

Perilaku Inovatif Dalam *Competitive Dynamic*: Tinjauan Studi Bibliometric

Rina Dewi¹ ✉, Diana Zuhro², Achmad Daengs GS³, Wiratna⁴

¹ Mahasiswa Doktoral Ilmu Manajemen Universitas Airlangga

^{2,3,4} Universitas 45 Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman berkaitan dengan studi pada bidang perilaku inovatif dalam rangka melakukan tindakan kompetitif dalam pasar yang semakin ketat persaingannya. Desain penelitian menggunakan sumber data Scopus, metode yang digunakan analisa Bibliometric dan menggunakan software Vos Viewer untuk menggambarkan semua penelitian yang pernah dilakukan sepanjang tahun 1988 – 2020 diperoleh 71 dokumen berbentuk artikel yang relevan dalam penelitian ini. Temuan penelitian adalah produktifitas penelitian, peta tema penelitian yang terdiri dari tujuh kluster dan konsep dan konteks perilaku inovatif dalam level individu, tim dan organisasi serta dinamika persaingan dalam level individu, bisnis dan perusahaan. Implikasi penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perilaku inovatif dan dinamika persaingan dan umumnya pada bidang manajemen strategis.

Kata Kunci: *Perilaku Inovatif, Competitive Dynamic, Bibliometric, Peta Tema Penelitian.*

Abstract

This study aims to explore understanding related to studies in the field of innovative behavior in order to take competitive action in an increasingly competitive market. The research design used the Scopus data source, the method used was Bibliometric analysis and used the Vos Viewer software to describe all research that had been carried out during the years 1988 - 2020, obtained 71 documents in the form of relevant articles in this study. The research findings are research productivity, the research theme map consisting of seven clusters and the concept and context of innovative behavior at the individual, team and organizational levels as well as the dynamics of competition at the individual, business and company levels. The implication of this research is expected to be able to contribute to the development of science, especially in the field of innovative behavior and competitive dynamic and generally in the field of strategic management.

Keywords: *Innovative Behavior, Competitive Dynamic, Bibliometric, Research Theme Map.*

Copyright (c) 2022 Rina Dewi

✉ Corresponding author : Rina Dewi

Email Address : rinadewisoesyra@gmail.com

PENDAHULUAN

Organisasi harus membuat gerakan dan tindakan kompetitif secara berkelanjutan dan memberikan respon dengan mengambil waktu antara individu, pelanggan dan pesaingnya dalam posisi pasar yang menguntungkan (Eferin et al., 2019; Hagberg et al., 2020). Dua hal penting dalam kalimat diatas adalah tindakan dan respon. Tindakan kompetitif ini merupakan gerakan khusus atau spesifik serta dapat dideteksi yang diprakarsai oleh perusahaan pada pasar yang memasuki pasar baru atau memperkenalkan produk baru (T. Chen et al., 2017). Tindakan ini dapat menyebabkan berkurangnya market share pesaing atau mengurangi return yang akan diterima perusahaan pesaing. Sedangkan respon adalah tindakan balasan khusus, spesifik, terdata, yang didorong tindakan awal yang dipilih dan diambil perusahaan dalam rangka mempertahankan atau meningkatkan laba atau posisi pasar dalam industrinya (T. Chen et al., 2017).

Karena lingkungan organisasi sering berubah, organisasi perlu inovatif untuk bertahan hidup dan berkembang (Cabanelas et al., 2019). Inovasi dapat berkontribusi pada kinerja (Moustaghfir et al., 2020) atau efektivitas organisasi (Carnahan et al., 2010) yang mengadopsi. Inovasi adalah cara untuk mengubah organisasi, baik sebagai tanggapan terhadap perubahan dalam lingkungan internal atau eksternal atau sebagai tindakan pencegahan yang diambil untuk mempengaruhi lingkungan (Carnahan et al., 2010; Purc & Lagun, 2019). Melalui inovasi, organisasi dapat menyesuaikan dengan lingkungan, sehingga dapat bertahan dan sejahtera. Misalnya, jika lingkungan organisasi saat ini menekankan pemberdayaan dan demokratisasi tenaga kerja, organisasi akan membutuhkan praktik inovatif yang menekankan inovasi demokrasi, sehingga organisasi dapat sejahtera.

Semakin ketatnya persaingan diperlukan inovasi yang akan mendorong baik individu dan organisasi melakukan adaptasi dengan cepat pada lingkungan bisnis dan industry. Inovasi dapat dipahami sebagai upaya dalam hal proses atau peningkatan teknologi (McIntyre et al., 2020), desain produk atau R&D dengan tujuan mengungguli pesaing yang mencoba mengembangkan posisi kompetitif yang lebih baik (T. Chen et al., 2017). Sejak Schumpeter (1989), terdapat fokus konseptual dan teoritis yang cukup besar pada hubungan antara persaingan dan inovasi. Inovasi, yang didefinisikan sebagai generasi atau adopsi ide-ide berguna dan baru yang secara efektif diperkenalkan dalam organisasi (Demircioglu & Affairs, 2020; Hagberg et al., 2020; Limones Meráz et al., 2020), penting untuk kesuksesan bisnis mereka (Cichosz et al., 2020). Inovasi sementara dalam organisasi mencakup pengenalan tidak hanya ide-ide besar yang secara signifikan mengubah praktik yang ada tetapi juga peningkatan kecil dan bertahap dalam menghadapi tantangan sehari-hari di tempat kerja (Amabile, 1998; Weinberger et al., 2018).

Ketika organisasi menjadi lebih besar karena kompetensi mereka yang khas, mereka cenderung memiliki sumber daya untuk pengetahuan yang lebih maju (Purc & Lagun, 2019) dan rutinitas mereka untuk merangkul inovasi baru (Beltagui et al., 2020; Whittaker et al., 2020). Akibatnya, organisasi semacam itu terus melakukan aktivitas di mana mereka lebih kompeten (Cabanelas et al., 2019; Moustaghfir et al., 2020). Dengan memiliki sumber daya yang kaya memungkinkan organisasi untuk berinvestasi dalam mempelajari arsitektur dan obyek keunggulan terkait dan

menggunakan pengetahuan mereka untuk mengembangkan pelengkap yang lebih inovatif dan mengoptimalkan mereka untuk bekerja dan menerima dukungan berkelanjutan dari sumber daya yang unggul (Davicik & Grigoriou, 2019) mengalami legitimasi yang lebih besar, memperoleh dukungan dengan kualitas yang lebih baik yang membuatnya relevan (Cabanelas et al., 2019).

Penelitian ini bertujuan menggabungkan secara komprehensif critical factors perilaku inovasi untuk memperoleh pemahaman yang terintegrasi pada competitive dynamic pada level individu, tim dan organisasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan eksplorasi pada dokumen ilmiah hasil penelitian terdahulu sehingga akan diperoleh pemahaman bagaimana competitive dynamic dapat mendorong innovative behavior pada level individu, tim dan organisasi sehingga Organisasi mampu menerapkan strategi yang tepat dalam mengelola dan membangun innovative behavior pada setiap level tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan dalam industri yang sama cenderung bersaing dan persaingan ini cenderung meningkatkan tekanan untuk berkembang baru produk, meningkatkan proses produksi atau menerapkan teknologi baru (Beltagui et al., 2020). Oleh karena itu, perolehan pengetahuan dan inovasi baru oleh perusahaan menjadi konsekuensi persaingan (Zhang & Sun, 2019). Ketika persaingan semakin ketat atau meningkat maka inovasi akan meningkat (Baumol et al., 2005). Penelitian yang lain juga menyatakan bahwa persaingan memiliki dampak positif terhadap inovasi teknis (Cozzarin, 2017) sehingga adanya tekanan terhadap kebutuhan inovasi akan mempengaruhi strategi perusahaan (Cabanelas et al., 2019).

Teori inovasi tim menyoroti pentingnya proses tim dalam inovasi tim dan disarankan bahwa studi tentang inovasi tim tidak akan lengkap tanpanya memahami proses tim terkait. Inovasi menjadi faktor penting (M. J. Chen, 2009; M. J. Chen & Miller, 2012) dalam menentukan kesuksesan perusahaan, kesuksesan industri dan keberlangsungan dalam jangka panjang, terutama pada industri teknologi tinggi (Destefanis et al., 2020; Ye et al., 2019). Tetapi, peneliti lain menunjukkan bukti empiris tentang hubungan yang berlawanan antara tekanan persaingan pasar dan inovasi, menyatakan bahwa semakin ketat persaingan maka berpengaruh terhadap penurunan inovasi. Sementara ada pula beberapa penelitian yang menunjukkan hubungan antara level persaingan dan inovasi menyimpulkan bahwa perusahaan beroperasi industri kompetitif cenderung berinovasi, tetapi terlalu banyak persaingan menyebabkan lebih sedikit inovasi pada titik tertentu, menunjukkan efek titik kritis (Crowley & Jordan, 2017).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan memberikan hasil yang beragam dan seringkali bertentangan, berkisar dari positif ke negatif dan bahkan berbentuk hubungan U terbalik. Hubungan U terbalik ini menunjukkan bahwa agresivitas, sebagai proksi persaingan, (Crowley & Jordan, 2017) memiliki hubungan yang erat dengan inovasi, baik positif, negatif, atau keduanya, tergantung pada tingkat agresivitas. Oleh karena itu, suatu perusahaan diharapkan menjadi lebih agresif saat mempertahankan lingkungan pengaruhnya (Cichosz et al., 2020).

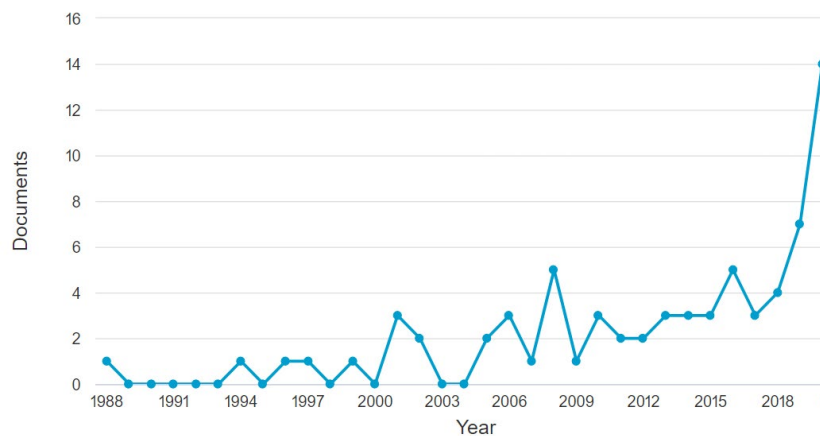
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode Bibliometric untuk memberikan pemahaman secara holistic (Kraus et al., 2020) terhadap semua penelitian yang telah dilakukan dalam studi perilaku inovasi dan *competitive dynamic*. Dengan menggunakan Bibliometric akan diperoleh gambaran untuk identifikasi pola pertumbuhan dan tren ilmu pengetahuan dalam beragam ilmu serta mampu melakukan analisa kebaruan ataupun keusangan serta memberikan gambaran distribusi referensi ilmiah (Khatib et al., 2021)".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan penelitian dari sejumlah dokumen yang berkaitan antara innovative dan competitive dynamic terdapat 71 paper yang akan dijelaskan berdasarkan tahun dokumen, subyek area dokumen, dan peta tema penelitian yang merupakan gambaran produktivitas penelitian.

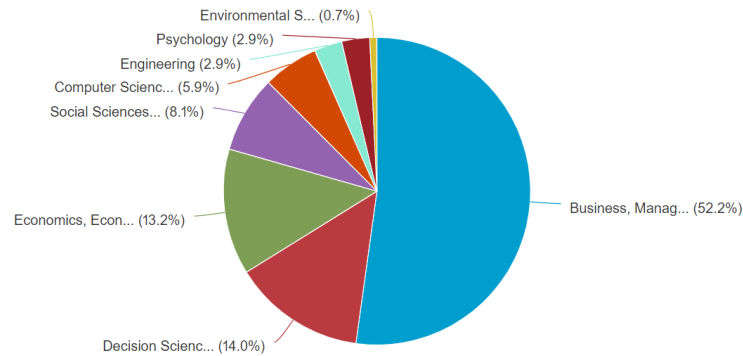
a. Produktivitas dokumen yang dihasilkan dari tahun 1988-2020.



Gambar 1. Dokumen yang dihasilkan selama 1988-2020

Pada tahun 1988, dilakukan penelitian oleh Johnston H.R., dan Vitale M.R. pada MIS Quarterly: Management Information Systems, tentang penggunaan teknologi informasi untuk keunggulan kompetitif melibatkan sistem yang menghubungkan organisasi ke pemasok, saluran distribusi, atau pelanggan untuk meningkatkan kinerja organisasi lain dan meningkatkan hubungan antar organisasi dimana penggunaan informasi untuk menciptakan nilai. Jumlah dokumen 2018 sebanyak 14 dokumen, tahun 2019 sebanyak 7 dokumen dan tahun 2020 sebanyak 14 dokumen, tren menunjukkan peningkatan dalam tiga tahun terakhir.

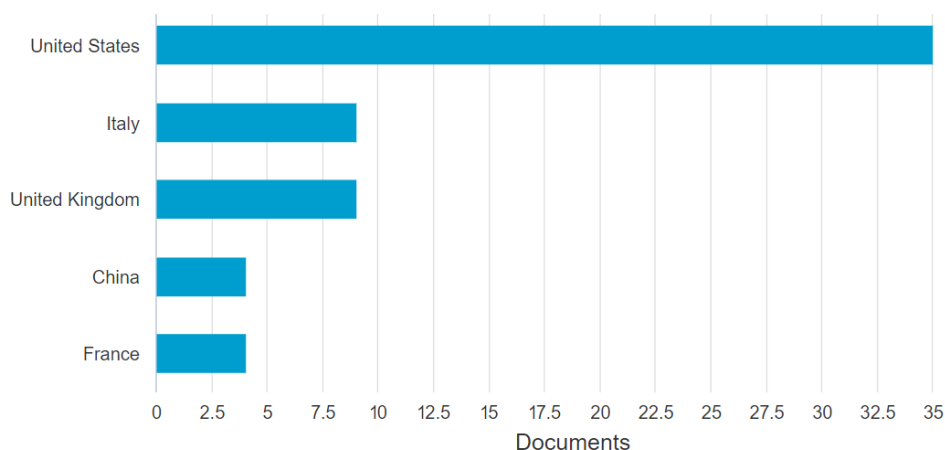
b. Subyek area dokumen.



Gambar 2. Dokumen berdasar subyek area penelitian

Berdasar subject area *Business, Management and Accounting* sebanyak 71 artikel (2.2 %), *Decision Science* 19 artikel (14%), *Economics, Econometrics & Finance* 11 artikel (13.2%), *Social Science* 11 artikel (8.16%) dan sisanya terbagi dalam beberapa subyek area lain-lain.

c. *Negara paling produktif dalam penelitian di bidang ini*



Gambar 3. Dokumen berdasar lima negara paling produktif

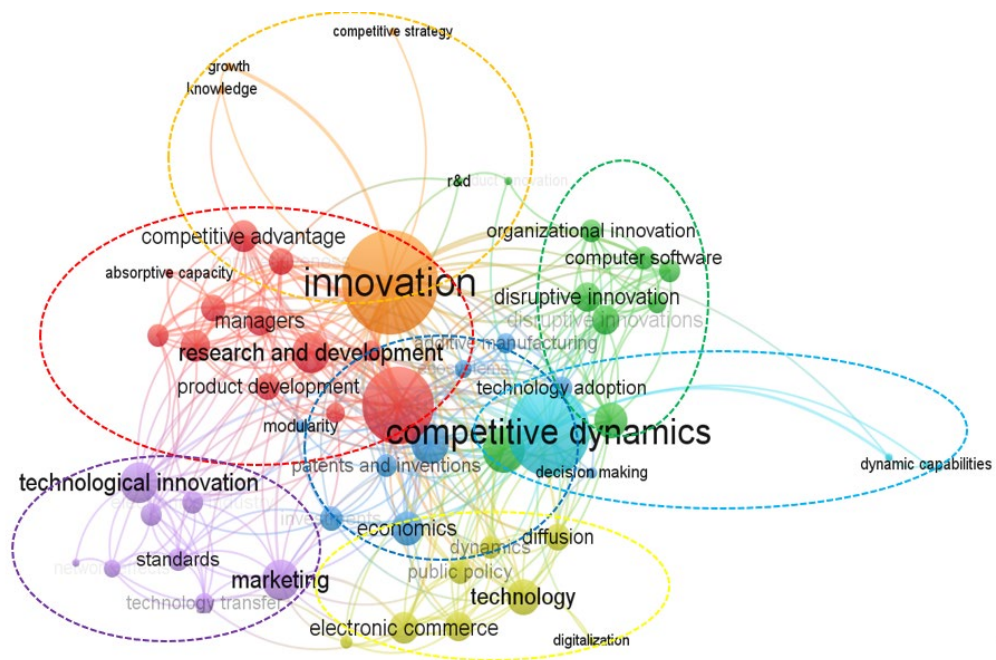
Lima negara paling produktif dalam penelitian ini adalah Amerika Serikat dengan 35 dokumen artikel, Italia dan Inggris dengan 9 dokumen sementara China dan Perancis sebanyak 4 dokumen

d. *Kluster Peta Penelitian*

Konstruksi pada jaringan *competitive dynamic* dalam membangun dan mempertahankan *innovation behavior* dibangun menggunakan aplikasi VOSViewer dengan menggunakan kata kunci adalah dua kali pengulangan, yang memenuhi ambang batas dan terdapat 7 kelompok tema studi yaitu:

- 1) *Competitive advantage* (merah) terdiri dari sembilan item, kluster ini didominasi oleh kata kunci *absorptive capacity*, *competition*, *competitive advantage*, *economic and social effect*, *idustrial competition*, *management*, *product development*, *research and development*, *sustainable development*, *technology development*.

- 2) *Innovation* (hijau) terdiri dari delapan item, kluster ini didominasi oleh kata kunci *computer software, disruptive innovations, industry, information technology, open source software, organizational innovation, product innovation, strategy*.
- 3) *Adaptive capability* (biru) terdiri dari sembilan item, sedangkan kluster ini didominasi oleh kata kunci *adaptive manufacturing, commerce, decision making, economics, ecosystems, investments, modularity, patents and inventions, technology adaption*
- 4) *Tecnology* (kuning) terdiri dari tiga item, kluster ini didominasi oleh kata kunci *competitive intelligence, diffusion, digitalization, dynamics, electronic commerce, internet, public policy, tecnology*
- 5) *Strategic planning* (ungu) terdiri dari tujuh item, kluster ini didominasi oleh kata kunci *electronics industry, marketing, network effects, platforms, standards, strategic planning, technology innovation, technology transfer*.
- 6) *Competitive dynamic* (biru muda) terdiri dari empat item, kluster ini didominasi oleh kata kunci *competitive dynamic, dynamic capabilities, firm performance, organizational learning*.
- 7) *Innovation* (orange) terdiri dari empat item, khusus cluster ini berkaitan dengan *competitive strategy, growth, innovation, knowledge*



Gambar 4. Dokumen berdasarkan peta tema penelitian

e. *Konsep Perilaku Inovatif Dalam Multi level*

Inovasi skala kecil yang memanifestasikan dirinya dalam perilaku inovatif sehari-hari didasarkan pada ide-ide kreatif (Weinberger et al., 2018). Namun, perilaku inovatif tidak hanya mencakup menghasilkan ide, tetapi juga menerapkannya dalam organisasi (Davicik & Grigoriou, 2019; Kleer & Piller, 2019). Karena kreativitas dianggap sebagai langkah pertama menuju inovasi (Amabile, 1998; Pereira et al., 2020) terdapat hubungan tersebut antara nilai-nilai pribadi karyawan dan perilaku inovatif.

Perilaku inovasi pada level individu, dalam hal ini adalah karyawan adalah perilaku kerja yang memiliki tujuan menghasilkan, menerapkan, dan memperkenalkan hal-hal baru yang memberikan manfaat bagi perusahaan (Baumol et al., 2005). Hal baru dalam konteks ini adalah ide, prosedur, proses serta produk baru. Perilaku inovatif dilakukan melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki individu untuk menghasilkan ide, proses atau solusi baru tersebut (Whittaker et al., 2020).

Pada level inovasi tim merupakan pengenalan dan penerapan yang disengaja dalam sebuah tim, terkait dengan ide, proses, produk atau prosedur yang baru bagi tim, dirancang untuk memberi manfaat secara signifikan bagi individu, tim, organisasi, atau masyarakat luas yang menekankan bahwa inovasi terkait dengan upaya sengaja anggota tim untuk sampai pada manfaat yang diantisipasi bagi individu, tim, organisasi, atau masyarakat sekitar. Inovasi di berbagai organisasi: industri dan teknologi tinggi serta layanan dan pendidikan. Inovasi adalah proses berkelanjutan yang terdiri dari partisipasi orang dan interaksi di antara mereka. Inovasi sangat bergantung pada proses dan struktur tim, yang berfungsi sebagai pembawa inovasi dan memastikan bahwa ide-ide individu ada, diperiksa, diproses, dan dieksekusi (Neirotti & Pesce, 2019; Zhang & Sun, 2019).

Inovasi dalam organisasi menimbulkan efek yaitu adanya prosedur baru dalam organisasi, organisasi kerja yang baru serta melibatkan hubungan eksternal yang baru. Sementara organizational innovation adalah pengenalan sesuatu yang baru (ide, produk, layanan, teknologi, proses, dan strategi) untuk organisasi. Inovasi organisasi sebagai "untuk penciptaan atau adopsi ide atau perilaku baru di organisasi. Inovasi sebagai adopsi perangkat, sistem, kebijakan, program, proses, produk, yang dihasilkan atau dibeli secara internal, atau layanan yang baru bagi organisasi yang mengadopsi. Meskipun tujuan inovasi adalah membuat sesuatu menjadi lebih baik, tidak semua inovasi bisa sukses.

f. Konsep Dinamika Persaingan (Competitive dynamic)

Persaingan adalah sebuah proses dinamis dari tindakan dan respon yang dilakukan oleh perusahaan. Hubungan ketergantungan yang menyoroti antara perusahaan dan pesaingnya sehingga posisi kompetitifnya perusahaan akan menjadi terancam jika pesaing mengambil tindakan defensive atau ofensif (M. J. Chen & Miller, 2012). Ketergantungan mendorong para peneliti *competitive dynamic* untuk melakukan konseptualisasi *Awareness, Motivation and Capability* (AMC) sebagai factor utama perusahaan. Kesadaran akan memberikan pemahaman pengetahuan perusahaan tentang kondisi persaingan, sementara motivasi akan mengarahkan logika serta niat perusahaan dalam mengambil tindakan yang diperlukan. Sedangkan kapabilitas mencerminkan kondisi kekuatan internal yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil tindakan. Seorang pesaing tidak akan mengambil tindakan kecuali ia menyadari konsekuensi dari tindakan tersebut, berlanjut pada motivasi untuk melakukan reaksi serta memiliki kemampuan untuk menanggapi (T. Chen et al., 2017).

Dalam urutan logis AMC adalah awareness yang merupakan prasyarat focus dimana perusahaan menyadari tindakan pesaingnya sebelum mempertrimbangkan motivasi dan kemampuan dan perlu dilakukan penilaian apakah tindakan yang akan diambil (motivasi) dan apakah perusahaan mampu untuk melakukan tindakan tersebut.

Terdapat hubungan antara *competitive dynamic* perusahaan dan inovasi sehingga untuk dapat melakukan investasi dalam konteks ini diperlukan fokus interaksi pada kemampuan perusahaan untuk dapat menyesuaikan sumber daya yang dimiliki sebagai penentu respon perusahaan dalam bertahan di lingkungan yang kompetitif (Keuma, 2020). Interaksi kompetitif akan berpengaruh terhadap kinerja organisasi yang ditandai dengan adanya keuntungan pangsa pasar yang didapat oleh perusahaan ketika perusahaan melakukan respon secara cepat dan dini. *Competitive dynamic* yang memberikan focus pada tindakan dan respon adalah merupakan pertukaran inti yang membentuk interaktif kompetitif pada pada level individu, yang memindahkan scope strategi dari konsep besar menuju pada konsep dinamika inti keputusan individu beserta reaksi yang dilakukannya.

Sedangkan pada level bisnis adalah perilaku kompetitif strategis dan repertoar. Pada perilaku kompetitif strategis didasarkan pada analisa perilaku dengan menggunakan sudut pandang psikologis. Sedangkan untuk repertoar menggunakan perspektif ekonomi dan sosiaologis. Pendekatan pada *competitive dynamic* dapat menghubungkan keduanya dan menawarkan tautan mikro dan makro. Sementara pada level perusahaan adalah persaingan multimarket dan multibisnis. Kontak pada multimarket terjadi ketika sejumlah perusahaan bersaing dengan pesaing yang sama di beberapa pasar. Ketika perusahaan bersaing satu sama lain di beberapa pasar, perilaku kompetitif mereka mungkin berbeda dibandingkan bila bersaing dalam pasar tunggal (M. J. Chen & Miller, 2012)

SIMPULAN

Argumen utama dalam dinamika persaingan adalah seberapa besar strategi dapat menciptakan dan atau menangkap peluang pasar (Carnahan et al., 2010), memperoleh manfaat ekonomi yang optimal sehingga berhasil menjadi pemimpin pasar. Pasar kompetitif yang ideal adalah pasar yang tidak terlalu sedikit namun juga tidak terlalu banyak dan kekuatan semua pesertanya seimbang. Dinamika persaingan adalah studi tentang persaingan antar perusahaan berdasarkan tindakan dan reaksi kompetitif tertentu, konteks strategis dan organisasi mereka, dan pendorong dan konsekuensinya (Baum & Korn, 1996).

Ada sejumlah ciri esensial yang menjadi ciri khas dinamika persaingan Pertama, persaingan dianggap dinamis dan interaktif, dan pasangan tindakan / respons dan aliran tindakan ini merupakan blok bangunan persaingan. Kedua, fokusnya adalah pada tindakan aktual yang dipertukarkan oleh perusahaan: ini mungkin termasuk pengenalan produk baru atau kampanye iklan, masuk ke pasar baru, perubahan kebijakan harga, dan relokasi atau desain ulang fasilitas. Interaksi atau keterlibatan antara perusahaan ini terletak di jantung strategi, dan angka aksi / respons cocok untuk analisis yang tepat dan konkret. Ketiga, perbandingan berpasangan perusahaan atau saingan mereka terkait posisi, niat, persepsi, dan sumber daya, sangat penting bagi analisis pesaing yang merupakan bagian integral dari dinamika persaingan. Jadi, relativitas adalah premis esensial gagasan bahwa strategi

dan posisi pasar perusahaan harus sesuai dalam konteks dan berhadapan dengan strategi para pesaingnya dan posisinya.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan yang berkaitan pada bidang manajemen strategis. Implikasi praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pemikiran bagi perusahaan untuk mengatur dan mempertahankan pada dinamika persaingan melalui perilaku inovatif. Sementara implikasi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan landasan bagi penelitian sejenis dalam rangka membangun innovation behavior pada level individu dan level perusahaan.

Referensi:

- Amabile, T. M. (1998). Amabile_1988.Pdf (pp. 77–87).
- Baum, J. A. C., & Korn, H. J. (1996). Competitive dynamics of interfirm rivalry. *Academy of Management Journal*, 39(2), 255–291. <https://doi.org/10.2307/256781>
- Baumol, W., Boone, J., Carlin, W., David, P., Eberly, J., Ranque, D., Shankerman, M., Solow, R., Trajtenberg, M., Young, A., Reenen, J. Van, & Reenen, V. (2005). Competition and innovation: an inverted-u relationship* p. May.
- Beltagui, A., Rosli, A., & Candi, M. (2020). Exaptation in a digital innovation ecosystem: The disruptive impacts of 3D printing. *Research Policy*, 49(1), 103833. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.103833>
- Cabanelas, P., Manfredi, L. C., González-Sánchez, J. M., & Lampón, J. F. (2019). Multimarket competition and innovation in industrial markets: Spain and Colombia in comparative perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(3), 457–469. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2019-0043>
- Carnahan, S., Agarwal, R., & Campbell, B. (2010). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Business*, 1096(August 2005), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Chen, M. J. (2009). Competitive dynamics research: An insider's odyssey. *Asia Pacific Journal of Management*, 26(1), 5–25. <https://doi.org/10.1007/s10490-008-9110-7>
- Chen, M. J., & Miller, D. (2012). Competitive Dynamics: Themes, Trends, and a Prospective Research Platform. *Academy of Management Annals*, 6(1), 135–210. <https://doi.org/10.1080/19416520.2012.660762>
- Chen, T., Tribbitt, M. A., Yang, Y., & Li, X. (2017). Does rivals' innovation matter? A competitive dynamics perspective on firms' product strategy. *Journal of Business Research*, 76, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.016>
- Cichosz, M., Wallenburg, C. M., & Knemeyer, A. M. (2020). Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices. *International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209–238. <https://doi.org/10.1108/IJLM-08-2019-0229>
- Cozzarin, B. P. (2017). Impact of organizational innovation on product and process innovation. *Economics of Innovation and New Technology*, 26(5), 405–417. <https://doi.org/10.1080/10438599.2016.1204779>
- Crowley, F., & Jordan, D. (2017). Does more competition increase business-level innovation? Evidence from domestically focused firms in emerging economies. *Economics of Innovation and New Technology*, 26(5), 477–488. <https://doi.org/10.1080/10438599.2016.1233627>
- Davcik, N., & Grigoriou, N. (2019). How an unequal intra-firm resources distribution affect

- market share. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(2), 167–180. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2019-0170>
- Demircioglu, M. A., & Affairs, E. (2020). Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance. *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, 1–5. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5>
- Destefanis, A., Neirotti, P., Paolucci, E., & Raguseo, E. (2020). The impact of Airbnb on the economic performance of independent hotels: an empirical investigation of the moderating effects. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–31. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1846501>
- Eferin, Y., Hohlov, Y., & Rossotto, C. (2019). Digital platforms in Russia: competition between national and foreign multi-sided platforms stimulates growth and innovation. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 21(2), 129–145. <https://doi.org/10.1108/DPRG-11-2018-0065>
- Hagberg, J., Kjellberg, H., & Cochoy, F. (2020). The Role of Market Devices for Price and Loyalty Strategies in 20th Century U.S. Grocery Stores. *Journal of Macromarketing*, 40(2), 201–220. <https://doi.org/10.1177/0276146719897366>
- Keuma, D. D. (2020). Penalizing the underdogs? Employment protection and the competitive dynamics of firm innovation. *Organization Science*, 31(5), 1072–1089. <https://doi.org/10.1287/orsc.2019.1342>
- Khatib, S. F. A., Abdullah, D. F., Hendrawaty, E., & Elamer, A. A. (2021). A bibliometric analysis of cash holdings literature: current status, development, and agenda for future research. In *Management Review Quarterly* (Issue 0123456789). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00213-0>
- Kleer, R., & Piller, F. T. (2019). Local manufacturing and structural shifts in competition: Market dynamics of additive manufacturing. *International Journal of Production Economics*, 216(September 2018), 23–34. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.04.019>
- Kraus, S., Li, H., Kang, Q., Westhead, P., & Tiberius, V. (2020). The sharing economy: a bibliometric analysis of the state-of-the-art. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(8), 1769–1786. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0438>
- McIntyre, D. P., Srinivasan, A., & Chintakananda, A. (2020). The persistence of platforms: The role of network, platform, and complementor attributes. *Long Range Planning*, August 2018, 101987. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2020.101987>
- Moustaghfir, K., El Fatihi, S., & Benouarrek, M. (2020). Human resource management practices, entrepreneurial orientation and firm performance: what is the link? *Measuring Business Excellence*, 24(2), 267–283. <https://doi.org/10.1108/MBE-12-2019-0119>
- Neirotti, P., & Pesce, D. (2019). ICT-based innovation and its competitive outcome: the role of information intensity. *European Journal of Innovation Management*, 22(2), 383–404. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2018-0039>
- Pereira, R. M., Borini, F. M., Santos, L. L., & Oliveira, M. de M. (2020). Environmental conditions, subsidiaries' autonomy and global innovation in multinational enterprises. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 11(2), 257–272. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2018-0072>
- Purc, E., & Lagun, M. (2019). Personal values and innovative behavior of employees. *Frontiers in Psychology*, 10(APR). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00865>
- Weinberger, E., Wach, D., Stephan, U., & Wegge, J. (2018). Having a creative day: Understanding entrepreneurs' daily idea generation through a recovery lens. *Journal of Business Venturing*, 33(1), 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.09.001>
- Whittaker, D. H., Fath, B., & Fiedler, A. (2020). Open to competition? Competitive density and the growth of young New Zealand ventures. *Australian Journal of Management*, 45(2), 343–358. <https://doi.org/10.1177/0312896219883914>

Zhang, R., & Sun, B. (2019). A competitive dynamics perspective on evolutionary game theory, agent-based modeling, and innovation in high-tech firms. *Management Decision*, 58(5), 948–966. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2018-0666>