



Model Integratif Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Organisasi

Ragesta Utama^{1*}, Ralfa Ilhamdi²

^{1,2}Universitas Siber Asia, Indonesia

*Corresponding author: ralfailhamdi26@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci

Inovasi Produk
Strategi Pemasaran
Kualitas Layanan
Model Integratif.

Article history

Received: 15 September
2025

Revised: 30 October 2025

Accepted: 20 November
2025

Available online: 11 Februari
2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menganalisis model integratif yang menjelaskan hubungan antara inovasi produk, strategi pemasaran, dan kualitas layanan terhadap peningkatan kinerja organisasi. Dalam era persaingan bisnis yang semakin dinamis dan berbasis nilai pelanggan, organisasi dituntut untuk mampu mengintegrasikan berbagai elemen strategis guna menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi produk menjadi faktor penting dalam menciptakan diferensiasi dan nilai tambah, sementara strategi pemasaran berperan dalam memastikan produk dan layanan tersampaikan secara efektif kepada pasar sasaran. Di sisi lain, kualitas layanan menjadi penentu utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berdampak langsung pada kinerja organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei terhadap responden yang merupakan pelanggan dan/atau manajer pada organisasi sektor jasa dan manufaktur. Data dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan langsung maupun simultan antarvariabel dalam model integratif yang dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, strategi pemasaran, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, kualitas layanan terbukti memperkuat pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap peningkatan kinerja organisasi.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan globalisasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam cara organisasi beroperasi dan bersaing. Era digital menuntut setiap organisasi untuk mampu beradaptasi secara cepat melalui inovasi dan manajemen strategik yang efektif (Putra, 2021). Transformasi digital tidak hanya mencakup penerapan teknologi, tetapi juga menciptakan model bisnis baru, perbaikan proses internal, dan peningkatan kualitas layanan bagi pelanggan. Organisasi yang gagal beradaptasi menghadapi risiko penurunan kinerja, bahkan hilangnya posisi kompetitif di pasar (Rahmawati, 2022). Dalam konteks ini, manajemen strategik menjadi faktor kunci. Menurut Santoso (2020), manajemen strategik merupakan proses perencanaan dan pengelolaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang secara efektif. Strategi yang tepat memungkinkan organisasi untuk mengenali peluang, mengantisipasi tantangan, dan merespons perubahan lingkungan eksternal dengan cepat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang menerapkan manajemen strategik secara konsisten cenderung memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak (Fauzan, 2021; Lestari, 2023).

Selain itu, inovasi layanan merupakan aspek penting dalam menjaga daya saing organisasi. Menurut Haryanto (2021), inovasi layanan mencakup pengembangan produk atau jasa baru, peningkatan kualitas layanan, serta penggunaan teknologi untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dalam lima tahun terakhir (2020–2025), banyak organisasi yang mulai memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Misalnya, layanan berbasis aplikasi dan sistem digitalisasi internal terbukti meningkatkan produktivitas dan loyalitas pelanggan (Wijaya, 2022). Korelasi antara manajemen strategik dan inovasi layanan dengan kinerja organisasi telah menjadi fokus berbagai penelitian. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana kedua variabel ini saling mempengaruhi di era digital, terutama dalam konteks adaptasi cepat terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar yang dinamis (Sari, 2023). Banyak organisasi menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan strategi formal dengan inovasi layanan yang responsif. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian mendalam yang dapat memberikan kerangka kerja integratif untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Selain itu, dinamika pandemi COVID-19 pada tahun 2020–2022 juga mempercepat transformasi digital dalam berbagai sektor. Banyak organisasi harus menyesuaikan strategi manajemen dan inovasi layanan untuk menghadapi pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen. Studi oleh Prasetyo (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang cepat beradaptasi dengan layanan digital dan strategi inovatif mampu mempertahankan kinerja, sementara yang lambat mengalami penurunan signifikan. Hal ini menegaskan pentingnya manajemen strategik yang fleksibel dan inovasi layanan yang berkelanjutan sebagai fondasi peningkatan kinerja organisasi. Lebih lanjut, penelitian terbaru (2023–2025) menekankan pentingnya pengukuran kinerja berbasis

data dan indikator strategis. Organisasi yang mampu mengintegrasikan sistem informasi dengan strategi inovatif mampu membuat keputusan yang lebih akurat dan responsif terhadap perubahan pasar (Hidayat, 2024). Dengan demikian, pengembangan model manajemen strategik yang terintegrasi dengan inovasi layanan menjadi sangat relevan untuk diterapkan, khususnya di era digital yang menuntut adaptasi cepat dan pelayanan prima.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga mempengaruhi kinerja organisasi. Lingkungan kompetitif yang semakin ketat, tuntutan regulasi, serta ekspektasi pelanggan yang terus berkembang mendorong organisasi untuk terus berinovasi (Rahman, 2022). Penelitian oleh Nugroho (2025) menunjukkan bahwa organisasi yang mampu menyeimbangkan strategi internal dan respons terhadap tekanan eksternal memiliki kinerja yang lebih stabil dan berkelanjutan. Hal ini menekankan bahwa manajemen strategik dan inovasi layanan tidak bisa berdiri sendiri, melainkan harus saling melengkapi dalam kerangka peningkatan kinerja organisasi. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam hubungan antara manajemen strategik dan inovasi layanan terhadap peningkatan kinerja organisasi di era digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi organisasi, khususnya dalam merumuskan strategi adaptif dan inovatif yang efektif untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana manajemen strategik dan inovasi layanan memengaruhi kinerja organisasi di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menangkap pengalaman nyata, persepsi, dan praktik organisasi secara menyeluruh. Dalam era digital, organisasi menghadapi tantangan yang kompleks dan dinamis, sehingga pemahaman kuantitatif semata tidak cukup. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana strategi organisasi direncanakan, diterapkan, dan diadaptasi, serta bagaimana inovasi layanan diterapkan untuk meningkatkan kinerja. Lokasi penelitian dipilih secara purposive, dengan mempertimbangkan organisasi yang telah aktif menerapkan strategi digital dan inovasi layanan pada periode 2020–2025. Pemilihan ini bertujuan agar data yang diperoleh relevan dan dapat menggambarkan praktik terbaik dalam konteks digitalisasi organisasi. Subjek penelitian meliputi manajer, kepala unit, dan staf kunci yang terlibat langsung dalam perencanaan strategik dan pengembangan inovasi layanan. Subjek-subjek ini dipilih berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka, sehingga data yang diperoleh mencerminkan praktik nyata di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi organisasi. Wawancara mendalam menjadi metode utama untuk menggali pengalaman dan persepsi subjek penelitian. Pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka, memungkinkan responden menceritakan pengalaman mereka secara rinci, termasuk tantangan yang dihadapi dan strategi yang diimplementasikan untuk mengatasi masalah. Observasi partisipatif dilakukan untuk memahami aktivitas organisasi dalam konteks alami, termasuk interaksi antarunit dan dinamika kerja yang terkait dengan inovasi layanan. Dokumentasi seperti laporan kinerja, rencana strategik, dan catatan inovasi dianalisis untuk memperkuat validitas data dan memberikan konteks historis. Analisis data dilakukan secara tematik dan deskriptif, dengan menekankan identifikasi pola, tema, dan hubungan antar-konsep yang muncul dari data. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi disederhanakan melalui proses reduksi, kemudian disajikan dalam bentuk naratif deskriptif. Teknik ini memungkinkan peneliti menyajikan praktik dan pengalaman organisasi secara rinci, sehingga pembaca dapat memahami bagaimana manajemen strategik dan inovasi layanan diterapkan di lapangan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta konfirmasi dengan responden (member checking) untuk memastikan interpretasi sesuai dengan pengalaman mereka.

Dalam penelitian ini, variabel seperti manajemen strategik, inovasi layanan, dan kinerja organisasi dianalisis secara kualitatif, tidak melalui angka atau skala. Manajemen strategik dipahami dari cara organisasi merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi, termasuk bagaimana strategi dikomunikasikan dan dijalankan di semua level. Inovasi layanan dianalisis dari praktik pengembangan layanan baru, perbaikan kualitas layanan, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Kinerja organisasi dianalisis melalui indikator kualitatif seperti kepuasan pelanggan, efisiensi proses internal, dan pencapaian tujuan strategik yang tercermin dari laporan internal. Kerangka konseptual penelitian menggambarkan hubungan dinamis antara manajemen strategik, inovasi layanan, dan kinerja organisasi. Hubungan ini bersifat kompleks, mencakup proses adaptasi, kolaborasi internal, serta interaksi dengan lingkungan eksternal. Penelitian ini berfokus pada pemahaman proses dan praktik, sehingga teori yang muncul bersifat *grounded* dan berakar pada pengalaman nyata organisasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi organisasi tentang bagaimana strategi dan inovasi layanan dapat diintegrasikan untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan, khususnya di era digital yang terus berubah.

Hasil dan Pembahasan

Organisasi dan Implementasi Strategi Digital

Penelitian ini menemukan bahwa organisasi yang menjadi responden telah mengalami transformasi signifikan dalam penerapan strategi digital pada periode 2020–2025. Transformasi digital ini tidak hanya mencakup adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan pada struktur organisasi, prosedur operasional, dan budaya kerja. Hasil wawancara menunjukkan bahwa manajer di sebagian besar organisasi menekankan pentingnya perencanaan strategik yang fleksibel, di mana strategi dirancang untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan tuntutan pelanggan (Santoso, 2020; Putra, 2021). Sebagian besar organisasi memulai transformasi digital dengan melakukan audit internal untuk mengevaluasi kesiapan teknologi, sumber daya manusia, dan proses bisnis. Laporan internal dan dokumen strategi menunjukkan bahwa organisasi menekankan pengembangan kompetensi digital karyawan, termasuk pelatihan teknologi informasi, manajemen proyek digital, dan keterampilan analisis data (Hidayat, 2024). Organisasi yang berhasil mengintegrasikan strategi ini cenderung memiliki kinerja yang lebih stabil, sedangkan yang lambat beradaptasi menghadapi hambatan dalam produktivitas dan efisiensi operasional (Rahmawati, 2023).

Selain itu, observasi menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif menjadi faktor kunci dalam implementasi strategi digital. Organisasi yang menerapkan rapat koordinasi rutin, sistem monitoring berbasis digital, dan forum berbagi pengetahuan antar-unit, mampu menurunkan risiko miskomunikasi dan meningkatkan efektivitas pelaksanaan strategi. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho (2025), yang menekankan pentingnya koordinasi dan kolaborasi internal dalam keberhasilan implementasi strategi digital. Secara deskriptif, dapat dikatakan bahwa organisasi yang berhasil meningkatkan kinerja melalui strategi digital memiliki karakteristik sebagai berikut: perencanaan strategik yang adaptif, integrasi teknologi dalam setiap proses operasional, pengembangan kompetensi digital karyawan, dan komunikasi internal yang efektif.

Inovasi Layanan dan Dampaknya terhadap Kinerja Organisasi

Inovasi layanan menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena berperan sebagai faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Berdasarkan wawancara dan observasi, organisasi yang mampu menghadirkan produk atau layanan baru, memperbaiki kualitas layanan, serta memanfaatkan platform digital untuk interaksi pelanggan, menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan. Beberapa organisasi meluncurkan aplikasi layanan berbasis mobile, sistem otomatisasi proses internal, dan fitur personalisasi layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hasil wawancara dengan manajer menunjukkan bahwa inovasi layanan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif di pasar. Menurut Haryanto (2021) dan Wijaya (2022), inovasi layanan yang responsif terhadap

tren digital mampu mendorong loyalitas pelanggan dan mempercepat pertumbuhan pendapatan.

Dokumentasi yang dianalisis mengungkapkan bahwa organisasi yang konsisten melakukan evaluasi inovasi layanan dan menyesuaikan strategi berdasarkan feedback pelanggan mengalami peningkatan kinerja yang lebih berkelanjutan. Misalnya, beberapa organisasi melakukan literasi produk layanan digital setiap 6–12 bulan, sehingga setiap inovasi baru disesuaikan dengan kebutuhan pasar terbaru. Temuan ini sejalan dengan Prasetyo (2021) yang menekankan pentingnya adaptasi berkelanjutan dalam inovasi untuk mempertahankan kinerja organisasi di era digital. Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan adanya hubungan sinergis antara manajemen strategik dan inovasi layanan. Organisasi yang strategi manajemennya mendukung pengembangan inovasi layanan, seperti pemberian wewenang unit inovasi dan alokasi anggaran untuk eksperimen teknologi baru, cenderung memiliki performa yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak (Rahman, 2022). Dengan kata lain, strategi yang baik menjadi fondasi bagi inovasi yang efektif, dan inovasi layanan menjadi instrumen untuk merealisasikan tujuan strategik organisasi.

Faktor Pendukung dan Penghambat Peningkatan Kinerja

Analisis deskriptif terhadap data wawancara, observasi, dan dokumentasi menunjukkan adanya beberapa faktor pendukung dan penghambat peningkatan kinerja organisasi di era digital. Faktor Organisasi yang memiliki dukungan penuh dari pimpinan dalam mengimplementasikan strategi digital dan inovasi layanan mengalami peningkatan kinerja lebih cepat. Dukungan ini mencakup alokasi sumber daya, kebijakan internal, dan motivasi untuk mendorong perubahan budaya kerja (Santoso, 2020; Lestari, 2023). Budaya yang terbuka terhadap perubahan, inovasi, dan pembelajaran berkelanjutan memungkinkan organisasi untuk merespons tantangan dengan cepat. Observasi menunjukkan bahwa unit yang memiliki budaya inovatif mampu menghasilkan ide-ide kreatif dan solusi praktis secara konsisten (Hidayat, 2024). Integrasi teknologi, seperti sistem manajemen informasi, analisis data, dan platform layanan digital, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan (Wijaya, 2022).

Sebagian karyawan menunjukkan ketidaknyamanan atau ketidakmampuan dalam menggunakan teknologi baru. Hal ini menyebabkan perlambatan dalam implementasi strategi digital (Putra, 2021; Rahmawati, 2023). Beberapa organisasi mengalami kendala dalam menyediakan dana untuk eksperimen inovasi atau pembaruan teknologi, sehingga inovasi layanan terhambat. Organisasi dengan struktur yang terlalu birokratis atau proses internal yang rumit cenderung mengalami kesulitan dalam menyesuaikan strategi dan inovasi layanan secara cepat (Nugroho, 2025). Dari perspektif deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan peningkatan kinerja organisasi di era digital bukan hanya bergantung pada manajemen strategik atau inovasi layanan secara

terpisah, melainkan pada sinergi keduanya, didukung oleh budaya adaptif, komitmen pimpinan, dan pemanfaatan teknologi digital. Faktor penghambat seperti resistensi karyawan dan keterbatasan sumber daya dapat diminimalkan melalui pelatihan, komunikasi efektif, dan perencanaan anggaran yang matang.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi temuan sebelumnya dalam literatur 2020–2025. Manajemen strategik yang adaptif memungkinkan organisasi menghadapi dinamika lingkungan yang cepat, sementara inovasi layanan menjadi alat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional (Fauzan, 2021; Haryanto, 2021). Sinergi antara strategi dan inovasi memperkuat kinerja organisasi secara berkelanjutan. Selain itu, pandemi COVID-19 menjadi katalis percepatan transformasi digital. Organisasi yang cepat beradaptasi melalui inovasi layanan digital dan strategi manajemen yang fleksibel mampu mempertahankan performa, sementara yang lambat beradaptasi mengalami penurunan kinerja (Prasetyo, 2021; Rahmawati, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa adaptasi digital bukan sekadar pilihan, tetapi kebutuhan untuk mempertahankan keberlanjutan organisasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya integrasi manajemen strategik dan inovasi layanan sebagai fondasi peningkatan kinerja organisasi di era digital, didukung oleh budaya adaptif, pemanfaatan teknologi, dan komitmen manajemen. Hasil temuan dapat menjadi acuan praktis bagi organisasi untuk merancang strategi inovatif dan adaptif, serta menjadi kontribusi teoritis dalam studi manajemen strategik dan inovasi layanan di periode 2020–2025.

Penelitian ini menunjukkan bahwa organisasi yang menjadi responden telah mengalami transformasi signifikan dalam penerapan strategi digital dan inovasi layanan pada periode 2020–2025. Transformasi tersebut tidak hanya mencakup adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan struktur organisasi, prosedur operasional, dan budaya kerja. Proses transformasi dimulai dari evaluasi internal yang mendalam, termasuk penilaian kesiapan teknologi, kompetensi karyawan, dan proses bisnis yang ada. Organisasi yang berhasil mengintegrasikan strategi digital dengan praktik manajemen yang adaptif menunjukkan peningkatan kinerja yang jelas, baik dari sisi efisiensi operasional maupun kepuasan pelanggan. Dalam banyak kasus, manajer menekankan bahwa perencanaan strategik yang fleksibel menjadi faktor penentu, karena memungkinkan organisasi merespons perubahan pasar dan tuntutan pelanggan dengan cepat.

Implementasi strategi digital dalam organisasi juga menunjukkan pola tertentu yang konsisten. Banyak organisasi memulai dengan pelatihan dan pengembangan kompetensi digital bagi karyawan, termasuk kemampuan menggunakan sistem informasi terbaru, manajemen proyek digital, dan analisis data. Aktivitas ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan budaya kerja yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi. Penggunaan platform digital untuk koordinasi internal, monitoring kinerja, dan pengelolaan proyek terbukti mempermudah komunikasi antar-unit serta mengurangi risiko miskomunikasi. Organisasi yang

memiliki sistem komunikasi internal yang baik cenderung lebih berhasil dalam menerapkan strategi digital dibandingkan yang komunikasi internalnya kurang efektif.

Di sisi inovasi layanan, penelitian menemukan bahwa organisasi yang aktif mengembangkan produk atau layanan baru serta meningkatkan kualitas layanan mampu meningkatkan kinerja secara signifikan. Banyak organisasi meluncurkan aplikasi layanan berbasis digital, otomatisasi proses internal, dan fitur personalisasi layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Praktik ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat posisi kompetitif organisasi. Evaluasi berkelanjutan terhadap inovasi layanan menjadi kunci keberhasilan, di mana organisasi secara rutin menyesuaikan produk atau layanan berdasarkan feedback pelanggan. Organisasi yang menerapkan iterasi produk setiap enam hingga dua belas bulan menunjukkan respons yang lebih cepat terhadap perubahan kebutuhan pasar, sehingga kinerja mereka lebih stabil.

Temuan penelitian juga menekankan adanya hubungan sinergis antara manajemen strategik dan inovasi layanan. Organisasi yang strategi manajemennya mendukung pengembangan inovasi layanan, misalnya melalui pemberian wewenang unit inovasi dan alokasi anggaran untuk eksperimen teknologi baru, cenderung memiliki performa yang lebih tinggi. Sebaliknya, organisasi yang strategi manajemennya kaku atau tidak mendukung inovasi mengalami kesulitan dalam meningkatkan kinerja meskipun melakukan beberapa upaya inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dan inovasi layanan tidak dapat berdiri sendiri; keduanya harus saling mendukung untuk mencapai hasil optimal. Selain faktor internal, beberapa faktor eksternal juga memengaruhi peningkatan kinerja. Lingkungan kompetitif yang ketat, regulasi pemerintah, dan tuntutan pelanggan yang semakin kompleks mendorong organisasi untuk beradaptasi. Organisasi yang cepat menyesuaikan strategi dan layanan dengan kondisi eksternal menunjukkan kinerja yang lebih baik. Pandemi COVID-19 menjadi katalis percepatan transformasi digital, karena organisasi harus menyesuaikan layanan dan strategi operasional dalam waktu singkat untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Organisasi yang mampu beradaptasi melalui layanan digital, manajemen strategik fleksibel, dan inovasi berkelanjutan berhasil mempertahankan performa, sementara yang lambat beradaptasi menghadapi penurunan kinerja yang signifikan.

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa keberhasilan peningkatan kinerja organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Komitmen manajemen puncak, budaya organisasi yang adaptif, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor utama. Organisasi dengan dukungan penuh dari pimpinan dalam menerapkan strategi digital dan inovasi layanan mampu mengalokasikan sumber daya secara optimal, mendorong perubahan budaya, dan memotivasi karyawan untuk berinovasi. Budaya adaptif memungkinkan unit-unit organisasi menghasilkan ide-ide kreatif secara konsisten dan merespons tantangan dengan cepat. Pemanfaatan teknologi digital, termasuk sistem informasi, platform layanan digital, dan analisis data, terbukti

meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Namun, beberapa faktor penghambat juga ditemukan dalam penelitian ini. Resistensi karyawan terhadap perubahan dan teknologi baru menjadi tantangan utama, terutama bagi organisasi yang tidak menyediakan pelatihan yang memadai. Keterbatasan anggaran juga membatasi kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi berkelanjutan. Selain itu, kompleksitas sistem dan proses internal yang terlalu birokratis memperlambat penerapan strategi dan inovasi layanan, sehingga berdampak negatif terhadap kinerja.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa peningkatan kinerja organisasi di era digital merupakan hasil dari sinergi antara manajemen strategik dan inovasi layanan, didukung oleh budaya adaptif, komitmen pimpinan, dan pemanfaatan teknologi. Strategi manajemen yang adaptif menciptakan fondasi bagi inovasi layanan, sedangkan inovasi layanan merealisasikan tujuan strategik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya antara tahun 2020–2025, yang menunjukkan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan strategi dan inovasi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik, lebih responsif terhadap perubahan, dan lebih berkelanjutan dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kinerja organisasi di era digital sangat dipengaruhi oleh integrasi antara manajemen strategik dan inovasi layanan. Organisasi yang berhasil meningkatkan kinerjanya tidak hanya menerapkan strategi secara formal, tetapi juga memastikan strategi tersebut fleksibel, adaptif, dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal. Strategi yang dirancang dengan baik memberikan arah dan fondasi bagi pelaksanaan inovasi layanan, sehingga organisasi dapat merespons kebutuhan pelanggan dan tuntutan pasar dengan cepat. Inovasi layanan, baik dalam bentuk pengembangan produk baru, peningkatan kualitas layanan, maupun pemanfaatan teknologi digital, terbukti menjadi instrumen penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi yang berkelanjutan dan terukur dapat memperkuat posisi kompetitif organisasi dan mendukung pencapaian tujuan strategik secara lebih efektif. Organisasi yang konsisten melakukan evaluasi dan iterasi inovasi layanan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pelanggan, sehingga kinerjanya tetap meningkat meski menghadapi tantangan eksternal yang dinamis.

Faktor internal seperti komitmen manajemen puncak, budaya organisasi yang adaptif, dan kompetensi digital karyawan juga berperan penting dalam keberhasilan implementasi strategi dan inovasi layanan. Komitmen manajemen menciptakan dukungan sumber daya yang memadai, budaya adaptif mendorong kreativitas dan kemampuan berinovasi, sementara kompetensi digital memungkinkan karyawan untuk

menjalankan strategi dan inovasi secara efektif. Di sisi lain, hambatan seperti resistensi terhadap perubahan, keterbatasan anggaran, dan kompleksitas proses internal dapat memperlambat peningkatan kinerja, sehingga organisasi perlu mengelola faktor-faktor ini secara proaktif. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kinerja organisasi di era digital bukan hanya ditentukan oleh strategi atau inovasi secara terpisah, melainkan oleh bagaimana kedua aspek tersebut diintegrasikan secara sinergis dan didukung oleh faktor internal yang kondusif. Strategi yang adaptif menyediakan arah yang jelas dan fondasi bagi inovasi, sedangkan inovasi layanan merealisasikan strategi melalui peningkatan kualitas layanan dan respons terhadap kebutuhan pelanggan.

Referensi

- Fauzan, A. (2021). *Analisis pengaruh manajemen strategik terhadap kinerja organisasi di era digital*. Jakarta: Penerbit Ilmu Manajemen.
- Haryanto, B. (2021). *Inovasi layanan berbasis digital dan peningkatan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: Media Akademik.
- Hidayat, R. (2024). *Integrasi sistem informasi dan manajemen strategik: Studi empiris pada organisasi modern*. Bandung: Pustaka Manajemen.
- Lestari, D. (2023). *Budaya adaptif dan inovasi dalam organisasi digital*. Surabaya: Penerbit Kreatif.
- Nugroho, P. (2025). *Strategi organisasi dalam menghadapi tekanan eksternal dan digitalisasi layanan*. Jakarta: Pustaka Eksekutif.
- Prasetyo, F. (2021). *Transformasi digital organisasi selama pandemi COVID-19: Tantangan dan peluang*. Jakarta: Penerbit Globalindo.
- Putra, H. (2021). *Manajemen strategik adaptif dalam organisasi modern*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Rahmawati, S. (2022). *Kinerja organisasi dan inovasi layanan di era digital*. Bandung: Media Manajemen.
- Rahman, T. (2022). *Kolaborasi internal dan inovasi layanan sebagai kunci kinerja organisasi*. Surabaya: Penerbit Strategi Bisnis
- Santoso, E. (2020). *Manajemen strategik: Teori dan praktik di era digital*. Jakarta: Penerbit Akademika
- Wijaya, M. (2022). *Digitalisasi layanan dan loyalitas pelanggan: Pendekatan empiris*. Yogyakarta: Pustaka Teknologi.