

Peranan sistem pengendalian manajemen dalam mendukung dan menjaga inovasi produk: cerita sukses dan gagal inovasi produk global

Muhammad Ikbal^{1✉}, Finnah Fourqoniah², Lailatul Hijrah³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

^{2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Inovasi produk memainkan peran sentral dalam menjaga daya saing perusahaan di era globalisasi, namun banyak yang menghadapi tantangan dalam mengelola dan mempertahankan inovasi mereka. Artikel ini membahas peran Sistem Kontrol Manajemen (MCS) dalam mendukung dan menjaga inovasi produk dari risiko kegagalan. Latar belakang menggarisbawahi pentingnya inovasi produk dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh perusahaan. Metodologi ini menggunakan tinjauan literatur untuk mengevaluasi teori dan studi empiris yang terkait dengan MCS dan inovasi produk. Temuan tinjauan literatur mengungkapkan bahwa MCS berkontribusi positif untuk mengukur kinerja, mengelola risiko, dan memberikan umpan balik untuk mendukung inovasi produk, yang diilustrasikan oleh kasus-kasus sukses seperti Amazon dan Netflix. Kasus kegagalan seperti Samsung Galaxy Note 7, New Coke, dan Google Glass menawarkan perspektif tentang risiko yang dihadapi tanpa MCS yang efektif. Diskusi ini menyoroti keterbatasan penelitian dan menyarankan arah untuk studi masa depan. Kesimpulannya, MCS memainkan peran penting dalam mempertahankan inovasi produk, karena kontrol yang efektif, pengukuran kinerja, dan manajemen risiko sangat penting untuk mendukung perusahaan dalam menavigasi kompleksitas pasar yang dinamis. Implikasinya, manajer perusahaan perlu memperkuat MCS mereka untuk memitigasi risiko dan memaksimalkan potensi inovasi produk.

Kata kunci: Inovasi produk; sistem pengendalian manajemen; kegagalan inovasi; risiko kegagalan

The role of management control systems in supporting and maintaining product innovation: success and failure stories of global product innovation

Abstract

Product innovation plays a central role in maintaining the competitiveness of companies in the era of globalization, yet many face challenges in managing and sustaining their innovations. This article explores the role of Management Control Systems (MCS) in supporting and safeguarding product innovations from the risk of failure. The background underscores the significance of product innovation and the specific challenges confronted by companies. The methodology employs a literature review to evaluate theories and empirical studies related to MCS and product innovation. Literature review findings reveal that MCS positively contributes to measuring performance, managing risks, and providing feedback to support product innovation, illustrated by successful cases such as Amazon and Netflix. Cases of failures like Samsung Galaxy Note 7, New Coke, and Google Glass offer perspectives on the risks faced without effective MCS. The discussion highlights research limitations and suggests directions for future studies. In conclusion, MCS plays a crucial role in sustaining product innovation, as effective control, performance measurement, and risk management are essential for supporting companies in navigating the complexities of the dynamic market. The implication is that company managers need to strengthen their MCS to mitigate risks and maximize the potential of product innovation.

Key words: Product innovation; management control systems; innovation failure; failure risk

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, inovasi produk menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk mempertahankan daya saingnya (Sukumar, et al., 2020; Arsawan, et al., 2020). Inovasi tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berubah, tetapi juga merupakan fondasi bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan (Mohamad & Mat Zin, 2019). Meskipun inovasi dianggap krusial, banyak perusahaan menghadapi tantangan serius dalam mengelola dan menjaga inovasi produk mereka sepanjang siklus hidupnya. Tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan melibatkan kompleksitas pasar, tekanan persaingan, dan cepatnya perubahan teknologi. Dalam menghadapi dinamika ini, risiko kegagalan inovasi produk menjadi ancaman yang tak terelakkan. Proses inovasi yang tidak terkontrol dapat mengakibatkan alokasi sumber daya yang tidak efisien, peningkatan biaya, dan akhirnya, kegagalan produk di pasaran (Al-Khatib & Al-ghanem, 2022).

Sistem Pengendalian Manajemen muncul sebagai solusi vital dalam menghadapi tantangan inovasi produk (Barros & Ferreira, 2019; Lill, et al., 2021). Lebih dari sekadar alat pengukuran kinerja perusahaan, sistem ini menjadi elemen kritis untuk mendukung dan menjaga inovasi. Dengan pendekatan terstruktur dan proaktif, Sistem Pengendalian Manajemen memainkan peran utama dalam mengidentifikasi peluang inovasi (Kherrazi, 2021). Melalui manajemen yang efisien terhadap sumber daya, sistem ini membantu perusahaan menjaga fokus pada pengembangan produk yang relevan dengan pasar. Seiring itu, Sistem Pengendalian Manajemen berperan signifikan dalam meminimalkan risiko kegagalan, memberikan kerangka kerja yang kokoh untuk memastikan inovasi produk tetap terkendali dan berhasil (Frare, et al., 2022).

Inovasi produk bukan sekadar suatu keharusan, tetapi landasan strategis bagi perusahaan yang ingin tetap relevan di pasar global yang dinamis. Perubahan cepat dalam teknologi dan persaingan yang ketat membuat perusahaan menghadapi tantangan konkret dalam mengelola inovasi produk, termasuk alokasi sumber daya yang tepat dan adaptasi terhadap tren pasar (Tavassoli, 2018; Miranda Silva, et al., 2014). Dalam konteks ini, Sistem Pengendalian Manajemen muncul sebagai solusi potensial untuk mengatasi risiko kegagalan inovasi. Dengan memahami konsep dan tujuannya, perusahaan dapat menggunakan Sistem Pengendalian Manajemen sebagai alat yang terstruktur untuk meminimalkan risiko, mengoptimalkan sumber daya, dan mengelola inovasi produk secara efektif (Laguir, et al., 2019; Dimes & de Villiers, 2021).

Salah satu contoh kasus inovasi produk yang mencerminkan tantangan dan solusi pengendalian manajemen adalah perusahaan teknologi Apple dengan produknya, iPhone. Ketika pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007, iPhone menghadirkan inovasi signifikan dalam industri ponsel dengan menggabungkan telepon, pemutar musik, dan perangkat komunikasi dalam satu perangkat yang elegan. Tantangan yang dihadapi Apple adalah mengelola kompleksitas inovasi produk ini, termasuk koordinasi antara berbagai departemen, alokasi sumber daya, dan pemahaman terhadap keinginan pasar yang terus berubah. Apple berhasil mengatasi tantangan ini dengan memanfaatkan Sistem Pengendalian Manajemen yang terstruktur untuk memonitor dan mengarahkan seluruh proses inovasi. Penggunaan Sistem Pengendalian Manajemen memungkinkan Apple untuk mengidentifikasi peluang inovasi, mengelola sumber daya secara efisien, dan mengontrol risiko kegagalan. Dengan pendekatan proaktif ini, iPhone tidak hanya menjadi sukses secara komersial tetapi juga mencerminkan bagaimana penerapan Sistem Pengendalian Manajemen dapat menjadi kunci sukses dalam mendukung inovasi produk yang kompleks.

Salah satu contoh nyata kegagalan produk karena kurangnya pengendalian adalah kasus "Samsung Galaxy Note 7" pada tahun 2016. Samsung merilis Galaxy Note 7 sebagai smartphone unggulan dengan inovasi utama berupa baterai yang lebih besar. Namun, serangkaian kejadian ledakan baterai terjadi, menyebabkan risiko kebakaran dan melibatkan puluhan kasus di seluruh dunia. Kegagalan ini dapat disebabkan oleh kurangnya pengendalian yang efektif dalam proses pengembangan produk, termasuk uji keamanan yang tidak memadai. Kurangnya pemantauan dan respons yang cepat terhadap masalah teknis membawa dampak serius terhadap citra merek Samsung dan mengakibatkan penarikan produk yang masif. Dalam konteks ini, Sistem Pengendalian Manajemen yang lebih efektif dalam memantau kualitas produk dan merespon perubahan pasar dapat membantu mencegah atau meminimalkan dampak dari kegagalan tersebut. Contoh ini menyoroti

pentingnya pengendalian yang baik dalam mendukung inovasi produk dan mencegah risiko kegagalan yang merugikan (Travaill  & Naro, 2017; Dimes & de Villiers, 2021).

Dengan merenungi latar belakang ini, artikel ini bertujuan mengeksplorasi peran sentral Sistem Pengendalian Manajemen dalam mendukung dan menjaga inovasi produk. Fokusnya adalah mengungkapkan bagaimana sistem ini bukan hanya sekadar pendukung, melainkan pendorong utama untuk keberhasilan inovasi produk. Melalui pendekatan praktis, artikel ini akan membahas cara Sistem Pengendalian Manajemen dapat memberikan solusi konkrit bagi perusahaan yang tengah berjuang mempertahankan daya saingnya di pasar global yang penuh ketidakpastian. Dengan memberikan wawasan mendalam, artikel ini bertujuan memberikan panduan yang bermanfaat bagi para pemimpin perusahaan yang berupaya merancang strategi inovasi yang berkelanjutan dan adaptif.

Inovasi Produk: Mengurai Konsep dan Elemen-elemen Kunci

Inovasi produk mencakup perubahan atau pengenalan sesuatu yang baru dalam produk yang ada atau pengembangan produk sepenuhnya baru (Aydin, 2021; Anning-Dorson, 2017). Konsep ini tidak hanya terbatas pada perubahan fisik atau fitur produk, tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti desain, proses produksi, dan model bisnis yang mendukung produk tersebut. Keberhasilan inovasi produk ditentukan oleh sejumlah elemen kunci yang harus diperhatikan. Pertama-tama, elemen utama dari inovasi produk adalah kebutuhan pasar yang teridentifikasi dengan jelas. Inovasi yang sukses muncul ketika produk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan dengan cara yang lebih baik atau berbeda dari yang sudah ada. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap pasar, tren konsumen, dan persepsi nilai produk adalah faktor penting dalam menguraikan inovasi produk (Medrano, et al., 2020).

Kemudian, aspek teknologi dan penelitian menjadi elemen kunci dalam mendefinisikan inovasi produk. Penggunaan teknologi terkini dan penelitian yang kuat memungkinkan pengembangan produk yang lebih canggih dan efisien. Inovasi teknologi dapat mencakup penggunaan material baru, integrasi kecerdasan buatan, atau pengembangan solusi yang lebih ramah lingkungan. Selanjutnya, desain produk menjadi faktor penentu. Inovasi tidak hanya terkait dengan kinerja atau fungsi, tetapi juga dengan estetika dan pengalaman pengguna. Desain yang menarik dan fungsional dapat membuat produk lebih menonjol di pasaran dan meningkatkan daya tarik konsumen (Jajja, et al., 2017).

Terakhir, manajemen proyek dan strategi peluncuran produk berperan besar dalam keberhasilan inovasi. Rencana peluncuran yang baik, termasuk pemasaran yang efektif dan strategi distribusi yang sesuai, dapat memastikan bahwa inovasi produk mencapai pasar dengan dampak maksimal. Dengan menguraikan konsep inovasi produk dan mengidentifikasi elemen-elemen kunci ini, perusahaan dapat memahami bahwa inovasi bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga tentang memahami pasar, teknologi, desain, dan strategi peluncuran secara holistik. Keseluruhan pendekatan ini akan membantu mengarahkan inovasi produk menuju keberhasilan dan daya saing yang berkelanjutan (Tavassoli, 2018).

Sistem Pengendalian Manajemen: Alat Kritis dalam Mengukur dan Mengelola Inovasi Produk

Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) adalah suatu pendekatan integral dalam manajemen yang melibatkan perencanaan, pengawasan, dan evaluasi kinerja organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Konsep dasar SPM melibatkan serangkaian proses, metode, dan alat yang dirancang untuk memastikan bahwa aktivitas organisasi bergerak sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pertama-tama, SPM memiliki pengertian sebagai suatu kerangka kerja yang mengintegrasikan elemen-elemen manajemen untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Ini mencakup pengidentifikasian tujuan, perumusan rencana, pengorganisasian sumber daya, pengarahan pelaksanaan, dan pengendalian hasil (Gurd & Helliar, 2017).

Tujuan dari SPM sangat beragam, tetapi intinya adalah memberikan kontrol yang efisien terhadap seluruh aktivitas organisasi. Ini mencakup pengukuran kinerja, pengelolaan sumber daya, dan peningkatan efektivitas operasional. Dalam konteks inovasi produk, tujuan SPM berkaitan dengan memastikan bahwa aktivitas inovasi sesuai dengan strategi perusahaan dan memberikan hasil yang diinginkan. Komponen utama SPM melibatkan proses perencanaan, pengukuran, evaluasi, dan umpan balik. Perencanaan melibatkan penetapan tujuan, pengembangan rencana, dan alokasi sumber daya. Pengukuran kinerja mencakup pengumpulan data terkait inovasi produk, termasuk analisis tren pasar, umpan balik pelanggan, dan indikator kinerja kreatifitas tim pengembangan produk (Su, Baird, & Schoch, 2017).

Dalam konteks inovasi produk, SPM berfungsi sebagai alat untuk mengukur keberhasilan inovasi, mengidentifikasi potensi risiko, dan memastikan bahwa inovasi berkontribusi positif terhadap tujuan organisasi. Misalnya, SPM dapat membantu memantau anggaran dan alokasi sumber daya untuk proyek inovasi, serta mengukur sejauh mana inovasi tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan menggunakan SPM sebagai alat pengukuran dan pengelolaan, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mengelola inovasi produk. SPM menciptakan kerangka kerja yang terstruktur, memastikan bahwa perusahaan tetap fokus pada tujuan strategisnya sambil tetap adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Dengan demikian, SPM bukan hanya suatu sistem kontrol, tetapi juga merupakan elemen penting dalam mendukung inovasi produk yang berhasil (Bollinger, 2020).

Hubungan Antara Inovasi Produk dan Sistem Pengendalian Manajemen

Hubungan antara inovasi produk dan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) adalah esensial dalam memahami bagaimana suatu perusahaan dapat mengelola dan mendukung inovasi produknya secara efektif. SPM, sebagai kerangka kerja manajemen, bukan hanya memberikan kontrol atas operasional organisasi, tetapi juga menjadi katalisator penting dalam mencapai tujuan inovasi produk. Pertama-tama, SPM membantu dalam merinci dan mengidentifikasi tujuan inovasi produk yang sesuai dengan strategi perusahaan. Dengan merinci tujuan ini secara jelas, perusahaan dapat memastikan bahwa inovasi yang dikejar memiliki relevansi dengan visi dan misi organisasi. SPM, melalui proses perencanaan dan pengukuran kinerja, memberikan kerangka kerja untuk menilai sejauh mana inovasi produk tersebut mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Taylor, et al., 2019).

Selanjutnya, SPM berperan dalam alokasi sumber daya yang efisien untuk mendukung inovasi produk. Proses perencanaan dan pengorganisasian SPM membantu perusahaan menentukan anggaran, tenaga kerja, dan sumber daya lainnya yang diperlukan untuk mendukung pengembangan produk yang inovatif. Ini memastikan bahwa inovasi mendapatkan dukungan yang cukup tanpa menyimpang dari batasan-batasan anggaran yang telah ditetapkan. Dalam konteks pengukuran kinerja, SPM membantu dalam mengidentifikasi indikator keberhasilan inovasi produk. Ini melibatkan pengukuran metrik kreativitas, waktu pengembangan produk, kepuasan pelanggan, dan aspek-aspek lain yang relevan. SPM membantu perusahaan memantau progress inovasi, memungkinkan tim manajemen untuk mengambil tindakan korektif atau penyesuaian strategi jika diperlukan (Hosoda, 2018).

Pentingnya umpan balik dalam SPM juga terbukti dalam mendukung inovasi produk. Tim manajemen dapat menggunakan umpan balik dari pasar, pelanggan, atau tim internal untuk terus meningkatkan dan mengoptimalkan inovasi produk mereka. SPM membantu dalam menyediakan mekanisme umpan balik yang terstruktur dan dapat diandalkan. Secara keseluruhan, hubungan antara inovasi produk dan SPM adalah saling memperkuat. SPM tidak hanya memberikan kontrol dan arahan, tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong kreativitas dan inovasi. Dengan menggunakan SPM secara efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan proses inovasi produk mereka, mencapai tujuan strategis, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang terus berubah (Gomez-Conde, et al., 2019).

METODE

Evaluasi Melalui Tinjauan Literatur

Metode penelitian yang diterapkan dalam artikel ini adalah tinjauan literatur (merujuk pada: Snyder, 2019; Bramer, et al., 2018), yang bertujuan untuk mengevaluasi teori dan studi empiris yang relevan dengan peran Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dalam inovasi produk. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan hubungan antara SPM dan inovasi produk. Pertama-tama, penelitian akan mencari literatur yang mencakup teori-teori dasar mengenai inovasi produk dan konsep-konsep terkait SPM. Melalui kajian literatur ini, penelitian akan mengeksplorasi definisi inovasi produk, faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya, serta konsep dasar SPM, termasuk tujuan dan komponen-komponennya. Sumber data utama dalam penelitian ini akan melibatkan literatur ilmiah, artikel penelitian empiris, dan artikel media massa terkait kasus inovasi produk. Literatur ilmiah dan artikel penelitian empiris akan memberikan dasar teoritis dan dukungan empiris terkait peran SPM dalam mengelola inovasi produk. Sementara itu, artikel media massa terkait kasus inovasi produk akan memberikan studi kasus konkret untuk mengilustrasikan penerapan konsep-konsep tersebut dalam konteks dunia nyata.

Analisis data akan dilakukan dengan merinci temuan-temuan kunci dari literatur yang telah diulas (Bramer, et al., 2018; Rolia & Sutjningsih, 2018). Perbandingan antara teori-teori yang ada dan studi empiris yang relevan akan membentuk dasar untuk menyusun kerangka konseptual yang kuat. Kesimpulan yang diambil dari literatur review akan membantu mengidentifikasi implikasi praktis dan arah untuk penelitian lebih lanjut. Melalui metode literatur review, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi kepada pemahaman akademis dan praktis tentang peran SPM dalam mendukung inovasi produk. Dengan merangkum temuan dari berbagai sumber, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang pentingnya pengendalian manajemen dalam konteks inovasi produk.

Studi Kasus Inovasi

Studi ini merinci berbagai kasus keberhasilan dan kegagalan inovasi produk terkenal di seluruh dunia, menyajikan bahan diskusi yang menggambarkan keterkaitan antara Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dan inovasi produk. Dengan menguraikan kasus-kasus ini, penelitian bertujuan untuk mengilustrasikan peran krusial SPM dalam membentuk hasil inovasi produk, memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pengendalian manajemen dapat menjadi faktor penentu dalam kesuksesan atau kegagalan inovasi produk.

Keberhasilan Inovasi Amazon

Keberhasilan inovasi Amazon, dari awalnya sebagai toko buku online hingga transformasi menjadi marketplace global dengan aset besar, dapat dikaitkan erat dengan penerapan Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) yang efektif. Dalam perjalanan evolusinya, Amazon berhasil mengidentifikasi peluang pasar, mengelola sumber daya secara efisien (Rossman & Euchner, 2018), dan meminimalkan risiko kegagalan melalui SPM yang terstruktur. SPM di Amazon mencakup pemantauan ketat terhadap kinerja operasional, alokasi sumber daya yang tepat, dan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar. Dengan memanfaatkan data dan analisis yang canggih, Amazon dapat mengoptimalkan proses logistik, memperluas portofolio produk, dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Dolata, 2017; Rossman & Euchner, 2018).

Keberhasilan Amazon juga tercermin dalam strategi manajemen risiko yang cermat melalui SPM. Amazon memahami pentingnya mengendalikan risiko finansial, logistik, dan reputasi. SPM memberikan visibilitas yang tinggi terhadap seluruh rantai pasokan, memungkinkan tindakan cepat dalam merespons perubahan dan mengurangi ketidakpastian. Selain itu, SPM Amazon mempromosikan budaya inovasi dan eksperimen. Pendekatan manajemen yang mendukung risiko dan kreativitas telah menjadi pendorong utama dalam transformasi Amazon menjadi platform e-commerce terkemuka. Keberhasilan Amazon sebagai inovator global sejalan dengan penerapan SPM yang proaktif, menggambarkan bagaimana kontrol manajemen yang efektif dapat menjadi pilar kesuksesan bagi inovasi produk dan pertumbuhan perusahaan (Sadq, et al., 2018).

Keberhasilan Inovasi Netflix

Keberhasilan inovasi Netflix, yang bertransformasi dari sewa DVD online menjadi perusahaan streaming video film berbayar terbesar hingga menjadi produsen film dengan aset besar, dapat dipahami melalui implementasi Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) yang efisien dan adaptif (Souza & Romero, 2021). Pertama-tama, kesuksesan Netflix dapat diatribusikan pada pemahaman yang mendalam terhadap pasar dan tren konsumen. Melalui SPM yang memungkinkan analisis data yang canggih, Netflix dapat mengidentifikasi preferensi pengguna, mengelola inventaris konten secara cerdas, dan menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang (Lee, et al., 2020).

SPM Netflix juga mencakup pengelolaan risiko yang efektif, terutama dalam transisi dari model sewa DVD ke streaming. Netflix berhasil mengatasi risiko finansial dan teknologis melalui pemantauan ketat dan evaluasi konstan terhadap tren industri (Walker, et al., 2017). SPM membantu Netflix mengelola kompleksitas transisi ini dengan fokus pada inovasi teknologi dan pengembangan konten orisinal. Selanjutnya, keberhasilan Netflix sebagai produsen film dengan aset besar sejalan dengan strategi manajemen risiko dan alokasi sumber daya yang cerdas. SPM memainkan peran penting dalam memastikan efisiensi produksi, mengevaluasi kelayakan proyek, dan mengelola anggaran dengan cermat. Kemampuan Netflix untuk beradaptasi dan berinovasi dalam produksi konten orisinal terbukti sebagai langkah yang cerdas dalam memperkuat posisi mereka di pasar (Rataul, et al., 2017; Walker, et al., 2017).

Budaya organisasi yang mendukung eksperimen dan kreativitas juga dapat diidentifikasi sebagai faktor sukses Netflix, dan ini sejalan dengan prinsip-prinsip SPM yang mempromosikan inovasi (Bowers, et al., 2017; Rataul, et al., 2017). SPM Netflix memberikan ruang bagi manajemen untuk merespons cepat terhadap perubahan pasar dan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi kontinu. Secara keseluruhan, keberhasilan inovasi Netflix dapat dipahami sebagai hasil dari penerapan SPM yang efektif. Dengan mengintegrasikan analisis data, manajemen risiko, dan budaya inovasi, Netflix telah mampu memimpin pasar hiburan digital dan menggambarkan bagaimana SPM yang baik dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mengelola inovasi produk yang kompleks dan dinamis (Song, 2021).

Kegagalan Inovasi Samsung Galaxy Note 7

Kegagalan inovasi Samsung Galaxy Note 7 merupakan contoh yang mencolok bagaimana Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) yang kurang efektif dapat berkontribusi pada risiko dan dampak negatif yang signifikan. Pada kasus ini, kegagalan berasal dari keputusan desain terkait baterai yang lebih besar, dan kurangnya kontrol yang memadai dalam manajemen risiko dan kualitas. Pertama-tama, kegagalan inovasi Galaxy Note 7 menyoroti ketidakmampuan Samsung dalam mengelola risiko secara efektif melalui SPM. Risiko terkait baterai yang tidak stabil dan dapat menyebabkan kebakaran seharusnya dapat diidentifikasi dan dikendalikan dengan metode yang lebih baik melalui evaluasi risiko yang cermat. SPM yang baik harus mampu mengintegrasikan sistem pemantauan dan kontrol kualitas yang ketat untuk mencegah keluarnya produk dengan cacat (Joachim, et al., 2018).

Ketidakmampuan dalam mengelola komunikasi dan respons terhadap masalah juga mencerminkan kegagalan SPM (Hosoda, 2018). Respons yang lambat dan kurangnya transparansi dalam menghadapi kasus kebakaran baterai menyebabkan kehilangan kepercayaan pelanggan dan merusak citra merek Samsung. SPM yang efektif seharusnya mencakup strategi respons cepat dan komunikasi terbuka untuk mengurangi dampak negatif pada reputasi perusahaan. Selanjutnya, kegagalan ini menyoroti perlunya sistem pengendalian kualitas yang kuat melalui SPM (Wijethilake & Ekanayake, 2018). Pengujian produk yang tidak memadai sebelum peluncuran dapat diatribusikan pada kegagalan SPM dalam memastikan bahwa produk memenuhi standar kualitas yang ketat. SPM yang efektif harus mencakup pengujian yang ketat untuk mengidentifikasi potensi masalah dan mencegah produk cacat mencapai konsumen (Hosoda, 2018).

Dalam konteks ini, kaitan antara kegagalan inovasi Galaxy Note 7 dan SPM yang buruk menggambarkan pentingnya sistem pengendalian manajemen yang kokoh dalam mendukung inovasi produk. Sebuah SPM yang baik harus mampu memitigasi risiko, mengelola kualitas produk, dan memberikan respons yang cepat terhadap perubahan atau masalah yang muncul selama siklus hidup produk. Dengan demikian, peristiwa ini menekankan pentingnya penerapan SPM yang efektif dalam industri teknologi untuk menjaga kualitas dan keamanan produk inovatif (Hosoda, 2018; Wijethilake & Ekanayake, 2018).

Kegagalan Pasar Goggle Glass

Kegagalan pasar Google Glass menjadi contoh yang mencolok tentang bagaimana Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) yang kurang efektif dapat memengaruhi penerimaan pasar dan keberhasilan inovasi. Pada kasus ini, faktor-faktor terkait pemasaran, pengembangan produk, dan kurangnya respons terhadap umpan balik pasar telah menciptakan kegagalan dalam mengkomersialkan inovasi tersebut (Rahman, et al., 2021). Pertama-tama, kurangnya penelitian pasar yang mendalam dan pengelolaan ekspektasi konsumen mencerminkan kegagalan dalam SPM Google Glass. Keberhasilan pengenalan produk baru tergantung pada pemahaman yang baik tentang kebutuhan dan preferensi pasar. SPM yang efektif harus mencakup strategi penelitian pasar yang menyeluruh dan pemahaman mendalam tentang bagaimana konsumen akan merespons inovasi (Parth, et al., 2021).

Selanjutnya, Google Glass menghadapi kendala dalam mengelola perubahan regulasi dan kebijakan privasi. Kurangnya integrasi efektif dengan faktor-faktor regulasi mencerminkan kegagalan dalam SPM yang melibatkan pemantauan lingkungan eksternal. SPM yang baik harus mampu mengidentifikasi dan menanggapi perubahan lingkungan hukum dan regulasi yang dapat mempengaruhi inovasi dan penetrasi pasar. Kurangnya komunikasi yang efektif dan pemahaman pasar juga menjadi faktor kegagalan. Pemasaran Google Glass kurang mampu menjelaskan manfaat dan kegunaan produk kepada konsumen potensial. SPM yang efektif harus mencakup strategi komunikasi

yang jelas dan responsif terhadap umpan balik pasar, sehingga perusahaan dapat mengadaptasi strategi mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen (Lill, et al., 2021).

Terakhir, kegagalan dalam mengembangkan ekosistem pengembang dan aplikasi yang kuat menunjukkan kekurangan dalam manajemen ekosistem inovasi (Kapoor & Agarwal, 2017). SPM yang efektif harus memasukkan strategi untuk membangun dan mendukung ekosistem yang mendukung adopsi inovasi dan menghasilkan nilai tambah bagi konsumen (Roundy, 2017). Secara keseluruhan, kegagalan pasar Google Glass dapat disambungkan dengan SPM yang buruk dalam merencanakan, memahami pasar, dan berkomunikasi efektif dengan konsumen. Keberhasilan inovasi tidak hanya bergantung pada aspek teknis produk, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk mengelola pasar dan mengatasi faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi penerimaan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor Kritis yang Mempengaruhi Keberhasilan Inovasi Produk: Sebuah Analisis Literatur

Melalui tinjauan literatur, faktor-faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan inovasi produk dapat diidentifikasi dan dianalisis secara mendalam. Sumber daya, budaya organisasi, dan kebijakan manajemen adalah beberapa elemen kunci yang menjadi fokus dalam literatur review ini. Sumber daya menjadi faktor sentral yang mempengaruhi inovasi produk (Al-Abdallah & Al-Salim, 2021). Penelitian empiris menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya finansial, teknologi, dan manusia sangat penting dalam mendukung pengembangan produk yang inovatif (See: Wahyono, 2020; Demirkan, 2018; Zhang, et al., 2018). Perusahaan yang dapat mengalokasikan sumber daya dengan efisien dan memadai memiliki keunggulan dalam menciptakan dan mempertahankan inovasi produk (Zhang, et al., 2018; Rua, 2018). Budaya organisasi juga memainkan peran vital dalam keberhasilan inovasi (Li, et al., 2018). Budaya yang mendukung risiko, eksperimen, dan kreativitas mendorong tim untuk berpikir di luar batas dan menghasilkan ide-ide inovatif. Sebaliknya, budaya yang resisten terhadap perubahan dapat menghambat kemampuan organisasi untuk berinovasi. Oleh karena itu, literatur mendukung pandangan bahwa menciptakan budaya yang mendukung inovasi merupakan langkah strategis bagi perusahaan (Naranjo-Valencia, et al., 2019).

Kebijakan manajemen adalah faktor lain yang memengaruhi inovasi produk (Sattayaraksa & Boon-itt, 2018). Pendekatan manajemen yang terstruktur dan strategis diperlukan untuk memandu tim pengembangan produk. Keputusan manajemen terkait alokasi sumber daya, penentuan tujuan inovasi, dan pemberian insentif kepada tim kreatif dapat membentuk lingkungan yang mendukung inovasi (Stojcic, et al., 2018). Selain faktor-faktor tersebut, literatur juga menyoroti pentingnya kerjasama antar-departemen dan dengan pihak eksternal, seperti pelanggan atau mitra bisnis, dalam mengembangkan inovasi produk (Tobiassen & Pettersen, 2018). Integrasi feedback pelanggan dapat mempercepat siklus pengembangan produk dan meningkatkan keberhasilan penerimaan pasar (Jajja, et al., 2017). Secara keseluruhan, literatur review ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan inovasi produk tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti sumber daya dan budaya organisasi, tetapi juga oleh kebijakan manajemen yang dapat membimbing, memfasilitasi, dan mengelola proses inovasi. Pemahaman holistik terhadap faktor-faktor ini memberikan dasar yang kuat bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan dalam menciptakan produk-produk yang inovatif dan relevan di pasar yang terus berubah (Ramayah, et al., 2020).

Kontribusi Sistem Pengendalian Manajemen terhadap Inovasi Produk

Analisis literatur menunjukkan bahwa Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap inovasi produk dengan menyediakan kerangka kerja yang mendukung kontrol, pengukuran kinerja, dan umpan balik yang diperlukan (Wijethilake, et al., 2018). Keberhasilan Amazon dan Netflix merupakan contoh konkret bagaimana penerapan SPM yang baik dapat memperkuat kapabilitas inovatif perusahaan. Pertama, SPM berperan sebagai alat pengukuran kinerja yang kritis (Pešalj, et al., 2018). Dalam konteks inovasi produk, SPM memungkinkan perusahaan untuk menentukan key performance indicators (KPIs) yang relevan untuk mengukur sejauh mana inovasi mencapai tujuan strategis. Dalam kasus Amazon, SPM memberikan visibilitas yang tinggi terhadap kinerja operasional, memungkinkan perusahaan untuk mengukur keberhasilan inovasi dan merespons secara cepat terhadap perubahan pasar.

Kedua, kontrol yang diberikan oleh SPM membantu mengelola risiko inovasi (Gurd & Helliar, 2017). SPM mencakup pengelolaan risiko yang melibatkan identifikasi, evaluasi, dan mitigasi risiko-

risiko yang mungkin timbul selama siklus hidup produk (Rana, et al., 2019). Dalam suksesnya Netflix, SPM memainkan peran kunci dalam mengelola risiko teknologis dan memastikan bahwa perubahan model bisnis dari sewa DVD ke streaming berlangsung tanpa kendala. Ketiga, umpan balik yang terintegrasi dalam SPM menjadi sarana penting untuk mendukung inovasi. Dalam Amazon, SPM menciptakan mekanisme yang memungkinkan perusahaan merespons umpan balik pelanggan dan pasar secara cepat. Umpan balik ini menjadi dasar untuk penyesuaian strategi dan perbaikan produk, menjadikan inovasi lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar yang berubah.

Keberhasilan Amazon dan Netflix menggambarkan bahwa SPM bukan hanya suatu alat pengukuran dan kontrol, tetapi juga menjadi katalisator untuk budaya inovasi yang sukses. SPM yang efektif memungkinkan organisasi untuk memahami dan mengukur dampak inovasi, meminimalkan risiko, dan memastikan kesinambungan dalam perbaikan produk dan layanan. Dengan memanfaatkan SPM, perusahaan dapat mencapai keseimbangan yang tepat antara risiko dan inovasi, menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas dan adaptabilitas (Rossman, & Euchner, 2018). Kesuksesan Amazon dan Netflix menjadi bukti bahwa SPM yang baik adalah aset berharga dalam mendukung perusahaan menghadapi tantangan inovasi produk di era yang terus berkembang.

Pengelolaan Risiko Kegagalan Inovasi Produk

Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) memainkan peran krusial dalam mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko kegagalan inovasi produk (Mohamad & Mat Zin, 2019). Melalui pendekatan terstruktur, SPM membantu perusahaan untuk memitigasi potensi risiko yang dapat merugikan reputasi, keuangan, dan keberlanjutan bisnis (Gurd, & Helliard, 2017). Tiga kasus kegagalan inovasi produk, yaitu Samsung Galaxy Note 7, New Coke, dan Google Glass, memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang pentingnya SPM dalam menjaga keberlanjutan inovasi.

Kasus Samsung Galaxy Note 7 mencerminkan pentingnya identifikasi risiko teknis dan kualitas produk. SPM yang efektif harus mencakup pengujian produk yang ketat, pemantauan rantai pasokan, dan evaluasi risiko yang proaktif untuk menghindari kegagalan seperti ledakan baterai. Dengan SPM yang baik, risiko ini dapat diidentifikasi sebelum produk masuk pasar, memungkinkan perusahaan untuk mengambil tindakan pencegahan dan melindungi reputasi merek (Gurd, & Helliard, 2017). Kegagalan New Coke mencerminkan risiko terkait dengan perubahan rasa atau karakteristik utama produk yang disukai oleh pelanggan. SPM yang baik harus mencakup pemahaman yang mendalam tentang preferensi pasar dan penilaian risiko yang cermat terhadap perubahan signifikan dalam produk yang sudah mapan (Rana, et al., 2019). Dengan SPM yang efektif, Coca-Cola mungkin dapat mengidentifikasi potensi risiko dan mengevaluasi dampak perubahan rasa sebelum peluncuran produk baru.

Kegagalan Google Glass menunjukkan risiko yang terkait dengan kebijakan privasi dan perubahan regulasi. SPM yang efektif harus memasukkan pemantauan konstan terhadap lingkungan eksternal, mengidentifikasi risiko terkait peraturan, dan merespons dengan strategi yang dapat menjaga kepatuhan dan mendukung adaptasi inovasi produk. Secara keseluruhan, SPM berfungsi sebagai perangkat yang memungkinkan perusahaan untuk mengelola risiko kegagalan inovasi produk dengan lebih baik. Melibatkan analisis risiko proaktif, pemantauan pasar yang konstan, dan respons yang cepat terhadap perubahan lingkungan, SPM membantu perusahaan mengidentifikasi potensi risiko, mengukur dampaknya, dan merancang strategi untuk mengelolanya (D'Este, et al., 2016). Dengan demikian, SPM menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan inovasi dan mengurangi potensi risiko yang dapat merugikan perusahaan dalam era persaingan bisnis yang intens dan dinamis (Shin & Kang, 2020).

SIMPULAN

Temuan utama dari literatur review menyoroti peran krusial Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dalam mendukung dan menjaga inovasi produk. SPM memberikan kerangka kerja yang efektif untuk mengukur kinerja inovasi, mengidentifikasi risiko, dan memastikan kontrol yang diperlukan. Dengan mengintegrasikan umpan balik pasar, kontrol kualitas, dan manajemen risiko, SPM memungkinkan perusahaan mengoptimalkan proses inovasi, mengelola sumber daya dengan efisien, dan merespons perubahan pasar dengan cepat.

Pentingnya SPM terbukti dari studi kasus Amazon dan Netflix, di mana SPM mendukung adaptabilitas, kontrol risiko, dan pengelolaan kinerja produk inovatif. Implikasi praktis bagi manajer dan pemimpin perusahaan adalah perlunya fokus pada pengembangan SPM yang responsif dan

terstruktur. Manajer harus memprioritaskan penerapan metode pengukuran kinerja yang relevan, sistem pemantauan risiko yang efisien, dan mekanisme umpan balik pelanggan yang cepat. Untuk penelitian lebih lanjut, dianjurkan untuk mengeksplorasi implementasi SPM dalam konteks industri yang berbeda dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan SPM dalam mendukung inovasi produk. Penelitian lebih lanjut dapat memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan SPM mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui inovasi yang berkelanjutan.

Keterbatasan penelitian ini mencakup fokus terbatas pada literatur review tanpa penelitian empiris tambahan. Meskipun literatur memberikan wawasan teoritis yang kaya, penelitian empiris dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi Sistem Pengendalian Manajemen (SPM) dalam konteks spesifik industri atau perusahaan. Selain itu, keterbatasan melibatkan ketidakmungkinan mencakup semua kasus inovasi produk atau semua industri dalam kerangka waktu yang terbatas. Oleh karena itu, temuan penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencakup keragaman situasi bisnis yang mungkin dihadapi oleh perusahaan.

Selain itu, fokus utama pada keberhasilan Amazon dan Netflix dapat menimbulkan bias positif terhadap SPM. Penting untuk diakui bahwa setiap organisasi memiliki konteks unik, dan hasil positif yang ditemukan pada dua perusahaan ini mungkin tidak langsung dapat diterapkan pada semua konteks bisnis. Selanjutnya, keterbatasan metodologi literatur review dapat mencakup ketidakmampuan untuk mengevaluasi secara langsung implementasi SPM dalam konteks nyata. Oleh karena itu, penelitian empiris lanjutan dapat memberikan konfirmasi lebih lanjut terkait temuan literatur review ini. Dalam penelitian berikutnya, disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan industri untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang pengaruh SPM terhadap inovasi produk. Selain itu, melibatkan penelitian lapangan dan studi kasus empiris dapat menambahkan dimensi praktis dan mendetail dalam memahami bagaimana SPM dapat diterapkan dan dioptimalkan dalam konteks bisnis yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Abdallah, G. M., & Al-Salim, M. I. (2021). Green product innovation and competitive advantage: an empirical study of chemical industrial plants in Jordanian qualified industrial zones. *Benchmarking: An International Journal*, 28(8), 2542-2560.
- Al-Khatib, A. W., & Al-ghanem, E. M. (2022). Radical innovation, incremental innovation, and competitive advantage, the moderating role of technological intensity: evidence from the manufacturing sector in Jordan. *European Business Review*, 34(3), 344-369.
- Anning-Dorson, T. (2017). Moderation-mediation effect of market demand and organization culture on innovation and performance relationship. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(2), 222-242.
- Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2022). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. *International journal of productivity and performance management*, 71(2), 405-428.
- Aydin, H. (2021). Market orientation and product innovation: the mediating role of technological capability. *European Journal of Innovation Management*, 24(4), 1233-1267.
- Barros, R. S., & Ferreira, A. M. D. S. D. C. (2019). Bridging management control systems and innovation: the evolution of the research and possible research directions. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 16(3), 342-372.
- Bollinger, S. R. (2020). Creativity and forms of managerial control in innovation processes: tools, viewpoints and practices. *European Journal of Innovation Management*, 23(2), 214-229.
- Bowers, M. R., Hall, J. R., & Srinivasan, M. M. (2017). Organizational culture and leadership style: The missing combination for selecting the right leader for effective crisis management. *Business horizons*, 60(4), 551-563.

- Bramer, W. M., De Jonge, G. B., Rethlefsen, M. L., Mast, F., & Kleijnen, J. (2018). A systematic approach to searching: an efficient and complete method to develop literature searches. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 106(4), 531.
- Demirkan, I. (2018). The impact of firm resources on innovation. *European Journal of Innovation Management*, 21(4), 672-694.
- D'Este, P., Amara, N., & Olmos-Peñuela, J. (2016). Fostering novelty while reducing failure: Balancing the twin challenges of product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 280-292.
- Dimes, R., & de Villiers, C. (2021). How management control systems enable and constrain integrated thinking. *Meditari Accountancy Research*, 29(4), 851-872.
- Dolata, U. (2017). Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft: market concentration-competition-innovation strategies (No. 2017-01). SOI Discussion Paper.
- Frare, A. B., Cruz, A. P. C. D., Lavarda, C. E. F., & Akroyd, C. (2022). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and performance in Brazilian startups. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 643-665.
- Gomez-Conde, J., Lunkes, R. J., & Rosa, F. S. (2019). Environmental innovation practices and operational performance: The joint effects of management accounting and control systems and environmental training. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(5), 1325-1357.
- Gurd, B., & Helliard, C. (2017). Looking for leaders: 'Balancing' innovation, risk and management control systems. *The British Accounting Review*, 49(1), 91-102.
- Hosoda, M. (2018). Management control systems and corporate social responsibility: perspectives from a Japanese small company. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 18(1), 68-80.
- Jajja, M. S. S., Kannan, V. R., Brah, S. A., & Hassan, S. Z. (2017). Linkages between firm innovation strategy, suppliers, product innovation, and business performance: Insights from resource dependence theory. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(8), 1054-1075.
- Joachim, V., Spieth, P., & Heidenreich, S. (2018). Active innovation resistance: An empirical study on functional and psychological barriers to innovation adoption in different contexts. *Industrial Marketing Management*, 71, 95-107.
- Kapoor, R., & Agarwal, S. (2017). Sustaining superior performance in business ecosystems: Evidence from application software developers in the iOS and Android smartphone ecosystems. *Organization science*, 28(3), 531-551.
- Kherrazi, S. (2021). Management control of collaborative innovation: Design and structuring mode. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 848-869.
- Laguir, L., Laguir, I., & Tchemeni, E. (2019). Implementing CSR activities through management control systems: A formal and informal control perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(2), 531-555.
- Lee, Y. W., Moon, H. C., & Yin, W. (2020). Innovation process in the business ecosystem: the four cooperations practices in the media platform. *Business Process Management Journal*, 26(4), 943-971.
- Li, W., Bhutto, T. A., Nasiri, A. R., Shaikh, H. A., & Samo, F. A. (2018). Organizational innovation: the role of leadership and organizational culture. *International Journal of Public Leadership*, 14(1), 33-47.
- Lill, P., Wald, A., & Munck, J. C. (2021). In the field of tension between creativity and efficiency: a systematic literature review of management control systems for innovation activities. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 919-950.

- Medrano, N., Cornejo-Cañamares, M., & Olarte-Pascual, C. (2020). The impact of marketing innovation on companies' environmental orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(1), 1-12.
- Miranda Silva, G., J. Gomes, P., Filipe Lages, L., & Lopes Pereira, Z. (2014). The role of TQM in strategic product innovation: an empirical assessment. *International journal of operations & production management*, 34(10), 1307-1337.
- Mohamad, M. R., & Mat Zin, N. (2019). Knowledge management and the competitiveness of small construction firms: Innovation as mediator. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 29(5), 534-550.
- Munck, J. C., Tkotz, A., Heidenreich, S., & Wald, A. (2020). The performance effects of management control instruments in different stages of new product development. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 16(2), 259-284.
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2019). Organizational culture effect on innovative orientation. *Management decision*, 49(1), 55-72.
- Parth, S., Manoharan, B., Parthiban, R., Qureshi, I., Bhatt, B., & Rakshit, K. (2021). Digital technology-enabled transformative consumer responsabilisation: A case study. *European Journal of Marketing*, 55(9), 2538-2565.
- Pešalj, B., Pavlov, A., & Micheli, P. (2018). The use of management control and performance measurement systems in SMEs: A levers of control perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(11), 2169-2191.
- Rahman, M. C., Pede, V., Balie, J., Pabuayon, I. M., Yorobe, J. M., & Mohanty, S. (2021). Assessing the market power of millers and wholesalers in the Bangladesh rice sector. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 11(3), 280-295.
- Ramayah, T., Soto-Acosta, P., Kheng, K. K., & Mahmud, I. (2020). Developing process and product innovation through internal and external knowledge sources in manufacturing Malaysian firms: the role of absorptive capacity. *Business Process Management Journal*, 26(5), 1021-1039.
- Rana, T., Wickramasinghe, D., & Bracci, E. (2019). New development: Integrating risk management in management control systems—lessons for public sector managers. *Public Money & Management*, 39(2), 148-151.
- Rataul, P., Tisch, D. G., & Zámorský, P. (2018). *Netflix: Dynamic capabilities for global success*. SAGE Publications: SAGE Business Cases Originals.
- Rolia, E., & Sutjningsih, D. (2018, June). Application of geoelectric method for groundwater exploration from surface (A literature study). In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1977, No. 1). AIP Publishing.
- Rossmann, J., & Euchner, J. (2018). Innovation the Amazon Way: An Interview with John Rossmann. John Rossmann talks with Jim Euchner about how Amazon manages to be both operationally excellent and disruptively innovative. *Research-Technology Management*, 61(1), 13-22.
- Roundy, P. T. (2017). "Small town" entrepreneurial ecosystems: Implications for developed and emerging economies. *Journal of entrepreneurship in emerging economies*, 9(3), 238-262.
- Rua, O. L. (2018). From intangible resources to export performance: exploring the mediating effect of absorptive capabilities and innovation. *Review of International Business and Strategy*, 28(3/4), 373-394.
- Sadq, Z. M., Sabir, H. N., & Saeed, V. S. H. (2018). Analyzing the Amazon success strategies. *Journal of process management and new technologies*, 6(4).
- Sattayaraksa, T., & Boon-itt, S. (2018). The roles of CEO transformational leadership and organizational factors on product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 21(2), 227-249.

- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102664.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 104, 333-339.
- Song, M. (2021). A comparative study on over-the-tops, netflix & Amazon prime video: based on the success factors of innovation. *International journal of advanced smart convergence*, 10(1), 62-74.
- Souza, I. T., & Romero, F. (2021). Strategic innovation management at Netflix: a case study. *Academic Conferences and Publishing International Limite*.
- Stojcic, N., Hashi, I., & Orlic, E. (2018). Creativity, innovation effectiveness and productive efficiency in the UK. *European Journal of Innovation Management*, 21(4), 564-580.
- Su, S., Baird, K., & Schoch, H. (2017). Management control systems: The role of interactive and diagnostic approaches to using controls from an organizational life cycle perspective. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 13(1), 2-24.
- Sukumar, A., Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., & Dutta, D. K. (2020). The potential link between corporate innovations and corporate competitiveness: evidence from IT firms in the UK. *Journal of Knowledge Management*, 24(5), 965-983.
- Tavassoli, S. (2018). The role of product innovation on export behavior of firms: is it innovation input or innovation output that matters?. *European Journal of Innovation Management*, 21(2), 294-314.
- Taylor, D., King, R., & Smith, D. (2019). Management controls, heterarchy and innovation: a case study of a start-up company. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(6), 1636-1661.
- Tobiassen, A. E., & Pettersen, I. B. (2018). Exploring open innovation collaboration between SMEs and larger customers: The case of high-technology firms. *Baltic Journal of Management*, 13(1), 65-83.
- Travaillé, D., & Naro, G. (2017). Management control facing the challenges of overall performance: A study carried out with management controllers. *Society and Business Review*, 12(2), 175-199.
- Wahyono, W. (2020). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*, 39(1), 18-30.
- Walker, R., Jeffery, M., So, L., Sriram, S., Nathanson, J., Ferreira, J., & Feldmeier, J. (2017). Netflix leading with data: The emergence of data-driven video. *Kellogg School of Management Cases*, 1-19.
- Wijethilake, C., Munir, R., & Appuhami, R. (2018). Environmental innovation strategy and organizational performance: Enabling and controlling uses of management control systems. *Journal of Business Ethics*, 151, 1139-1160.
- Zhang, M., Zhao, X., & Lyles, M. (2018). Effects of absorptive capacity, trust and information systems on product innovation. *International Journal of Operations & Production Management*, 38(2), 493-512.