
Peran Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Irene P E Mumu
Universitas Siber Asia

Korespondensi penulis: irenemumu500@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the comprehensive role of strategic management in improving the competitive advantage of Micro, Small, and Medium Enterprises. Specifically, this study evaluates the impact of strategy formulation, tactical implementation, and innovation capacity on the competitiveness of local businesses. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires from one hundred and fifty business actors operating in the culinary, fashion, and craft sectors. The sample was selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using statistical regression methods to empirically test the research hypotheses. The test results show that strategy formulation, strategy implementation, and innovation capacity simultaneously exert a positive and highly significant influence on improving business competitiveness. A key finding of this study confirms that tactical execution or implementation in the field is the most dominant factor in business success when compared to mere conceptual planning on paper. Furthermore, the ability to adapt through innovation is also proven to be a crucial catalyst for long term business sustainability. The conclusion of this research asserts that to win in a dynamic market competition, micro scale business actors cannot solely rely on having a good business plan, but must possess daily execution discipline and a strong commitment to consistently updating their service and product quality.*

Keywords: *Strategy Formulation, Strategy Implementation, Innovation*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen strategik secara komprehensif dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Studi ini secara spesifik mengevaluasi dampak dari perumusan strategi, implementasi taktis, serta kapasitas inovasi terhadap daya saing usaha lokal. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dari seratus lima puluh pelaku usaha yang beroperasi di sektor kuliner, fesyen, dan kriya. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi statistik untuk menguji hipotesis penelitian secara empiris. Hasil pengujian menunjukkan bahwa perumusan strategi, implementasi strategi, dan kapasitas inovasi secara serempak memberikan pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap peningkatan daya saing bisnis. Temuan penting dari studi ini mengonfirmasi bahwa eksekusi atau implementasi taktis di lapangan merupakan faktor yang paling mendominasi keberhasilan usaha apabila dibandingkan dengan sekadar perencanaan konseptual di atas kertas. Selain itu, kemampuan adaptasi melalui inovasi juga terbukti

menjadi katalisator penting bagi kelangsungan bisnis jangka panjang. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa untuk memenangkan persaingan pasar yang dinamis, pelaku usaha skala mikro tidak cukup hanya memiliki rencana bisnis yang baik, melainkan wajib memiliki kedisiplinan eksekusi harian dan komitmen kuat untuk terus memperbarui kualitas layanan maupun produk secara konsisten.

Kata kunci: Manajemen Strategik, Daya Saing UMKM, Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, Inovasi

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memegang peranan krusial dalam menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor ini tidak hanya menyerap jutaan tenaga kerja tetapi juga menjadi pilar ketahanan ekonomi saat menghadapi krisis. Meskipun memiliki kontribusi yang masif, pelaku usaha mikro sering kali dihadapkan pada berbagai kendala struktural yang menghambat mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Dewi, 2025). Menurut Sulistiyawan et al (2023), salah satu tantangan terbesar yang dihadapi sektor ini adalah keterbatasan sumber daya dan kurangnya kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang serba cepat. Kondisi ini menyebabkan banyak pelaku usaha kesulitan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat (Gombo, 2025).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, penerapan praktik manajemen strategik menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendesak. Manajemen strategik memungkinkan pelaku usaha untuk memetakan kekuatan serta kelemahan internal, sekaligus mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal secara sistematis (Sayyidinaa, 2024). Dengan perencanaan yang matang, pelaku usaha dapat merumuskan langkah taktis yang relevan dengan dinamika pasar (Ratry, 2025). Praktik manajemen strategis terbukti memiliki dampak positif terhadap kinerja organisasi dan kemampuan usaha lokal dalam meningkatkan daya saing mereka secara berkelanjutan (Iskandar et al., 2023). Oleh karena itu, kemampuan manajerial dalam mengeksekusi strategi yang tepat sangat menentukan keberlanjutan bisnis di era modern.

Walaupun pentingnya manajemen strategik telah banyak diakui, literatur yang ada masih menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi. Sebagian besar studi terdahulu cenderung memusatkan perhatian pada penerapan strategi di perusahaan berskala besar yang sudah memiliki struktur organisasi mapan (Syairozi, 2025).

Sebaliknya, kajian yang secara mendalam menganalisis bagaimana usaha skala mikro dan kecil menerapkan manajemen strategis di era digital masih sangat terbatas (Sari, 2024). Beberapa literatur memang membahas manajemen inovasi pada usaha kuliner lokal (Junaidi, 2025), namun belum banyak yang mengintegrasikannya ke dalam kerangka daya saing yang komprehensif secara empiris (Lasiyono et al., 2024). Kesenjangan riset inilah yang menjadi dasar pijakan bagi kajian ini untuk menggali lebih jauh realitas di lapangan.

Artikel ini memiliki arti penting karena berupaya memberikan panduan nyata bagi pelaku usaha mikro dalam merumuskan dan mengeksekusi strategi yang efektif. Perbedaan utama sekaligus orisinalitas penelitian ini dibandingkan dengan kajian sebelumnya terletak pada fokus spesifiknya yang mengkaji integrasi antara perumusan strategi, implementasi, dan kemampuan inovasi sebagai satu kesatuan utuh. Penelitian ini tidak hanya memotret fenomena di permukaan, tetapi juga menelusuri bagaimana setiap tahapan operasional saling berinteraksi dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing usaha di tingkat lokal (Batubara, 2025).

Berdasarkan latar belakang dan celah penelitian yang telah dipaparkan, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran manajemen strategik dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh perumusan strategi terhadap daya saing, menilai dampak implementasi taktik di lapangan, serta mengukur sejauh mana inovasi mampu memediasi hubungan antara praktik operasional dengan keunggulan kompetitif. Hasil dari penjabaran ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengayaan literatur akademis sekaligus menjadi referensi praktis bagi pemangku kepentingan terkait.

KAJIAN TEORITIS

Latar Belakang Teoritis

Manajemen strategik merupakan suatu proses berkesinambungan yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Menurut Sulistiyawan et al (2025), penerapan manajemen strategi yang efektif sangat vital bagi kelangsungan bisnis lokal, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis dan sulit diprediksi. Daya saing sendiri merujuk pada kemampuan suatu usaha untuk

mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar dan tingkat profitabilitasnya secara konsisten. Iskandar (2025) dalam kajiannya menegaskan bahwa pelaku usaha mikro yang mengadopsi praktik manajemen strategis cenderung memiliki kinerja operasional dan finansial yang jauh lebih unggul dibandingkan dengan mereka yang menjalankan usaha secara konvensional tanpa arah yang jelas. Oleh sebab itu, landasan utama dari daya saing yang kuat terletak pada seberapa baik strategi bisnis tersebut dirumuskan dan diimplementasikan oleh para pelaku usaha di lapangan.

Pengembangan Hipotesis

Perumusan strategi adalah tahap fundamental di mana visi dan misi usaha ditetapkan, yang diiringi dengan proses identifikasi peluang eksternal serta pemetaan kekuatan internal. Proses perencanaan yang matang akan memberikan pedoman arah yang sangat jelas bagi aktivitas operasional usaha sehari-hari. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lasiyono et al (2024) menemukan bukti empiris bahwa perencanaan strategis yang bersifat adaptif mampu secara signifikan meningkatkan kelincihan usaha dalam merespons fluktuasi permintaan pasar. Perumusan strategi yang komprehensif dan tepat sasaran akan meminimalkan risiko kegagalan bisnis serta meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya yang terbatas, sehingga pada akhirnya secara langsung memperkuat keunggulan kompetitif dari usaha tersebut.

H1: Perumusan strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Rencana bisnis sebaik apa pun tidak akan membuahkan hasil yang optimal tanpa adanya eksekusi yang tepat dan terukur di lapangan. Implementasi strategi melibatkan tahapan mobilisasi sumber daya manusia, pengalokasian dana, dan pemanfaatan aset fisik untuk menjalankan rencana taktis yang telah disusun sebelumnya. Menurut Iskandar (2025), hambatan terbesar bagi usaha skala kecil sering kali bukan pada perencanaannya, melainkan terletak pada ketidakmampuan manajemen untuk mengubah rencana tersebut menjadi tindakan operasional yang nyata. Praktik implementasi yang konsisten terbukti mampu meningkatkan efektivitas kinerja harian. Ketika sebuah strategi dieksekusi dengan kedisiplinan tinggi, usaha tersebut dapat merespons kebutuhan konsumen dengan lebih akurat dan pada gilirannya meningkatkan posisi tawar mereka di pasar persaingan.

H2: Implementasi strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Dalam ekosistem bisnis yang terus mengalami disrupsi, inovasi telah menjadi elemen pelengkap yang tidak terpisahkan dari praktik manajemen strategik modern. Inovasi dalam konteks usaha skala kecil tidak selalu harus berupa penciptaan teknologi baru, tetapi juga mencakup pembaruan proses kerja, peningkatan kualitas layanan, dan eksplorasi cara pemasaran yang lebih segar. Studi relevan yang dilakukan oleh Sulistiyawan et al (2025) menunjukkan bahwa strategi manajemen inovasi merupakan motor penggerak utama dalam mendongkrak daya saing, khususnya pada sektor usaha kuliner lokal. Pelaku usaha yang memiliki komitmen untuk terus berinovasi akan selalu berhasil menciptakan nilai tambah di mata konsumennya apabila dibandingkan dengan para kompetitor yang cenderung stagnan dan menolak perubahan.

H2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

METODE PENELITIAN

Peserta dan Prosedur

Target sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang aktif beroperasi. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan pendekatan nonprobabilitas dengan teknik purposive sampling. Kriteria utama partisipan adalah pemilik atau manajer pengelola usaha yang telah menjalankan bisnisnya minimal selama satu tahun penuh. Dari serangkaian proses penyebaran kuesioner, terkumpul data dari seratus lima puluh responden yang valid dan siap diolah. Berdasarkan karakteristik profil usaha, mayoritas partisipan bergerak di sektor kuliner dengan persentase empat puluh lima persen, disusul oleh sektor fesyen sebanyak tiga puluh lima persen, dan sektor kriya sebanyak dua puluh persen. Prosedur pengumpulan data dilakukan secara hibrida, yakni melalui tautan kuesioner daring serta kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk memastikan pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Ukuran

Skala yang digunakan dalam studi ini mengadaptasi instrumen dari berbagai literatur manajemen strategik dan kewirausahaan terdahulu yang relevan. Seluruh butir

pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima titik, yang bergerak dari angka satu untuk sangat tidak setuju hingga angka lima untuk sangat setuju. Variabel perumusan strategi dan implementasi strategi diukur melalui indikator yang dikembangkan dari kajian Iskandar (2025) yang mencakup kejelasan perencanaan, penetapan tujuan, serta disiplin eksekusi sumber daya. Untuk variabel inovasi, pengukurannya merujuk pada instrumen milik Sulistiyawan et al (2025) yang menitikberatkan pada pembaruan produk, adaptasi layanan, dan efisiensi proses kerja operasional. Variabel dependen yaitu daya saing dievaluasi secara mandiri berdasarkan indikator pertumbuhan omzet bulanan, kemampuan mempertahankan pelanggan, dan keunggulan posisi dibandingkan dengan kompetitor terdekat.

Prosedur Analisis Data

Langkah pertama dari studi ini adalah melakukan uji kualitas data melalui proses evaluasi validitas item dan reliabilitas konsistensi internal. Setelah seluruh instrumen dinyatakan memenuhi standar kelayakan akademis, tahap berikutnya melibatkan penerapan analisis statistik deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk memaparkan karakteristik demografis partisipan sekaligus melihat kecenderungan distribusi jawaban pada masing-masing variabel. Pada tahap puncak analisis, penelitian ini menggunakan metode regresi untuk menguji hipotesis yang telah dibangun pada bagian kerangka teoretis. Pengujian inferensial ini difokuskan untuk melihat arah dan besaran pengaruh dari perumusan strategi, implementasi strategi, serta kapasitas inovasi terhadap tingkat daya saing para pelaku usaha secara empiris. Seluruh proses pengolahan angka dibantu dengan perangkat lunak statistik terkomputerisasi untuk menjamin akurasi hasil pengujian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif yang disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh instrumen pengukuran memiliki kualitas yang sangat baik. Nilai muatan faktor atau item loading dari seluruh konstruk berada di atas ambang batas nol koma tujuh. Serupa dengan hal tersebut, nilai Cronbach Alpha untuk setiap variabel juga melebihi kriteria yang disyaratkan yaitu nol koma tujuh, yang mengindikasikan tingkat

reliabilitas dan konsistensi internal yang tinggi. Rata rata jawaban responden menunjukkan bahwa daya saing UMKM memiliki skor tertinggi, yang kemudian disusul oleh perumusan strategi, implementasi strategi, dan kapasitas inovasi. Matriks korelasi juga mengonfirmasi adanya hubungan awal yang positif dan sangat signifikan antar seluruh variabel yang diteliti.

Tabel 1. Evaluasi skala dan statistik deskriptif

No	Konstruk	Item Loading	Cronbach Alpha	Mean	SD	1	2	3	4
	Perumusan strategi	0.70 0.85	- 0.82	3.65	0.75	1			
	Implementasi strategi	0.72 0.88	- 0.85	3.50	0.80	0.312*	1		
	Inovasi	0.75 0.89	- 0.88	3.45	0.82	0.285*	0.345*		1
	Daya saing UMKM	0.78 0.90	- 0.89	3.70	0.78	0.415*	0.485*	0.320*	

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pengujian regresi yang telah dilakukan, data memberikan dukungan empiris yang kuat untuk ketiga hipotesis yang diajukan dalam studi ini. Pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa perumusan strategi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar nol koma tiga lima dan probabilitas di bawah nol koma nol lima. Hipotesis kedua juga diterima, di mana implementasi strategi menunjukkan dampak paling dominan terhadap peningkatan daya saing dengan koefisien sebesar nol koma empat dua dan nilai probabilitas di bawah nol koma nol satu. Selanjutnya, analisis untuk hipotesis ketiga mengonfirmasi bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif usaha lokal dengan koefisien nol koma dua delapan pada tingkat signifikansi yang memadai.

Pembahasan

Temuan dari pengujian hipotesis secara konsisten membuktikan bahwa perumusan strategi, implementasi strategi, dan kapasitas inovasi memiliki peran krusial dalam mendongkrak daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hasil ini secara langsung memperluas pandangan dari studi terdahulu yang dilakukan oleh Sulistiyawan et al (2025) dengan mengonfirmasi bahwa manajemen strategik bukanlah konsep yang eksklusif milik perusahaan berskala besar saja. Bagi peneliti di bidang manajemen

bisnis, temuan ini menyiratkan bahwa ekosistem strategi pada skala usaha mikro sangat bergantung pada kelincahan eksekusi di lapangan. Fakta bahwa implementasi strategi memberikan dampak paling dominan mengindikasikan bahwa masalah utama pelaku usaha lokal sering kali bukan pada ketiadaan ide bisnis yang brilian, melainkan pada kelemahan disiplin manajerial saat harus mewujudkan rencana konseptual tersebut menjadi tindakan operasional yang nyata setiap harinya. Bagi peneliti di disiplin ilmu lain seperti psikologi perilaku atau sosiologi ekonomi, hasil pengujian ini membuka peluang baru untuk mengkaji lebih jauh mengenai bagaimana karakteristik mental, kepemimpinan, dan kesiapan adaptasi para pelaku usaha memengaruhi keberhasilan eksekusi strategi di tengah tekanan pasar. Sementara itu, bagi masyarakat umum dan khususnya para pelaku usaha itu sendiri, hasil penelitian ini memberikan panduan manajerial yang sangat praktis dan mudah dicerna. Temuan ini dapat diaplikasikan secara langsung dengan cara mengubah kebiasaan lama, yakni bergeser dari sekadar menyusun target penjualan bulanan menjadi lebih fokus pada perincian langkah harian yang terukur dan disiplin eksekusi sumber daya. Kemampuan inovasi terbukti mampu bertindak sebagai katalisator pelengkap yang memperkuat posisi tawar usaha di mata konsumen. Penerapan inovasi di lapangan tidak harus selalu berupa penciptaan teknologi mutakhir yang membutuhkan biaya besar. Inovasi dapat diwujudkan melalui perbaikan cara komunikasi dengan pelanggan secara bertahap, penyegaran desain kemasan produk, atau peningkatan efisiensi rantai pasok bahan baku seperti yang pernah disoroti dalam literatur oleh Iskandar (2025). Pendekatan inovasi inkremental semacam ini jauh lebih realistis untuk diterapkan oleh usaha dengan keterbatasan modal.

Keterbatasan

Penelitian ini tidak luput dari beberapa keterbatasan yang perlu menjadi catatan bagi interpretasi hasil dan pengembangan studi di masa depan. Pengambilan sampel masih sangat didominasi oleh pelaku usaha yang beroperasi di sektor kuliner dan fesyen, sehingga generalisasi temuan ini pada sektor padat modal seperti manufaktur berat atau perusahaan rintisan teknologi harus dilakukan dengan sangat hati-hati. Selain itu, penggunaan metode potong lintang dalam studi ini membatasi kemampuan peneliti untuk mengamati dinamika perubahan praktik strategi operasional dan pertumbuhan daya saing secara mendalam seiring berjalannya waktu. Studi lanjutan amat disarankan

untuk menggunakan pendekatan longitudinal dan memperluas variasi spektrum industri agar dapat menangkap gambaran manajemen strategik yang jauh lebih komprehensif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengevaluasi peran manajemen strategik dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui penjabaran aspek perumusan strategi, implementasi operasional, serta kapasitas inovasi. Melalui serangkaian pengujian empiris, studi ini berhasil menjawab tujuan tersebut dengan mengonfirmasi bahwa seluruh tahapan strategis tersebut saling terikat utuh dan memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan keunggulan kompetitif usaha lokal. Perumusan taktik yang adaptif terbukti mampu memberikan pedoman arah yang presisi bagi efisiensi alokasi sumber daya. Lebih lanjut, eksekusi atau implementasi strategi memegang peranan paling esensial dalam memastikan segala rencana konseptual dapat diwujudkan menjadi tindakan nyata yang mendisiplinkan rutinitas operasional harian. Pada saat yang sama, komitmen pelaku usaha terhadap inovasi bertindak sebagai elemen vital yang senantiasa menjaga relevansi produk di tengah fluktuasi selera pasar. Pada akhirnya, sinergi yang harmonis antara perencanaan yang matang, ketegasan eksekusi di lapangan, dan pembaruan yang berkelanjutan merupakan pondasi absolut bagi entitas usaha skala mikro untuk mencapai dominasi pasar jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Batubara, S. (2025). Peran manajemen strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di era digital. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 1126–1133. <https://doi.org/10.63822/3txwhk33>
- Dewi, S., Melvina, Wati, E., & Yopie, S. (2025). Meningkatkan kinerja UKM melalui strategi bisnis dan manajemen risiko perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 17(2), 251–269.
- Gombo, M., Walela, A., & Vianney, L. S. (2025). Strategic management in enhancing the competitiveness of MSMEs in Jayawijaya Regency, Wamena. *Eduvest Journal of Universal Studies*, 5(9), 10693–10700.
- Iskandar, Y. (2025). Peran manajemen strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di era digital. *Ekopedia Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 10-25.

- Junaidi, & Sudarmiatin. (2025). Strategic planning and innovation as essential determinants of MSMEs' international performance: Evidence from emerging markets. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 51–61. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3448>.
- Lasiyono, U., Istikhoroh, S., & Sulistiyawan, E. (2024). Strategi manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(3), 100-115.
- Ratry, S. A., & Astuti, D. (2025). Penerapan manajemen strategi dalam peningkatan daya saing bisnis lokal. *MUSYTARI: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 17(1). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>.
- Sari, A. L. (2024). Strategic management practices and their impact on organizational performance: A study of SMEs in emerging markets. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 48–55.
- Sayyidinaa, S. H., Azzahra, Y., & Hamdani. (2024). Strategi pemasaran efektif untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis UMKM di era digital modern. *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*, 3(3), 105–111. <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i3.2932>.
- Sulistiyawan, E., Iskandar, Y., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo, A. (2024). Optimalisasi marketing strategik dalam meningkatkan keuntungan UMKM di Desa Gedangan Sidoarjo. *EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 73–80.
- Sulistiyawan, E., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo, A. (2024). Optimalisasi manajemen strategi untuk menjadikan UMKM yang unggul dalam persaingan bisnis. *EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 116–126.
- Syairozi, M. I., & Azizah, L. N. (2025). Enhancing SME competitiveness through the implementation of strategic management based on local business innovation. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(5), 3627–3638. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3781>.