
PERAN CORPORATE ENTREPRENEURSHIP DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN

Hari Nugroho Sujiono¹, Aurelia Widya Astuti²

Universitas Padjadjaran¹, Politeknik Siber Cerdika Internasional²

hari.n.sujiono@gmail.com¹, arlphlmn04@gmail.com²

Abstrak:

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi dan menciptakan produk atau layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Inovasi merupakan salah satu faktor kunci yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan, salah satu cara untuk menciptakan inovasi adalah melalui corporate entrepreneurship. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji peran corporate entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan mengeksplorasi jurnal, buku dan informasi lain yang relevan dengan penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate entrepreneurship memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Corporate entrepreneurship dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan cara menciptakan produk atau layanan baru yang inovatif, meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis dan membuka pasar baru.

Kata kunci: Corporate Entrepreneurship, Daya Saing, Perusahaan

Abstract:

In the increasingly competitive era of globalization, companies are required to always innovate and create new products or services that can meet customer needs. Innovation is one of the key factors that can improve the competitiveness of the company, one way to create innovation is through corporate entrepreneurship. The purpose of this study is to examine the role of corporate entrepreneurship in improving the competitiveness of the company. This research uses a literature study research method. The data collection technique in this research is to explore journals, books and other information relevant to the research. The data that has been collected is then analyzed in three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that corporate entrepreneurship has an important role in improving the competitiveness of the company. Corporate entrepreneurship can improve the competitiveness of the company by creating innovative new products or services, improving the efficiency and effectiveness of business processes and opening new markets.

Keywords: Corporate Entrepreneurship, Competitiveness, Company

Corresponding: Hari Nugroho Sujiono

E-mail: hari.n.sujiono@gmail.com



PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, perusahaan dihadapkan pada tekanan untuk terus berinovasi dan menghasilkan produk atau layanan baru yang dapat memenuhi tuntutan serta kebutuhan pelanggan (Lestari, 2019). Hal ini disebabkan oleh perubahan pesat dalam dinamika pasar global yang menuntut perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif. Kemajuan teknologi, perubahan tren konsumen, serta persaingan yang semakin ketat antarperusahaan mendorong perusahaan-perusahaan untuk berupaya menciptakan produk atau layanan yang unik, berkualitas, dan inovatif (Lestari, 2019). Berinovasi menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang terus berubah (Sayudin, 2023).

Inovasi merupakan proses penciptaan atau penerapan gagasan baru, metode, atau produk yang memberikan nilai tambah atau keuntungan baik dalam konteks bisnis, teknologi, maupun dalam kehidupan sehari-hari (Almah, 2013). Inovasi melibatkan pengembangan solusi kreatif yang memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan yang ada, seringkali menghasilkan perubahan yang positif dalam suatu bidang atau industri tertentu. Inovasi merupakan salah satu faktor kunci yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan, salah satu cara untuk menciptakan inovasi adalah melalui corporate entrepreneurship (Ambarwati et al., 2021).

Corporate Entrepreneurship adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang di dalam suatu organisasi untuk menerapkan kreativitas dan inovasi dalam menyelesaikan masalah serta menemukan peluang guna meningkatkan kinerja organisasi dan memperbaiki proses bisnis, hal ini melibatkan upaya dalam mengidentifikasi kesempatan, memecahkan masalah, dan menerapkan ide-ide baru yang kreatif untuk memperbaiki dan mengembangkan berbagai aspek dari organisasi tersebut (Tseng & Tseng, 2019).

Sharma dan Chrisman menyatakan bahwa corporate entrepreneurship dapat menghasilkan inovasi melalui pengembangan pasar baru, produk baru, atau keduanya (Akbar et al., 2022). Pembaruan strategis adalah upaya menerapkan semangat kewirausahaan di dalam perusahaan yang mengakibatkan perubahan yang substansial dalam bisnis, struktur organisasi, dan strategi perusahaan. Perubahan ini mampu mengubah dinamika hubungan yang telah terbentuk sebelumnya baik di dalam organisasi maupun dengan lingkungan eksternal perusahaan (Indriyani, 2014).

Penerapan corporate entrepreneurship diharapkan dapat mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang bisnis untuk menjaga kelangsungan, pertumbuhan, dan daya saing perusahaan di pasar. Dalam membangun semangat kewirausahaan di lingkungan perusahaan, peran kepemimpinan memegang peranan yang sangat penting. Dalam konteks ini, karyawan atau individu diharapkan mampu bertindak dengan ketrampilan dan karakteristik seorang entrepreneur yang sukses dan memiliki kepribadian yang kuat (Utomo, 2013).

Penelitian terdahulu oleh (Astrini et al., 2015) menunjukkan bahwa implementasi Corporate Governance dan rasio profitabilitas BUMN listed lebih baik daripada non listed. Hasil selanjutnya adalah terdapat pengaruh signifikan Corporate Governance terhadap nilai perusahaan. Variabel independen Corporate Governance yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, dan jumlah rapat Dewan Komisaris. Variabel kontrol ukuran perusahaan juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain oleh (Harianto, 2018) menunjukkan bahwa (1) project corporate entrepreneurship dapat diimplementasikan pada sembilan blok lean canvas dan dapat dengan mudah melihat konsep model optimasi dan keterkaitan antara sembilan blok dalam lean canvas; (2) kendala yang paling sulit dialami adalah ketika mengisi blok key metric dan unfair advantage dalam lean canvas; (3) peneliti dapat dengan mudah menganalisis project corporate entrepreneurship dalam menentukan strategi kedepannya agar dapat mengetahui project mana yang efektif atau tidak untuk dilanjutkan atau dikembangkan berdasarkan pencapaian yang diukur pada blok key metric pada salah satu blok lean canvas dan integrasi sembilan blok dalam lean canvas.

Kebaharuan penelitian ini adalah dari obyek penelitiannya yakni peran corporate entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang belum pernah diteliti

sebelumnya. Penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam manajemen dan kewirausahaan dengan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana corporate entrepreneurship berkontribusi dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji peran corporate entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran Corporate Entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing perusahaan dengan fokus pada identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menerapkan inisiatif kewirausahaan korporat, analisis dampaknya terhadap inovasi, evaluasi efektivitas strategi yang digunakan, serta bagaimana hal ini mempengaruhi keunggulan kompetitif. Selain itu, penelitian akan mendalami ke peran budaya organisasi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung corporate entrepreneurship, mengidentifikasi hambatan yang mungkin muncul, dan memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan peran kewirausahaan korporat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pemahaman dan pengembangan praktik manajemen strategis yang berorientasi pada kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur. Metode studi literatur merujuk pada serangkaian tindakan yang terkait dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis, meliputi membaca, mencatat, dan mengelola materi yang relevan untuk keperluan penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan mengeksplorasi jurnal, buku dan informasi lain yang relevan dengan penelitian. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Google Scholar dengan periode publikasi 2013-2023. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni tahap pertama adalah reduksi data, di mana data yang terkumpul disusun, dipersempit, dan disaring untuk menghasilkan fokus utama. Langkah ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan fokus pada elemen penting dari data yang relevan dengan penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana data yang telah direduksi disusun kembali dan diorganisir untuk mempermudah interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana analisis data mendalam dilakukan untuk memahami makna di balik temuan tersebut. Peneliti menginterpretasikan hasil analisis untuk menarik kesimpulan yang terkait dengan pertanyaan penelitian dan memberikan interpretasi yang masuk akal dan didukung oleh data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini perusahaan menghadapi ketidakpastian yang semakin tinggi dalam keputusan bisnis, mereka dihadapi dengan persaingan pasar global yang kompetitif. Di bawah kondisi lingkungan yang dinamis seperti itu, kegiatan pembaruan organisasi serta pembaharuan strategi yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, mengambil risiko, dan dapat bersaing secara efektif merupakan hal yang terpenting. Corporate entrepreneurship hadir sebagai sarana penting untuk mendorong inovasi, merevitalisasi organisasi, dan meningkatkan produktivitas. Ini juga merupakan sumber pengetahuan baru yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan kemampuan untuk memasuki pasar baru dan mencapai pertumbuhan (Zahra, 2015).

Menurut Kuratko 2001 dalam (Purbasari & Purnomo, 2023) corporate entrepreneurship didefinisikan sebagai sebuah kegiatan maupun proses yang dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok dalam suatu organisasi, dimana kegiatan tersebut menerapkan kreativitas dan inovasi di dalamnya guna memecahkan permasalahan dan menemukan peluang untuk memperbaiki keberlangsungan organisasi. Kreativitas dan inovasi merupakan dua hal yang saling berkaitan dan saling mendukung. Jika kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan ide-ide baru tersebut.

Kreativitas telah menjadi pendorong ekonomi negara ini sejak abad ke-19, fenomena ini telah memberikan paradigma baru di mana kreativitas, pengetahuan dan informasi diakui sebagai

kekuatan pendorong yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Industri kreatif dengan demikian muncul sebagai komponen penting dari pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja perdagangan dan inovasi di sebagian besar negara maju (Alexandri & Raharja, 2020). Kreativitas dapat menjadi pendorong dalam pengembangan konsep corporate entrepreneurship yang saat ini dibutuhkan perusahaan.

Corporate entrepreneurship merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari untuk kelangsungan hidup semua perusahaan termasuk perusahaan kecil, menengah dan perusahaan besar yang ingin terus berkembang. Perusahaan untuk dapat tumbuh dan bertahan hidup harus terus mengevaluasi kinerja mereka, meluncurkan bisnis baru dan memajukan proses inovasi (Parpanji, 2016). Dapat ditarik kesimpulan corporate entrepreneurship atau kewirausahaan korporasi adalah proses menciptakan nilai baru melalui inovasi dan kewirausahaan dalam lingkungan organisasi yang sudah ada. Hal ini dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan daya saing perusahaan dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya. Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki daya saing tinggi akan lebih mudah untuk bertahan dan berkembang di pasar, sedangkan perusahaan yang tidak mempunyai daya saing ditinggalkan oleh pasar, karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang (Jumady & Fajriah, 2020).

Business entrepreneur merupakan entrepreneur yang terjadi di dalam organisasi atau dalam perusahaan yang menghubungkan antara kesenjangan ilmu dengan keinginan pasar, melalui penciptaan produk baru ataupun inovasi (Astuti, 2019). Sehingga dapat dikatakan corporate entrepreneurship dapat menciptakan produk atau layanan baru yang inovatif melalui inovasi. menurut Everett (1983) dalam (Wijaya et al., 2019) inovasi dapat berarti segala hal baru dalam bentuk ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang secara sadar diterima untuk diadopsi oleh suatu instansi, kelompok, atau individu. Sumber lain mendefinisikan bahwa inovasi tidak memiliki batas pada sesuatu yang berwujud seperti benda akan tetapi juga mencakup tindakan atau gerakan menuju perubahan dalam tata kehidupan masyarakat. Dengan adanya inovasi membuat usaha bisnis memiliki keunggulan kompetitif diantara pesaingnya yang digunakan agar dapat memenangkan persaingan.

Menciptakan produk atau layanan baru yang inovatif dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan pangsa pasar karena dapat menarik pelanggan baru dan tentu saja meningkatkan pendapatan perusahaan dan meningkatkan keuntungan. Adanya inovasi membuat usaha bisnis memiliki keunggulan, menurut cooper dalam (Suhaeni, 2018) bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Sehingga dengan adanya inovasi membuat usaha bisnis memiliki keunggulan kompetitif diantara pesaingnya yang digunakan agar dapat memenangkan persaingan. Keunggulan ini, dapat di realisasikan dengan menciptakan produk yang unik dan berbeda dari pasaran.

Kewirausahaan perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk yang unik atau berbeda dengan pesaingnya. Kewirausahaan perusahaan yang tinggi juga meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk dengan biaya yang relatif murah (Hartini, 2013). Artinya corporate entrepreneurship juga terbukti memperkuat efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan proses bisnis, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas perusahaan secara keseluruhan.

Apabila efisiensi dan efektivitas sudah di dapat perusahaan maka akan berpengaruh terhadap hal berikut pertama biaya operasional misalnya perusahaan dapat mengurangi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, atau biaya overhead. Kedua perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya,

perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas produk atau layanannya. Misalnya, perusahaan dapat mengurangi kesalahan atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Terakhir dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas, perusahaan dapat meningkatkan produktivitasnya. Adanya peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam bisnis perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya, karena perusahaan dapat menurunkan harga produk atau layanannya atau meningkatkan layanan pelanggannya. Peningkatan efisiensi dan efektivitas juga di dukung oleh konsep yang dianut oleh corporate entrepreneurship.

Konsep kewirausahaan korporasi atau corporate entrepreneurship terdiri atas tiga dimensi, yaitu inovasi, proaktif dan berani menanggung resiko (Nathaniel, 2019), sejalan dengan penelitian oleh (Harbin & Riza, 2022) peningkatan dari sifat proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko akan mendorong bisnis untuk melakukan ekspansi dan tumbuh, artinya orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis. Mengadopsi prinsip-prinsip corporate entrepreneurship dapat membantu perusahaan untuk melihat peluang baru di pasar yang tidak dapat dilihat oleh perusahaan yang lebih tradisional, corporate entrepreneurship juga dapat membantu untuk memperluas pasarnya dengan memasuki pasar baru atau dengan menargetkan segmen pasar baru. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk atau layanan baru yang menarik bagi segmen pasar yang berbeda. Seperti yang dilakukan perusahaan Unilever, Unilever adalah perusahaan multinasional yang memproduksi berbagai produk konsumen, seperti makanan, minuman, dan perawatan pribadi. Perusahaan ini telah mengembangkan berbagai bisnis baru di berbagai pasar, seperti produk kesehatan dan kecantikan, produk makanan dan minuman organik, dan produk makanan dan minuman untuk pasar Asia.

Corporate entrepreneurship dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Namun, untuk dapat berhasil, corporate entrepreneurship harus didukung oleh komitmen dari manajemen puncak dan seluruh karyawan perusahaan. Berikut adalah beberapa kiat untuk menerapkan corporate entrepreneurship dalam perusahaan:

- 1) Kembangkan budaya kewirausahaan, budaya kewirausahaan adalah budaya yang mendukung kreativitas, pengambilan risiko, dan inovasi. Perusahaan harus membuat dengan jelas bahwa kreativitas dan inovasi sebagai nilai inti perusahaan, dapat juga menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa aman untuk mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru.
- 2) Sediakan sumber daya yang dibutuhkan, perusahaan harus menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan, seperti sumber daya keuangan, sumber daya manusia, dan sumber daya teknologi. Contoh spesifik dari tindakan yang dapat diambil perusahaan untuk menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk menciptakan corporate entrepreneurship yang baik meliputi pembuatan anggaran khusus untuk kegiatan kewirausahaan, memberikan pendanaan untuk penelitian dan pengembangan, memberikan pelatihan dan pengembangan profesional kepada karyawan, dan berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan teknologi.
- 3) Buatlah proses yang jelas, karena dengan proses yang jelas mengelola kegiatan kewirausahaan dapat meningkatkan keberhasilan corporate entrepreneurship. Perusahaan harus memiliki proses yang jelas untuk mengelola kegiatan kewirausahaan, seperti proses pengembangan ide, proses pengujian ide, dan proses komersialisasi ide.

Contoh peran corporate entrepreneurship dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang dilakukan oleh Net Visi Media dalam (Akbar et al., 2022). Net Visi Media, dalam upayanya untuk meningkatkan daya saing perusahaan, telah memainkan peran penting dalam memahami kebutuhan inovasi untuk mencapai stabilitas dan bersaing dengan konglomerasi media lainnya. Dengan tekad untuk mempercepat inovasi, Net Visi Media telah mengambil langkah-langkah yang cermat dan beragam. Bila diperhatikan kecepatan Net Visi Media dalam menghadirkan inovasi, sejak awal pendiriannya hingga saat ini, mencerminkan tingkat kecepatan yang luar biasa. Perusahaan ini tampaknya tidak gentar dihadapkan dengan berbagai ancaman dan tantangan di industri media. Net

Visi Media melalui anak perusahaannya, Net Mediatama Televisi (Net TV), berhasil menjalankan inovasi dengan menghasilkan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Transformasi digital telah memaksa perusahaan di berbagai sektor, termasuk sektor siaran televisi, untuk mengikuti laju inovasi yang diterapkan oleh perusahaan lain guna menghindari ketertinggalan. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mendorong transformasi digital untuk pertumbuhan bisnis melalui berbagai program (Kusumastuti et al., 2021). Transformasi digital dianggap sebagai masa depan ekonomi dan bisnis, membawa perubahan signifikan dalam cara beroperasi, berkomunikasi, dan bertransaksi di dunia bisnis (Zebua et al., 2023). Hal ini juga menuntut sumber daya manusia untuk berinovasi dan ikut andil dalam perkembangan, serta mempersiapkan SDM dalam menghadapi revolusi industri 4.0 (Azharuddin et al., 2020). Meskipun transformasi digital membawa banyak manfaat, juga terdapat tantangan seperti ketimpangan digital dan keamanan siber yang perlu diatasi.

Penerapan konsep ini membuka pintu bagi inovasi produk yang mendukung pertumbuhan dan relevansi perusahaan dalam pasar yang terus berubah. Corporate entrepreneurship tidak hanya memberikan perusahaan keunggulan dalam menciptakan ide-ide baru, tetapi juga secara efektif meningkatkan produktivitas melalui pendekatan yang proaktif terhadap perubahan dan peluang pasar. Selain itu, dengan menerapkan corporate entrepreneurship, perusahaan memiliki kemampuan untuk membuka pasar baru, memperluas cakupan bisnis, dan menciptakan diferensiasi kompetitif. Dengan demikian, corporate entrepreneurship bukan hanya strategi untuk menghadapi persaingan, tetapi juga suatu bentuk investasi jangka panjang dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan cara terus-menerus beradaptasi dan berinovasi.

KESIMPULAN

Corporate entrepreneurship terbukti berperan krusial dengan memberikan kontribusi dalam berbagai aspek yang mendukung peningkatan daya saing perusahaan. Salah satu kontribusi terbesar adalah melalui penciptaan produk atau layanan baru yang memiliki unsur inovasi yang tinggi. Selain itu, corporate entrepreneurship juga terbukti memperkuat efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan proses bisnis, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, dengan mengadopsi prinsip-prinsip corporate entrepreneurship, perusahaan mampu membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau, memperluas cakupan bisnis, serta meningkatkan penetrasi pasar, yang semuanya berdampak positif pada daya saing dan posisi pasar perusahaan di industri yang bersangkutan. Dengan demikian, corporate entrepreneurship terbukti sebagai faktor kunci yang memengaruhi daya saing perusahaan dengan cara menginspirasi inovasi, peningkatan proses bisnis, dan ekspansi ke pasar baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S., Purbasari, R., & Purnomo, M. (2022). Corporate Entrepreneurship: Inovasi Net Visi Media dalam Menghadapi Digitalisasi. *Jurnal Investasi*, 8(2), 19–31.
- Alexandri, M. B., & Raharja, S. J. (2020). Development strategy of Bandung creative city through the performance improvement of creative industries. *International Journal of Business and Globalisation*, 24(4), 560–568.
- Almah, H. (2013). Membangun inovasi di perpustakaan perguruan tinggi melalui konsep km (knowledge management). *Khazanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 1(2), 91–100.
- Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyadanti, H., & Susanti, S. (2021). Studi literatur: Peran

- inovasi pendidikan pada pembelajaran berbasis teknologi digital. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), 173–184.
- Astrini, S. F., Biekayanti, G., & Suhardjanto, D. (2015). Praktik corporate governance dan nilai perusahaan BUMN di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), 1–30.
- Astuti, E. D. (2019). Perencanaan Strategi Bisnis dengan Penerapan Corporate Entrepreneurship dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Studi Empiris Pada: UKM Industri Pakaian Jadi Kota Bekasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), 6–17.
- Azharuddin, A., Cornelia, W., Gunawan, H. B., & Hulu, I. R. (2020). Kesiapan Sumber Daya Manusia Dalam Bidang Hukum Terhadap Revolusi Industri 4.0. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 6(2).
- Harbin, F. J., & Riza, F. (2022). The Effect Of Entrepreneurial Orientation On Business Growth: The Mediating Role Of Business Performance. *Proceeding National Conference Business, Management, and Accounting (NCBMA)*, 5, 87–98.
- Harianto, E. (2018). *Implementasi lean canvas Pada project corporate entrepreneurship*.
- Hartini, S. (2013). Hubungan orientasi pasar, strategi bersaing, kewirausahaan korporasi dan kinerja perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 17(1), 39–53.
- Indriyani, R. (2014). Analisa Jalur Dalam Corporate Entrepreneurship Terhadap Organizational Citizenship Behaviour Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Keluarga Di Jawa Timur). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(2).
- Jumady, E., & Fajriah, Y. (2020). Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1).
- Kusumastuti, F., Astuti, S. I., Astuti, Y. D., Birowo, M. A., Hartanti, L. E. P., Amanda, N. M. R., & Kurnia, N. (2021). *Modul Etis bermedia digital*.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Nathaniel, R. (2019). Analisis Penerapan Kewirausahaan Korporasi Pada Ukm Di Kabupaten Tana Toraja. *Jemma (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 2(1), 36–48.
- Parpanji, M. (2016). Entrepreneurial Behavior and Corporate Entrepreneurship. *Research Journal of Management Reviews*, 2(6), 326–331.
- Purbasari, R., & Purnomo, M. (2023). Corporate Entrepreneurship In Digital Era Sebagai Pendorong Utama Inovasi Dan Pertumbuhan Dalam Mengembangkan Organisasi: Studi Kasus Di Go-Jek. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2),

153–164.

Sayudin, S. (2023). Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1566–1572.

Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57–74.

Tseng, C., & Tseng, C.-C. (2019). Corporate entrepreneurship as a strategic approach for internal innovation performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 108–120.

Utomo, A. A. (2013). Pengaruh Corporate Entrepreneurship Terhadap Komitmen Organisasi Pada Perusahaan Manufaktur Di Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1309–1320.

Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227.

Zahra, S. A. (2015). Corporate entrepreneurship as knowledge creation and conversion: The role of entrepreneurial hubs. *Small Business Economics*, 44, 727–735.

Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., Novel, N. J. A., Dewintari, P., Paramita, C. C. P., & Hierdawati, T. (2023). *BISNIS DIGITAL: Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.