, keterbatasan sumber daya, serta resistensi terhadap perubahan. Kurangnya kepemimpinan adaptif dan sistem birokrasi yang kaku juga menghambat inovasi. Berbagi pengetahuan dan integrasi praktik SDM inovatif menjadi faktor kunci dalam mendukung inovasi, sementara budaya organisasi yang terbuka dan adaptif terhadap Industri 4.0 diperlukan untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi manajerial yang fleksibel, mendorong kolaborasi, dan memperkuat manajemen pengetahuan guna menciptakan lingkungan kerja yang inovatif dan berkelanjutan.



Gambar 2. Mengatasi Tantangan Inovasi dalam Manajemen SDM

Pada Gambar 2 menyoroti tantangan utama dalam inovasi SDM, termasuk ketidaksejajaran budaya, kepemimpinan yang lemah, keterbatasan sumber daya, dan integrasi praktik SDM yang buruk. Resistensi terhadap perubahan dan nilai organisasi yang tidak selaras menghambat inovasi, sementara kepemimpinan yang tidak mendukung memperburuk situasi. Keterbatasan finansial dan SDM yang kurang kompeten juga menjadi kendala, ditambah dengan implementasi dan integrasi praktik SDM yang tidak optimal. Untuk mengatasinya, organisasi perlu menyelaraskan budaya dengan inovasi, memperkuat kepemimpinan, mengalokasikan sumber daya yang cukup, serta memastikan praktik SDM yang terintegrasi guna meningkatkan efektivitas inovasi.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil evaluasi penelitian menunjukkan bahwa budaya inovasi dalam manajemen SDM memiliki dampak signifikan terhadap kreativitas, produktivitas, dan daya saing organisasi, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti ketidaksejajaran budaya, keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, serta kurangnya kepemimpinan yang mendukung. Sementara itu, strategi SDM berbasis inovasi telah terbukti meningkatkan efisiensi kerja, terutama dalam konteks UMKM dan industri yang beradaptasi dengan Industri 4.0, tetapi implementasinya masih terkendala oleh birokrasi yang kaku dan integrasi praktik yang buruk. Kesenjangan penelitian yang ditemukan mencakup kurangnya studi mendalam mengenai efektivitas spesifik strategi inovasi SDM dalam berbagai sektor industri serta dampak jangka panjang dari integrasi budaya inovasi terhadap keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, riset mendatang perlu berfokus pada pengembangan model kepemimpinan inovatif yang dapat menyesuaikan budaya organisasi dengan tuntutan digitalisasi, strategi manajemen perubahan yang efektif dalam menghadapi resistensi inovasi, serta peran teknologi dalam mempercepat adaptasi SDM berbasis inovasi guna menciptakan organisasi yang lebih fleksibel, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era transformasi digital.

REFERENSI

- AlDhaheiri, H., Hilmi, M. F., Abudaqa, A., Alzahmi, R. A., & Ahmed, G. (2023). The relationship between HRM practices, innovation, and employee productivity in UAE public sector: a structural equation modelling approach. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 13(2), 157. <https://doi.org/10.1504/IJPMB.2023.128471>
- Alosani, M., & Al-Dhaafri, H. (2023). Stimulating HRM practices through innovative culture: an empirical study on the UAE's government agencies. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 15(2), 120–135. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-09-2022-0092>
- Andiyanto, F., Miyasto, M., & Sufian, S. (2017). *Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis (studi empiris pada industri pakaian jadi skala kecil dan menengah di Kabupaten Kudus)*. Diponegoro University.

- Andreeva, A., & Yolova, G. (2019). The Challenges of the Fourth Industrial Revolution Faced by the Labour Market: European and National Processes and Trends. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3411129>
- Basuki, N. (2023). Mengoptimalkan modal manusia: Strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 182–192.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Halawa, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Kasus pada Dasom Beauty & Me Nail Surabaya). *Benchmark*, 1(2), 58–65. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.143>
- Hanifah, H., Abdul Halim, H., Ahmad, N. H., & Vafaei-Zadeh, A. (2019). Emanating the key factors of innovation performance: leveraging on the innovation culture among SMEs in Malaysia. *Journal of Asia Business Studies*, 13(4), 559–587. <https://doi.org/10.1108/JABS-04-2018-0130>
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kahfi, F. (2022). The existence of Human resource development (HRD) on the development of employee creativity. *Journal of Management and Administration Provision*. <https://doi.org/10.55885/jmap.v2i2.178>
- Kannan, R., & Perez-Aleman, P. (2022). A Practice-Based View of Innovation Adoption. In *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.253>
- Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The Relation among Organizational Culture, Knowledge Management, and Innovation Capability: Its Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010066>
- Manajemen, J., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2016). Efektifitas Atmospher Dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta. In *Journal Of Management*.
- Mandal, P. C. (2020). The Changing Marketplace. *International Journal of Business Strategy and Automation*, 1(3), 34–43. <https://doi.org/10.4018/IJBSA.2020070103>
- Merakati, I., Rusdarti, R., & Wahyono, W. (2017). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, orientansi kewirausahaan melalui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Metelmann, S., Thompson, A., Donten, A., Oke, S., Sun, S., Borrow, R., Xu, F., Vivancos, R., Decraene, V., Pellis, L., & Hall, I. (2025). A systematic review to identify research gaps in studies modeling MenB vaccinations against *Neisseria* infections. *PLOS ONE*, 20(1), e0316184. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0316184>
- Mohelska, H., & Sokolova, M. (2018). Management Approaches For Industry 4.0 – The Organizational Culture Perspective. *Technological and Economic Development of Economy*, 24(6), 2225–2240. <https://doi.org/10.3846/tede.2018.6397>
- Nurhaliza, V., & Abadiyah, SE., M.S.M., CHCM, R. (2022). Unlocking Employee Performance: The Nexus of Innovation Culture, Creativity Value, and Job Satisfaction. *Academia Open*, 7. <https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3478>
- Repnikov, D. A. (2023). The Latest Trends And Challenges In The Development Of Intenational Trade In Arms And Military Equipment. *International Trade and Trade Policy*, 9(2), 134–151. <https://doi.org/10.21686/2410-7395-2023-2-134-151>
- Rivera-Lozada, I. C., Rivera-Lozada, O., & Escobar, G. C. (2023). Gender gaps in research: a systematic review. *F1000Research*, 12, 1302. <https://doi.org/10.12688/f1000research.140694.1>
- Rizky, G., Hildawati, H., Judijanto, L., Jumiono, A., Syafruddin, S., Kusmayadi, Y., Puspawati, E., Pradhita, Y., Laksono, R. D., & Wibowo, S. E. (2024). *Dasar-Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep, Teori, dan Penerapannya dalam Organisasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rozi, N. (2023). Implementation Of The Role Of Human Resource Development As A Strategic Partner, Agent Of Change And Innovation. *OIKONOMIA: Journal of Economics and Management Science*, 1(2), 43–49. <https://doi.org/10.59165/oikonomia.v1i2.17>
- Rubel, M. R. B., Kee, D. M. H., & Rimi, N. N. (2023). Promoting technology innovation performance through high involvement HRM, technology adaptation and innovativeness. *Business Process Management Journal*, 29(5), 1277–1302. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2022-0526>
- Sanz-Valle, R., & Jiménez-Jiménez, D. (2018). HRM and product innovation: does innovative work behaviour mediate that relationship? *Management Decision*, 56(6), 1417–1429. <https://doi.org/10.1108/MD-04->

2017-0404

- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic Growth, Increasing Productivity of SMEs, and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Willar, D., Trigunarsyah, B., & Coffey, V. (2016). Organisational culture and quality management system implementation in Indonesian construction companies. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 23(2), 114–133. <https://doi.org/10.1108/ECAM-02-2015-0026>
- Yangailo, T., & Mpundu, M. (2023). Identifying Research Gaps in Literature related to studies of Strategic Planning on Competitive Advantage: A Systematic Review of Literature. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 47–70. <https://doi.org/10.51137/ijarbm.2023.4.2.4>
- Yun, J. J., Zhao, X., Jung, K., & Yigitcanlar, T. (2020). The Culture for Open Innovation Dynamics. *Sustainability*, 12(12), 5076. <https://doi.org/10.3390/su12125076>