

Peran Inovasi, Kualitas Produk, dan Strategi Perusahaan dalam Mendorong Keberhasilan Bisnis: *Studi Literatur*

Yusuf Imammudin¹, Mirzam Arqy Ahmadi²

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

*Email Korespondensi: b100210318@student.ums.ac.id

Diterima: 23-10-2024 | Disetujui: 24-10-2024 | Diterbitkan: 25-10-2024

ABSTRACT

Business success is the primary goal for companies, especially in facing the increasingly intense competition in the global market. The dynamic changes in the market, technological advancements, and shifts in consumer preferences compel companies to continually innovate and adapt. This study aims to understand the role of innovation, product quality, and corporate strategy in supporting business success. Using a literature review approach, this research highlights how innovation is crucial not only in developing new products but also in improving the operational efficiency of companies. High product quality can enhance customer satisfaction and loyalty, leading to business growth. Additionally, an effective and flexible corporate strategy enables companies to better respond to market changes. The findings of this study demonstrate that the integration of innovation, product quality, and corporate strategy is key to achieving long-term business success. These insights provide practical and theoretical value for companies, academics, and policymakers in formulating more adaptive and sustainable business strategies.

Keywords: Innovation, Product Quality, Corporate Strategy, Business Success, Literature Review.

ABSTRAK

Keberhasilan bisnis merupakan tujuan utama bagi perusahaan, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar global. Dinamika perubahan pasar, perkembangan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan dalam mendukung kesuksesan bisnis. Dengan pendekatan studi literatur, penelitian ini menyoroti bagaimana inovasi tidak hanya penting dalam pengembangan produk baru tetapi juga berperan dalam efisiensi operasional perusahaan. Kualitas produk yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang berujung pada pertumbuhan bisnis. Selain itu, strategi perusahaan yang efektif dan fleksibel memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi antara inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan menjadi faktor utama dalam mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang. Temuan ini memberikan wawasan praktis dan teoretis yang bermanfaat bagi perusahaan, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Inovasi, Kualitas Produk, Strategi Perusahaan, Keberhasilan Bisnis, Tinjauan Literatur.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Imammudin, Y. & Arqy Ahmadi, M. (2024). Peran Inovasi, Kualitas Produk, dan Strategi Perusahaan dalam Mendorong Keberhasilan Bisnis: Studi Literatur. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 978-989. <https://doi.org/10.62710/ww6cq881>

PENDAHULUAN

Keberhasilan bisnis menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, khususnya dalam menghadapi persaingan yang semakin intens di pasar global. Dinamika pasar yang cepat berubah, perkembangan teknologi, dan preferensi konsumen yang terus berkembang memaksa perusahaan untuk selalu berinovasi serta beradaptasi dalam setiap aspek operasional. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan penerapan strategi yang efektif, seperti inovasi, peningkatan kualitas produk, serta perencanaan strategi yang matang (Husniar et al., 2023).

Inovasi menjadi salah satu elemen kunci yang berperan dalam mencapai keberhasilan bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan proses bisnis dan layanan yang diberikan kepada pelanggan (Lestari et al., 2020). Penelitian oleh (Fitriyani, 2024) mengungkapkan bahwa inovasi memiliki dampak signifikan terhadap strategi bisnis dan keberhasilan perusahaan. Inovasi yang berkelanjutan membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan cepat di pasar serta memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks (Lesnussa et al., 2023). Lebih jauh, inovasi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan (Wuysang & Pusung, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Selain inovasi, kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Produk berkualitas tinggi mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang kemudian berdampak positif pada pertumbuhan (Woen & Santoso, 2021). Penelitian (Fitriyani, 2024) menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Kualitas yang unggul bukan hanya menyangkut aspek fungsional produk, tetapi juga aspek emosional yang menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan (Fahmi & Isyanto, 2024). Oleh karena itu, perusahaan harus terus melakukan inovasi dan peningkatan kualitas produk agar dapat mempertahankan dan menarik lebih banyak konsumen.

Di samping inovasi dan kualitas produk, strategi perusahaan yang efektif juga memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Strategi yang baik mencakup perencanaan, pengorganisasian, serta pengelolaan sumber daya perusahaan dengan tujuan meraih keunggulan kompetitif (Teddy Kurniawan et al., 2024). Penelitian lain oleh (Fitriyani, 2024) menggarisbawahi pentingnya strategi perusahaan yang didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap kondisi pasar, kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan bisnis. Selain itu, strategi perusahaan harus fleksibel agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Sayudin, 2023). Hal ini menjadi semakin penting mengingat semakin tingginya tingkat persaingan di pasar global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan dalam mempengaruhi keberhasilan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah literature review, yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan serta menganalisis berbagai hasil penelitian sebelumnya terkait topik ini (Aidhi et al., 2023). Pendekatan ini diharapkan dapat mengidentifikasi tren, kesenjangan dalam penelitian, serta praktik terbaik yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang berhasil. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih

mendalam mengenai peran inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan dalam mencapai keberhasilan bisnis.

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Hasil kajian ini juga diharapkan menjadi referensi yang berharga bagi praktisi bisnis, akademisi, serta pembuat kebijakan dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

LITERATURE REVIEW

Keberhasilan Bisnis

Keberhasilan dalam usaha menggambarkan kondisi di mana perusahaan berhasil mencapai peningkatan yang signifikan dibandingkan hasil sebelumnya. Keberhasilan ini menjadi tujuan utama perusahaan, dengan setiap aktivitas terarah pada pencapaian kesuksesan. Pencapaian individu yang unggul menjadi faktor penting dalam mempercepat tercapainya keberhasilan usaha tersebut (Milenia, 2019). Untuk mencapai kesuksesan bisnis, ada berbagai aspek yang perlu dipenuhi oleh pelaku usaha atau perusahaan. Keberhasilan bisnis biasanya diukur dari kinerja perusahaan, yang mencerminkan tingkat pencapaian atau prestasi dalam periode tertentu. Diperlukan keterampilan wirausaha yang mumpuni untuk meraih keberhasilan tersebut, yang meliputi kemampuan dan pengetahuan dalam mengembangkan serta mengelola bisnis secara kreatif dan efektif (Fajriyanti Intan Nur et al., 2022).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha, menurut (Nur Wahyuni et al., 2022), mencakup beberapa aspek penting, di antaranya: 1) Peluang bisnis yang ada, 2) Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, 3) Kondisi keuangan perusahaan, 4) Struktur dan fungsi organisasi, 5) Kualitas perencanaan yang matang, 6) Efektivitas dalam pengelolaan usaha, 7) Strategi pemasaran dan penjualan yang diterapkan, 8) Pengelolaan administrasi yang baik, serta 9) Pengaruh faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, kondisi politik, sosial, ekonomi, dan budaya setempat.

Inovasi Produk

Inovasi dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk melihat masalah dan peluang dari sudut pandang yang kreatif dan unik, atau yang dikenal dengan istilah *thinking out of the box* (Ephelia & Puspitowati, 2022). Selain menciptakan ide-ide baru, inovasi juga melibatkan penerapan konsep dan produk yang belum pernah ada sebelumnya (Arkana & Isa, 2024). Inovasi produk, khususnya, berfokus pada peningkatan aspek fungsional yang membuat produk lebih unggul dibandingkan dengan pesaing, sehingga memberikan produk tersebut keunggulan kompetitif di pasar (Harini et al., 2022).

Menurut (Nur Wahyuni et al., 2022), inovasi produk dapat dinilai melalui tiga indikator utama, yaitu perubahan desain yang memperbarui tampilan atau fungsi produk, inovasi teknis yang meningkatkan aspek teknologi, serta pengembangan produk yang mencakup perbaikan dan penciptaan produk baru. Dengan demikian, inovasi dapat disimpulkan sebagai kemampuan perusahaan untuk menerapkan kreativitas dalam menyelesaikan masalah dan memanfaatkan peluang guna meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan (Anderson & Hidayah, 2023).

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor yang menunjukkan bagaimana suatu produk dapat diproduksi dengan baik serta menambahkan nilai pada produk tersebut (Arkana & Isa, 2024). Menurut (Hendriyanto & Saputro, 2023) yang merujuk pada pendapat (Luthfia, 2012), kualitas suatu produk dapat diartikan sebagai kemampuannya dalam menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik. Hal ini mencakup aspek daya tahan, keandalan, inovasi, kekuatan, serta kemudahan dalam proses pengemasan dan perawatannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2009) dalam (Mariansyah & Syarif, 2020) kualitas produk didefinisikan sebagai karakteristik dari suatu produk atau layanan yang didasarkan pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun yang tersirat.

Menurut (Novita et al., 2024), kualitas produk dapat dinilai melalui empat indikator utama, yaitu tampilan produk yang mencakup aspek visual dan estetika, tingkat kesesuaian dengan spesifikasi atau standar yang telah ditetapkan, kehandalan yang mengukur konsistensi kinerja produk selama masa penggunaannya, serta daya tahan produk yang menunjukkan seberapa lama produk dapat bertahan sebelum memerlukan perbaikan atau penggantian. Sementara itu, Falah (2020) dalam (Novita et al., 2024) menambahkan beberapa indikator lain yang juga mempengaruhi kualitas produk, di antaranya ketepatan fungsi, kehandalan operasional, kemudahan dalam penggunaan, daya tahan yang panjang, serta kemudahan dalam perbaikan dan pemeliharaan. Berbagai indikator ini secara keseluruhan memberikan gambaran menyeluruh tentang kualitas produk, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan daya saing produk di pasar.

Strategi Perusahaan

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "Stratogos," yang berarti komandan perang pada masa itu. Saat ini, strategi diartikan sebagai rencana jangka panjang yang disertai dengan langkah-langkah spesifik untuk mencapai tujuan tertentu, yang biasanya berkaitan dengan keberhasilan (Julia & Jiddal Masyruoh, 2022). Sedangkan menurut KBBI edisi (1990) strategi dapat diartikan sebagai taktik atau pengetahuan terkait rencana dan taktik dalam pertempuran (Ahmadi, 2024). Strategi merupakan pendekatan menyeluruh yang melibatkan konsep, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Sebuah strategi yang efektif mengintegrasikan koordinasi tim, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung berdasarkan prinsip-prinsip pelaksanaan yang rasional, memastikan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, dan menerapkan taktik yang tepat untuk mencapai tujuan dengan efektif. Strategi memberikan panduan umum bagi organisasi mengenai arah yang harus ditempuh guna mencapai sasaran yang diinginkan (Afriani Manullang et al., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menggambarkan hasil temuan yang diperoleh dari analisis berbagai artikel jurnal. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kualitatif dengan desain deskripsi analisis dilakukan secara intensif, dengan analisis reflektif terhadap beragam dokumen yang ditemukan, serta diakhiri dengan laporan penelitian yang rinci. Studi literatur ini didasarkan pada kesadaran bahwa ilmu pengetahuan terus berkembang seiring dengan perubahan dan kemajuan zaman. Tujuan utama dari kajian ini adalah mendukung penelitian yang sedang dilakukan, memperluas pemahaman peneliti tentang topik yang dibahas, membantu merumuskan

masalah penelitian, dan memandu dalam memilih teori, metode, serta hasil penelitian yang tepat. Selain itu, metode studi literatur, atau *literature review*, merupakan teknik analisis yang bertujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai topik tertentu melalui pengkajian dan evaluasi literatur yang relevan, seperti jurnal, buku, dan laporan (Aidhi et al., 2023). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menyusun gambaran komprehensif berdasarkan informasi yang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berlandaskan pada konteks, tujuan, metodologi, dan temuan yang diambil dari berbagai artikel. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini mengkaji dan menganalisis berbagai informasi yang relevan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai topik yang dibahas, serta memanfaatkan metodologi yang sesuai untuk mencapai tujuan penelitian secara sistematis.

Tinjau Artikel yang Relevan

Melakukan kajian literatur bertujuan untuk memberikan landasan yang kuat bagi analisis temuan. Sebelum itu, saya mengidentifikasi dan menguraikan persamaan serta perbedaan antara strategi penelitian yang digunakan dengan penelitian-penelitian terdahulu, seperti yang disajikan pada tabel 1 di bawah ini.

Hasil Penelitian Relevan				
No	Author (Tahun)	Hasil Penelitian Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini
1.	(Danny & Utama, 2020)	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan kinerja perusahaan dalam lingkup industri kreatif.	Menekankan peran penting inovasi sebagai faktor kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis.	Penelitian terkait selain berfokus pada kemampuan inovasi, juga berfokus keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, dan kinerja perusahaan dalam industri kreatif.
2.	(Lai & Widjaja, 2023)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan mempengaruhi peluang kesuksesan para pelaku UMKM kedai kopi di Jakarta Barat.	Membandingkan cerita keberhasilan seseorang yang menjalankan bisnis dengan pendekatan inovatif.	Kedai kopi yang dikelola oleh UMKM di Jakarta Barat merupakan fokus utama dari tulisan ini.
3.	(Rizky et al., 2022)	Penelitian ini bertujuan untuk	Mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi	Penelitian ini tidak hanya menekankan pada kualitas

		mengevaluasi dampak pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, serta keterampilan wirausaha terhadap kesuksesan bisnis para pedagang cabai di PD Jaya Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur.	keberhasilan bisnis, khususnya dalam hal kualitas produk	produk, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan berwirausaha mempengaruhi kesuksesan para pedagang cabai di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur.
4.	(Tamba & Nurfadillah, 2023)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keberhasilan usaha di industri sepatu rumahan di Balaraja, Tangerang.	Menganalisis pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keberhasilan bisnis.	Penelitian mengenai industri sepatu rumahan di Balaraja, Tangerang, lebih terfokus pada konteks dan penerapan inovasi serta kualitas produk dalam sektor tersebut.
5.	(Millati & Sofwan, 2022)	Analisis kasus tertentu bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan bisnis di wilayah Jepara, serta mengeksplorasi peran informasi akuntansi, modal perusahaan, dan strategi pemasaran.	Mengenai strategi perusahaan dalam menghadapi kegagalan di dunia usaha.	Data penelitian ini berfokus pada aspek kuantitatif.
6.	(Purwati et al, 2021)	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran ketajaman bisnis, sumber daya keuangan, dan strategi promosi dalam keberhasilan perusahaan. Di Desa Kedewan, Kabupaten Bojonegoro, usaha mikro, kecil, dan menengah berhasil berkembang berkat berbagai bantuan.	Ajak semua pihak untuk mencapai kesamaan pemahaman mengenai rencana kesuksesan perusahaan.	Penelitian ini dilaksanakan dengan mengimplementasikan paradigma penelitian yang bersifat kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mencakup tinjauan literatur, analisis interaksi antara faktor-faktor yang ada, serta pengembangan kerangka teori sebagai komponen penting dari proyek penelitian ini.

Pengaruh Inovasi terhadap Kesuksesan Bisnis.

Seseorang yang memiliki ide dapat menciptakan inovasi, yang merupakan wujud dari aktivitas kreatif. Individu dengan semangat kewirausahaan, yang ditandai dengan sifat-sifat seperti kepercayaan diri, inisiatif, motivasi untuk sukses, keterampilan memimpin, serta keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan dengan matang, cenderung muncul sebagai pemenang dalam persaingan untuk menguasai kekuatan kreatif dan inovatif. Tentunya, kesuksesan operasional suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh keberhasilan inovasi produknya atau dengan cara menghadirkan ciri khas tertentu yang sebelumnya belum pernah diwujudkan. Mengingat bahwa kondisi perusahaan selalu berubah dan saling terkait, kemampuan pengusaha untuk terus mengembangkan orisinalitas dan mendorong inovasi sangatlah krusial bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan tersebut.

Tiga pilar yang menjadi dasar keberhasilan suatu perusahaan adalah inovasi, kreativitas, dan budaya organisasi. Pencapaian kesuksesan dalam bisnis melalui inovasi sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Bangun & Batubara, 2021) dan (Merline & Widjaja, 2022).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kesuksesan Bisnis.

Ketika melakukan pembelian, pelanggan biasanya mencari produk berkualitas. Harga yang tinggi tidak selalu menjamin mutu produk yang baik. Setelah mendapatkan produk dari suatu perusahaan, tingkat kebahagiaan dan kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas barang tersebut. Kualitas produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian; konsumen cenderung lebih tertarik pada barang yang menawarkan kualitas yang setara. Selain itu, pelanggan juga memiliki kesempatan untuk menikmati produk yang lebih terjangkau, di samping yang berkualitas tinggi.

Kualitas produk tidak hanya berpengaruh pada kepuasan pelanggan, tetapi juga memainkan peran signifikan dalam reputasi perusahaan. Kualitas yang baik membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing dan berkontribusi pada kesehatan serta stabilitas finansial secara keseluruhan. Untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, sangat penting bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam dan memperhatikan produk-produk berkualitas. Penelitian yang dilakukan oleh (Tamba & Nurfadillah, 2023) dan (Woen & Santoso, 2021) menunjukkan bahwa produk berkualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis.

Pengaruh Strategi Perusahaan Terhadap Kesuksesan Bisnis.

Untuk mencapai tujuan baik jangka pendek maupun jangka panjang, bisnis perlu menerapkan strategi yang mencakup serangkaian tindakan yang terencana. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempertimbangkan secara mendalam saat menyusun rencana bisnis. Pelaksanaan strategi dapat menentukan kesuksesan perusahaan di pasar. Rencana jangka panjang perusahaan harus mencerminkan dinamika pasar yang selalu berubah di mana perusahaan beroperasi. Misalnya, di pasar yang sangat kompetitif dan dinamis, metode yang efektif di pasar yang stabil mungkin tidak memberikan hasil yang

sama. Perusahaan perlu bersikap gesit dan responsif untuk memastikan strategi bisnis mereka tetap relevan dan menguntungkan dalam lingkungan yang terus berkembang.

Dalam analisis SWOT, aspek internal dan eksternal memegang peranan yang sangat penting. Elemen internal dan eksternal digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan organisasi secara menyeluruh. Faktor internal berfungsi untuk menggali peluang yang dapat dimanfaatkan, sementara faktor eksternal difokuskan pada identifikasi ancaman yang perlu diantisipasi (Fitri Anggreani, 2021). Pendekatan ini membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan mereka. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Elys Sastika Tambunan, 2020) serta (Mardhiyah & Safrin, 2021) mendukung gagasan bahwa penerapan strategi yang baik merupakan kunci penting dalam keberhasilan perusahaan. Strategi yang tepat tidak hanya membantu organisasi memanfaatkan peluang, tetapi juga memungkinkan mereka mengatasi tantangan yang muncul dari faktor eksternal, sehingga berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Berbagai faktor berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan, yaitu inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan. Selain ketiga elemen tersebut, terdapat beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi kesuksesan bisnis, antara lain:

1. Orientasi, yang dibahas oleh (Danny & Utama, 2020) dan (Merline & Widjaja, 2022)
2. Kreativitas, yang dikemukakan oleh (Nur Wahyuni et al., 2022) serta (Lai & Widjaja, 2023)
3. Lokasi, yang menjadi fokus penelitian oleh (Nur Wahyuni et al., 2022)
4. Motivasi yang dibahas oleh (Laily & Rachmawati, 2022)

SIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan memiliki peran krusial dalam mendukung keberhasilan bisnis. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, sementara kualitas produk yang unggul mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penerapan strategi yang tepat dan fleksibel membantu perusahaan memaksimalkan peluang pasar dan menghadapi tantangan eksternal yang muncul. Integrasi ketiga elemen ini, yaitu inovasi, kualitas produk, dan strategi yang efektif, merupakan kunci utama dalam mencapai kesuksesan jangka panjang.

Keunggulan dari penerapan strategi inovasi dan peningkatan kualitas produk mencakup peningkatan daya saing, kepuasan serta loyalitas konsumen, peningkatan profitabilitas, dan kemampuan adaptasi yang lebih cepat terhadap perubahan pasar. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti tingginya biaya yang diperlukan, risiko kegagalan inovasi, kebutuhan akan sumber daya yang besar, serta ancaman dari pesaing yang lebih inovatif. Oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan strategi ini dengan kapasitas internal mereka agar dapat mencapai hasil yang optimal. Temuan ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik manajemen bisnis, serta menjadi panduan bagi perusahaan dalam merancang strategi bisnis yang lebih efisien dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani Manullang, Dinda Cinta Nainggolan, Karin Aurani, Nichollin Stiffanny, Sherina Alim, & Hafiza Adlina. (2023). Strategi Ekspansi Global Pada Perusahaan Starbucks Dalam Bisnis Internasional. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 25–40. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.969>
- Ahmadi, M. A. (2024). *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank*. 15–25.
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Arkana, P. T., & Isa, M. (2024). Dampak Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsekuensinya Pada Pembelian Ulang (Analisis Kasus Pada Konsumen Sepatu Ventella Di Surakarta). *Innovative*, 4(1), 8202–8213.
- Bangun, M. R., & Batubara, D. I. (2021). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Rasa Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Pada Cv. Stella Catering Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 16–24. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4071>
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 690. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9581>
- Elys Sastika Tambunan. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Pasar Tiban Sunday Morning Ugm. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(3), 239–247.
- Ephelia, G. R., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 712–720. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19765>
- Fahmi, S. N., & Isyanto, P. (2024). Pengaruh Kinerja Karyawan dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Janji Jiwa Galuh Mas Terhadap Kepuasan Konsumen di Kalangan Mahasiswa Manajemen UBP Karawang. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2, 222–230. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Fajriyanti Intan Nur, Nurcholisah Kania, & Mardini Riyang. (2022). Dampak Pengetahuan Dasar Akuntansi Wirausahawan Millennial terhadap Keberhasilan Bisnis Fashion. *Jurnal Riset Akuntansi*, 137–142. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1494>
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Fitriyani, F. (2024). Pengaruh Inovasi , Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 36–44.

- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Hendriyanto, I. S., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Persepsi Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Teguh Jaya Motor Purwodadi. *Value*, 4(1), 148–166. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.738>
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i2.2156>
- Julia, M., & Jiddal Masyruroh, A. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.895>
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 576–584. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Laily, N., & Rachmawati, A. (2022). PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT, MOTIVASI DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PASCA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Wanita Pedagang di Dupak Grosir Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11).
- Lesnussa, R., Pramarta, V., Carlof, C., Putri, R. D., Desara, M. M., Sangga, U., & Ypkp, B. (2023). Strategi Pengembangan Kapabilitas Organisasional Dalam Era Digital Fokus Pada Adaptasi Dan Inovasi. *JMCBUS: Journal of Management and Creative Business*, 1(3), 101–114. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i3.1161>
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56–65.
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM: Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>
- Milenia, T. A. (2019). PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DENGAN KOMPETENSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo) Nur Laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Millati, H., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara). *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(1), 65–80. <https://doi.org/10.34001/jra.v6i1.191>

- Novita, A., Mukhsin, M., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop Di Kota Serang Banten. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(1), 56. <https://doi.org/10.35448/jte.v19i1.26424>
- Nur Wahyuni, N. W., Farah Diba, F. D., Anindhya Budiarti, A. B., & Farida, F. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 87–97. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2471>
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kualitas Produk, Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Cabai PD Jaya Pasar Induk Kramatjati Jakarta Timur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 182–190. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2350>
- Sayudin, S. (2023). Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1566–1572. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i7.315>
- Tamba, R. S., & Nurfadillah, S. (2023). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industri Sepatu Di Balaraja Tangerang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 119–128.
- Teddy Kurniawan, M., Wardani, Y., Putri Anggraeni, D., Rusdi Hidayat, I. N., Ikaningtyas, M., Raya Rungkut Madya, J., Anyar, G., & Timur, J. (2024). STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM NASI GORENG (NASGOR IN): MENUJU KESUKSESAN KESUKSESAN DALAM INDUSTRI KULINER Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jma*, 2(4), 3031–5220.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Wuysang, C. C., & Pusung, R. J. (2019). Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Ud. Jj Bakery. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3538–3557.