



Bibliometric Analysis: Business Innovation Research Trends in the Post-Election Era

Saskia Fadilla Nur Rachman
Universitas Siliwangi

Corresponding Author: Saskia Fadilla saskiafadillanurrachman@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Innovation, Business, Elections, Bibliometrics, Digital Era

Received : 28, March

Revised : 20, April

Accepted: 25, May

©2024 Rachman: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Elections are identified as a driver of social and political change that influences the business climate. The study used bibliometric analysis of 10 scientific articles from 2014 to 2024 to analyze research trends. Findings show variations in the number of publications over time, with a focus on adaptive business strategy, business model innovation, and capital markets integration. Dominant keywords include economy, sentiment, election, government, and policy. The research results provide insight into how post-election changes affect business innovation, providing important implications for business practitioners in responding to these changes.

Analisis Bibliometrik: Tren Penelitian Inovasi Bisnis di Era Pasca Pemilu

Saskia Fadilla Nur Rachman

Universitas Siliwangi

Corresponding Author: Saskia Fadilla saskiafadillanurrachman@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Inovasi, Bisnis, Pemilu, Bibliometrik, Era Digital

Received : 28, Maret

Revised : 20, April

Accepted: 25, Mei

©2024 Rachman: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Pemilihan umum diidentifikasi sebagai pendorong perubahan sosial dan politik yang mempengaruhi iklim bisnis. Studi menggunakan analisis bibliometrik terhadap 10 artikel ilmiah dari 2014 hingga 2024 untuk menganalisis tren penelitian. Temuan menunjukkan variasi jumlah publikasi seiring waktu, dengan fokus pada strategi bisnis adaptif, inovasi model bisnis, dan integrasi pasar modal. Kata kunci yang dominan termasuk ekonomi, sentimen, pemilu, pemerintahan, dan kebijakan. Hasil penelitian memberikan wawasan tentang bagaimana perubahan pasca pemilu mempengaruhi inovasi bisnis, memberikan implikasi penting bagi praktisi bisnis dalam menanggapi perubahan tersebut.

PENDAHULUAN

Dalam dinamika lanskap bisnis global, perubahan yang berlangsung dalam era digital pasca pemilu menimbulkan tantangan dan peluang yang signifikan bagi organisasi dan praktisi bisnis. Seiring dengan pemilu, terjadi pergeseran kebijakan politik dan regulasi yang berdampak langsung pada strategi dan praktik bisnis di berbagai sektor. Perubahan ini memicu perubahan perilaku konsumen, menciptakan peluang baru, serta menghadirkan risiko yang belum terduga (Wahyuni, 2019). Di tengah kompleksitas ini, inovasi bisnis menjadi salah satu instrumen yang sangat penting untuk memahami dan menanggapi perubahan-perubahan tersebut dengan cara yang cepat dan efektif. Penelitian ini memiliki urgensi yang dapat ditinjau dari berbagai perspektif. Pertama, pemilu seringkali menjadi tonggak bagi perubahan sosial dan politik yang signifikan. Perubahan kebijakan dan regulasi yang dihasilkan dari pemilu secara langsung dapat memengaruhi iklim bisnis dan mendorong organisasi untuk mengadaptasi strategi dan operasi mereka sesuai dengan lingkungan yang baru (Anita et al., 2019). Oleh karena itu, pengetahuan tentang tren penelitian inovasi bisnis pasca pemilu dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana perubahan politik ini memengaruhi fokus dan arah penelitian dalam konteks bisnis.

Kedua, transformasi digital yang terjadi di berbagai sektor telah mengubah secara fundamental mengenai cara bisnis beroperasi. Melalui penggunaan teknologi informasi hingga adopsi model bisnis baru yang didorong oleh platform digital, maka inovasi telah menjadi kunci dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital (Putri et al., 2022). Dengan melakukan analisis bibliometrik, maka tren penelitian yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital ini dapat diidentifikasi. Hal ini tidak hanya penting untuk memahami perkembangan terkini dalam bidang inovasi bisnis, tetapi juga untuk mengidentifikasi celah pengetahuan yang perlu diisi supaya organisasi dapat bersaing secara efektif di pasar yang dinamis ini.

Penelitian ini berkontribusi dengan menyajikan gambaran menyeluruh tentang tren penelitian inovasi bisnis, memperlihatkan perkembangan terkini, serta memberikan pandangan tentang arah penelitian masa depan. Dengan menganalisis artikel-artikel dari berbagai jurnal, penelitian ini akan memperkaya pemahaman kita tentang topik-topik yang dominan, kerangka konseptual yang mendominasi, serta kolaborasi antara peneliti dalam mendukung pengembangan pengetahuan di bidang inovasi bisnis. Kebaruan dari penelitian ini meliputi identifikasi tren utama dalam penelitian inovasi bisnis pasca pemilu, pengungkapan kebaruan yang belum terungkap sebelumnya, serta menjadi sinyal untuk arah penelitian yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut. Melalui analisis bibliometrik ini maka dapat memberikan pemahaman bagaimana topik tentang inovasi bisnis di era pasca pemilu telah berkembang dari waktu ke waktu, bagaimana kerangka konseptual telah berevolusi, dan bagaimana kolaborasi antar peneliti telah membentuk ke arah penelitian ini. Inti permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu bagaimana tren penelitian inovasi bisnis berubah di era digital pasca pemilu dan apa implikasi bagi praktisi dan peneliti di bidang ini. Dengan demikian, tujuan penelitian ini yaitu untuk

mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang arah penelitian inovasi bisnis pasca pemilu dan mengidentifikasi area yang memerlukan penelitian yang lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi bisnis merupakan penerapan barang atau jasa yang baru atau dengan pengembangan yang signifikan terhadap produk (barang atau jasa), proses, metode, pemasaran atau metode organisasi dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal. Inovasi bisnis menjadi sebuah cara untuk mengubah nilai dan kepuasan yang diperoleh pelanggan dari sumber daya. Melalui inovasi bisnis, maka suatu produk baru dapat diperkenalkan ke pasar melalui kombinasi orientasi strategis dengan perilaku inovatif (Hamali, 2012). Berdasarkan hasil penelitian (Wahyudi, 2019), terdapat beberapa jenis inovasi bisnis, antara lain:

1. Inovasi produk

Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Ada tiga kategori inovasi produk yaitu *product line extensions*, *product new to the company*, dan *product new to the world*. *Product line extensions* merupakan produk yang relatif baru di pasar tetapi tidak baru bagi perusahaan. *Product new to the company* merupakan produk yang relatif baru bagi perusahaan tetapi sudah dikenal di pasar. Sementara itu, *product new to the world* merupakan produk baru baik bagi perusahaan maupun bagi pasar (Hartini, 2012).

2. Inovasi proses

Inovasi proses merupakan inovasi yang menghasilkan perubahan dalam cara memproduksi suatu produk dengan memperkenalkan elemen-elemen baru ke dalam proses produksi, input operasi, spesifikasi tugas, mekanisme kerja, dan arus informasi. Tujuan inovasi proses yaitu untuk mencapai biaya yang lebih rendah dan/atau kualitas produk yang lebih tinggi (Hartini, 2012).

3. Inovasi layanan

Inovasi layanan merupakan inovasi yang melibatkan penyediaan layanan baru seperti layanan transportasi dan logistik, layanan informasi, dan layanan berbasis pengetahuan. Layanan dicirikan oleh intangibilitas (tidak dapat disentuh), heterogenitas (kualitas bervariasi), dan ketidakterpisahan (konsumsi dan produksi bersamaan). Inovasi layanan bertujuan untuk memberikan manfaat baru kepada pelanggan melalui pengembangan layanan (Wahyudi, 2019).

4. Inovasi model bisnis

Inovasi model bisnis adalah inovasi bentuk bisnis baru dengan dimensi yang berbeda dari inovasi produk, proses, atau organisasi. Model bisnis baru dapat berupa cara baru dalam menciptakan, mengirimkan, dan menjadwalkan nilai moneter melalui produk dan layanan bisnis. Contoh inovasi model bisnis yaitu dengan mengubah cara bisnis memperoleh pendapatan (dari penjualan menjadi berbasis langganan), mengubah saluran distribusi (dari toko menjadi *online*), atau cara membangun hubungan dengan pelanggan. Tujuan dari inovasi model bisnis yaitu untuk meningkatkan keuntungan melalui cara baru dalam menciptakan dan menangkap nilai, bukan hanya melalui perbaikan eksisting (Wahyudi, 2019).

5. Inovasi sosial

Inovasi sosial merupakan perubahan yang terkait dengan aktivis sosial, gerakan sosial, wirausaha sosial, dan LSM untuk menanggapi isu sosial. Tujuan dari inovasi sosial yaitu untuk mengubah pola konsumsi dan produksi menjadi lebih berkelanjutan dengan fokus pada penyediaan solusi teknologi untuk mengatasi masalah sosial. Inovasi sosial berfokus pada penyelesaian masalah sosial terkait kelompok lemah dan berusaha memberdayakan mereka. Contohnya adalah pengembangan teknologi pendidikan untuk daerah terpencil, bisnis mikro yang mendukung penghasilan komunitas, atau produk ramah lingkungan (Wahyudi, 2019).

Selain itu, inovasi bisnis juga dapat berupa inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Inovasi pemasaran merupakan implementasi suatu metode pemasaran baru dalam hal pengepakan, desain, penempatan, dan promosi produk serta penerapan harga. Dalam hal desain produk, perubahan yakni dalam bentuk dan penampilan bukan mengubah fungsi dan karakteristiknya. Sasaran dari inovasi pemasaran yaitu untuk meningkatkan penjualan, market share dan membuka pasar baru. Sementara itu, inovasi organisasi merupakan implementasi metode organisasional baru dalam praktek bisnis perusahaan, organisasi tempat bekerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengurangan biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja, dan reduksi biaya pasokan (Hamali, 2012).

Inovasi bisnis memiliki keterkaitan dengan pemilu. Berdasarkan hasil penelitian Erica P. Akbar et.al., 2019 terdapat keterkaitan antara pemilu dengan inovasi bisnis melalui pengaruhnya terhadap pasar modal. Pasar modal merupakan salah satu indikator kemajuan perekonomian suatu negara. Keadaan politik seperti hasil pemilu dapat memengaruhi kepercayaan investor dan psikologi mereka dalam berinvestasi. Peristiwa politik seperti pemilu berdampak pada kestabilan harga saham dan volume perdagangan di pasar

modal. Hal ini menunjukkan bahwa keadaan politik yang stabil dapat mendatangkan respon positif dari investor (Akbar et al., 2024).

Penelitian lainnya menjelaskan bahwa pemilu dianggap sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi kebijakan ekonomi syariah di Indonesia. Melalui proses demokrasi pemilu, maka akan terpilih kepala negara/pemimpin yang dapat memengaruhi kebijakan ekonomi dan keuangan di masa. Hasil pemilu yang tidak diantisipasi atau janji kebijakan yang tidak jelas dari para calon dapat menciptakan volatilitas di pasar kerunagan dan mengubah ekspektasi ekonomi jangka panjang. Hal ini tentu akan berdampak pada aktivitas bisnis dan inovasi. Pelaku bisnis dan keuangan syariah perlu merancang strategi yang lebih adaptif yang responsif terhadap perubahan lingkungan politik hasil pemilu. Oleh karena itu, mereka perlu berinovasi untuk dapat tetap bertahan dan berkembang di tengah kepastian akibat pemilu (Habibah, 2024). Pesatnya perkembangan teknologi turut berdampak terhadap cara bisnis beroperasi dan berinovasi. Transformasi digital telah memberikan dampak signifikan dengan mengubah paradigma operasional bisnis. Transformasi digital mencakup pergeseran mendasar dalam cara organisasi menjalankan operasinya, dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam berbagai aspek operasi. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan efisiensi, inovasi, dan pengalaman pelanggan (Fachrudin, 2019). Selain itu, transformasi digital dapat membuka peluang bagi bisnis untuk berinovasi dengan memanfaatkan teknologi-teknologi digital seperti AI, IoT, big data, dan platform digital. Dengan demikian, bisnis dapat menciptakan produk, layanan, dan model bisnis yang baru serta inovatif dengan memanfaatkan teknologi-teknologi tersebut (Marpaung et al., 2023).

Penelitian yang secara langsung mengeksplorasi tren inovasi bisnis setelah pemilu belum ditemukan. Namun, terdapat penelitian relevan yang menjelaskan bahwa setelah pemilu, pemerintahan baru biasanya ingin memberikan dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi sehingga hal ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan inovatif demi mendukung program-program pemerintah. Perusahaan diajak untuk lebih aktif berperan dalam pembangunan dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada UMKM agar ikut bertumbuh. Hal tersebut membuka peluang bagi perusahaan untuk berinovasi dan memasarkan produknya ke segmen baru atau menawarkan program-program pengemabnagan usaha (Kango, Saerang, Mangantar, et al., 2020).

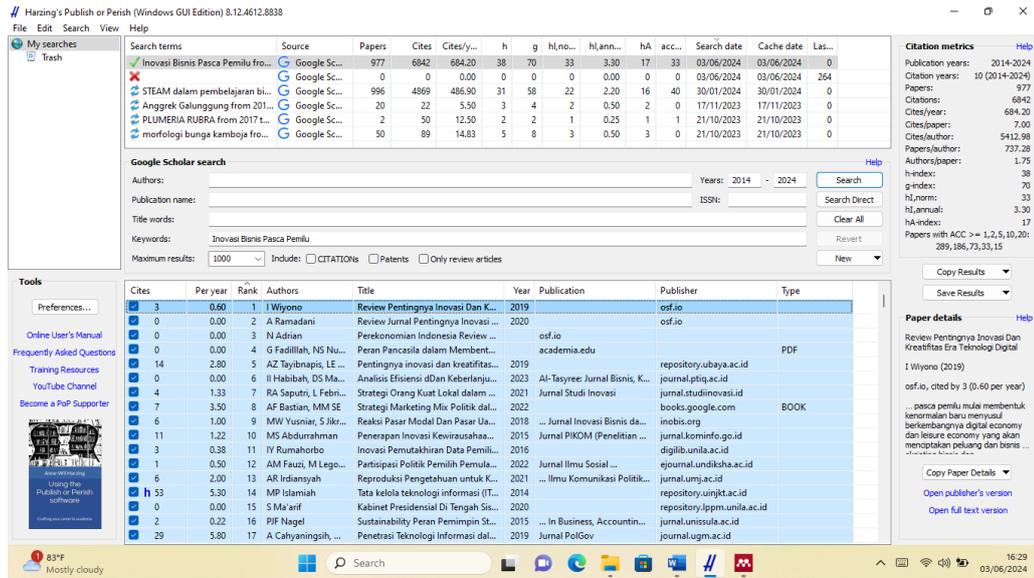
METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis bibliometrik melalui pemetaan metadata artikel ilmiah yang berkaitan dengan inovasi bisnis pasca pemilu yang diperoleh dari *database* Google Scholar. Penggunaan analisis bibliometrik ini mengacu pada penelitian untuk mengkaji semua penelitian yang tersedia sehubungan dengan topik penelitian tertentu yang relevan (Hasna, 2021). Terdapat beberapa tahapan dalam analisis bibliometrik. Menurut (Dewi et al., 2021) metode analisis bibliometrik terdiri dari 5 tahapan sebagai berikut:

1. Menginvestigasi kata kunci: sebelum melakukan pengumpulan data maka ditentukan terlebih dahulu kata kunci untuk pencarian data yaitu “inovasi bisnis pasca pemilu”.
2. Pencarian artikel yang hanya fokus pada kata kunci yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data artikel dikumpulkan dari *database* Google Scholar selama 10 tahun terakhir (2014-2024) mengenai penelitian inovasi bisnis pasca pemilu. *Software* Publish or Perish digunakan untuk mencari artikel yang bersumber dari *database* Google Scholar. Hasil pencarian awal ditemukan sebanyak 977 artikel.
3. Reduksi artikel yang ditemukan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu bentuk karya ilmiah yang hanya berupa artikel, bahasa yang digunakan yakni bahasa Indonesia, dan konsep yang dikaji terkait inovasi bisnis pasca pemilu. Berdasarkan hasil reduksi diperoleh artikel sebanyak 10 artikel.
4. Mengelompokkan artikel sesuai dengan kriteria seperti tahun terbit, metode yang digunakan, ide inovasi bisnis pasca pemilu, serta dampak inovasi tersebut terhadap organisasi dan praktisi bisnis pasca pemilu.
5. Interpretasi data dibantu dengan menggunakan *software* VOS Viewer untuk menganalisis, memvisualisasikan, dan mengevaluasi informasi dari artikel yang telah dikumpulkan. VOS Viewer merupakan *software* yang berfungsi untuk membuat visualisasi jaringan berdasarkan istilah-istilah yang umum digunakan pada bidang tertentu (Hamad et al., 2019).

HASIL PENELITIAN

Inovasi bisnis di era pasca pemilu telah berkembang dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil pencarian dengan menggunakan kata kunci ‘inovasi bisnis pasca pemilu’ pada *software* Publish or Perish, diperoleh sebanyak 997 referensi yang bersumber dari *data base* Google Scholar.



Gambar 1. Jumlah Hasil dari Pencarian Referensi yang Relevan pada Software Publish or Perish Berdasarkan Kata Kunci

Selanjutnya, referensi yang telah diperoleh sebanyak 997 direduksi sebanyak dua kali. Reduksi pertama berdasarkan kriteria referensi yang akan dianalisis pada penelitian ini yakni jenis referensi artikel. Berdasarkan hasil reduksi pertama, diperoleh sebanyak 262 artikel. Reduksi kedua yaitu dengan memilih artikel yang relevan dengan pembahasan. Berdasarkan hasil *study literature review* telah diperoleh sebanyak 10 artikel yang relevan dengan topik inovasi bisnis di era pasca pemilu. Gambar 2. menunjukkan jumlah artikel yang diterbitkan per tahun sejak tahun 2014 hingga 2024.



Gambar 2. Tahun Distribusi Artikel

Artikel yang telah diperoleh dan relevan dengan topik penelitian kemudian diklasifikasikan berdasarkan jenis penelitian yang digunakannya. Adapun jenis penelitian yang digunakan dari artikel yang dikaji antara lain jenis penelitian kualitatif, kuantitatif, dan campuran (kualitatif-kuantitatif). Tabel 1. menunjukkan klasifikasi artikel berdasarkan jenis penelitian yang digunakannya.

Tabel 1. Jenis Penelitian Inovasi Bisnis di Era Pasca Pemilu

No.	Jenis Penelitian	Jumlah Referensi
-----	------------------	------------------

1.	Kualitatif	4	(Habibah & Maulida, 2023); (Nagel, 2015); (Ilham et al., 2021); (Fathurokhmah, 2021)
2.	Kuantitatif	5	(Sanger et al., 2023); (Kango, Saerang, & ..., 2020); (Wildan & Yulianti, 2021); (Junaedi et al., 2023); (Rahmawati & Anggoro, 2022)
3.	Campuran	1	(Zainudin & Suranto, 2014)

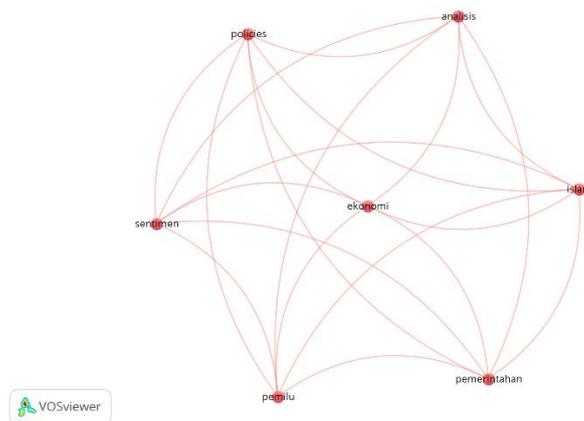
Selain diklasifikasikan berdasarkan jenis penelitiannya, artikel relevan kemudian dikaji dan diklasifikasikan berdasarkan kontribusi penelitiannya. Dari 10 artikel, diperoleh delapan kontribusi penelitian yang terkait dengan inovasi bisnis di era pasca pemilu sebagaimana yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Kontribusi Penelitian Inovasi Bisnis di Era Pasca Pemilu

No.	Kontribusi Penelitian	Jumlah	Referensi
1.	Strategi bisnis yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan politik pasca pemilu.	2	(Habibah & Maulida, 2023); (Ilham et al., 2021)
2.	Inovasi model bisnis perlu mengikuti perkembangan zaman.	1	(Nagel, 2015)
3.	Integrasi pasar modal Indonesia terhadap beberapa pasar modal yang tergabung dalam Presidensi G20.	1	(Sanger et al., 2023)
4.	Reaksi pasar modal Indonesia terhadap peristiwa pemilihan presiden Amerika Serikat dan pelantikan kabinet baru yang meliputi tiga variabel yaitu <i>abnormal return</i> , <i>trading volume activity</i> , dan frekuensi perdagangan saham perusahaan BUMN.	2	(Rahmawati & Anggoro, 2022); (Kango, Saerang, & ..., 2020)
5.	Pengaruh variabel keputusan keuangan, strategi diversifikasi, efisiensi operasional, dan inovasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi.	1	(Wildan & Yulianti, 2021)
6.	Dampak deklarasi pasangan capres cawapres Indonesia terhadap dinamika pasar modal	1	(Junaedi et al., 2023)

7.	Inovasi bisnis di era pasca pemilu program pemberdayaan masyarakat industri dalam Program Tegal Bisnis.	1	(Zainudin & Suranto, 2014)
8.	Inovasi bisnis di era pasca pemilu dengan memanfaatkan media sosial.	1	(Fathurokhmah, 2021)

Setelah artikel relevan dikaji dan diklasifikasikan, selanjutnya dilakukan pemetaan kata kunci dengan menggunakan *software* VOSviewer. Berdasarkan hasil pemetaan maka diperoleh tujuh kata kunci yang dominan antara lain: ekonomi, sentimen, pemilu, pemerintahan, islam, analisis, policies.



Gambar 3. Visualisasi Berdasarkan Network Relationship dengan Menggunakan VOSviewer

PEMBAHASAN

Berdasarkan Gambar 2. diketahui bahwa tren penelitian dengan tema inovasi bisnis di era pasca pemilu mengalami peningkatan dan penurunan. Secara keseluruhan, jumlah publikasi yang mengkaji tentang inovasi bisnis di era pasca pemilu belum banyak dilakukan. Jumlah publikasi terbanyak ada pada tahun 2021 dan 2023 dengan masing-masing jumlah 3 artikel. Sementara itu, jumlah publikasi paling sedikit ada pada tahun 2014, 2015, 2020, dan 2024. Sedikitnya artikel tentang inovasi bisnis di era pasca pemilu karena perhatian publik dan media cenderung lebih terfokus pada hasil pemilu, kebijakan pemerintah baru, dan perubahan politik yang terjadi setelah pemilihan. Hal tersebut dapat mengalihkan perhatian publik dari isu-isu bisnis. Walaupun demikian, inovasi bisnis tetap penting untuk pertumbuhan ekonomi dan stabilitas pasar di masa mendatang.

Perubahan lingkungan politik pasca pemilu dapat berdampak terhadap bisnis sehingga mendorong para praktisi dan pelaku bisnis untuk melakukan inovasi. Pemilu dapat menimbulkan ketidakpastian politik yang berdampak pada fluktuasi pasar keuangan dan perubahan ekspektasi ekonomi jangka panjang. Oleh karena itu, perlu pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika ini untuk memprediksi dan merespons perubahan ekonomi dan keuangan selama periode dan pasca pemilu (Habibah & Maulida, 2023; Ilham et

al., 2021). Inovasi model bisnis sangat penting untuk dilakukan, salah satunya di era pasca pemilu, supaya perusahaan dapat tetap bertahan. Perusahaan perlu mengembangkan model bisnis yang kreatif dan disruptif dibandingkan dengan pesaing. Model bisnis yang *out of the box* menjadi kunci keunggulan. Fokus pada pelanggan (*customer centric*) dengan memahami kebutuhan dan perilaku konsumen yang selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Pemanfaatan teknologi digital juga perlu dimaksimalkan sebagai *enabler* untuk melakukan inovasi bisnis. Selain itu, membangun kolaborasi dan ekosistem bisnis baru dengan mitra-mitra strategis untuk mengembangkan produk/layanan yang lebih kompleks dapat menjadi sebuah solusi yang lebih terintegrasi dalam menghadapi kondisi ekonomi pasca pemilu yang tidak dapat diprediksi (Nagel, 2015).

Berdasarkan hasil kajian diketahui bahwa inovasi bisnis di era pasca pemilu memiliki kontribusi signifikan dalam memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pelaku usaha. Tren inovasi bisnis di era pasca pemilu bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk kontribusi dari penelitian-penelitian terdahulu. Pertama, tren penelitian dalam strategi bisnis adaptif diperoleh sebanyak 2 artikel yang mana penelitian ini menyoroti pentingnya strategi bisnis yang adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan politik pasca pemilu (Habibah & Maulida, 2023; Ilham et al., 2021). Kedua, tren penelitian inovasi model bisnis yang ditemukan sejumlah 1 artikel, penelitian ini menekankan perlunya inovasi model bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman (Nagel, 2015). Penelitian tentang integrasi pasar modal Indonesia dalam presidensi ditemukan sejumlah 1 artikel. Integrasi pasar modal Indonesia dalam forum Presidensi G20 dapat memengaruhi tren inovasi bisnis di era pasca pemilu dengan membuka akses terhadap sumber daya dan peluang baru serta memperkuat ikatan ekonomi antara Indonesia dengan negara-negara anggota G20 (Sanger et al., 2023). Tidak hanya itu, reaksi pasar modal Indonesia juga penting. Artikel yang mengkaji tentang reaksi pasar modal Indonesia terhadap pemilu ditemukan sejumlah 2 artikel. Pemahaman tentang bagaimana pasar modal Indonesia bereaksi terhadap peristiwa pemilihan presiden Amerika Serikat dan pelantikan kabinet baru dapat memengaruhi keputusan bisnis dan strategi investasi di era pasca pemilu (Kango, Saerang, & ..., 2020; Rahmawati & Anggoro, 2022).

Penelitian tentang variabel keputusan keuangan, strategi diversifikasi, efisiensi operasional, dan inovasi terhadap nilai perusahaan ditemukan sejumlah 1 artikel, membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam konteks bisnis barang konsumsi. Penemuan dari penelitian ini dapat memberikan pandangan yang berguna bagi bisnis untuk mengembangkan strategi inovasi pasca pemilu (Wildan & Yulianti, 2021). Analisis atas deklarasi pasangan capres cawapres Indonesia terhadap dinamika pasar modal juga ditemukan hanya berjumlah 1 artikel yang mana penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana kebijakan politik pasca pemilu dapat memengaruhi perilaku pasar modal dan strategi bisnis yang relevan (Junaedi et al., 2023). Inovasi bisnis di era pas pemilu melalui pemberdayaan ditemukan 1 artikel. Inovasi bisnis dalam program pemberdayaan masyarakat industri, seperti program Tegal Bisnis, dapat menjadi salah satu langkah strategis untuk

menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan inovasi di era pasca pemilu, dengan melibatkan sektor-sektor industri yang berpotensi untuk berkembang (Zainudin & Suranto, 2014). Selain itu, ditemukan penelitian yang membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai inovasi bisnis di era pasca pemilu sejumlah satu artikel. Penelitian ini menyoroti pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana inovasi bisnis di era pasca pemilu. Media sosial dapat menjadi platform yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan mengidentifikasi tren pasar baru setelah pemilu (Fathurokhmah, 2021).

Hasil pemetaan menggunakan *software* VOSviewer menunjukkan terdapat tujuh kata kunci yang saling berhubungan. Hubungan antara kata kunci tersebut dalam konteks artikel tentang tren penelitian inovasi bisnis di era pasca pemilu adalah sebagai berikut:

1. Ekonomi dan Pemerintahan: Perubahan politik pasca pemilu dapat memengaruhi kondisi ekonomi secara keseluruhan dan kebijakan pemerintah terkait dengan bisnis dan investasi.
2. Pemilu dan Sentimen: Hasil pemilihan umum dan perubahan pemerintahan dapat mempengaruhi sentimen investor dan konsumen terhadap ekonomi dan bisnis.
3. Pemerintahan dan Policies: Kebijakan pemerintah pasca pemilu, seperti kebijakan fiskal atau moneter, akan memengaruhi arah inovasi bisnis melalui regulasi dan insentif.
4. Islam dan Pemilu: Di negara dengan mayoritas penduduk Muslim, pemilihan umum dapat memengaruhi kebijakan ekonomi dan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Analisis dan Pemilu: Analisis data pasar dan perilaku konsumen pasca pemilu dapat memberikan wawasan tentang tren inovasi bisnis yang baru atau berkembang.

Dengan demikian, semua kata kunci tersebut saling terkait dan memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang dinamika inovasi bisnis di era pasca pemilu.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting:

1. Tren penelitian mengenai inovasi bisnis di era pasca pemilu belum banyak dilakukan. Hanya terdapat sepuluh artikel yang secara spesifik membahas tentang topik ini.
2. Jenis penelitian yang dominan adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah lima artikel. Sedangkan penelitian kualitatif dan campuran masing-masing memiliki empat dan satu artikel.
3. Kontribusi penelitian yang dihasilkan antara lain memberikan pemahaman tentang strategi bisnis yang adaptif pasca pemilu, perlunya inovasi model bisnis sesuai

perkembangan zaman, dan reaksi pasar modal terhadap peristiwa politik.

4. Kata kunci dominan yang muncul dalam pemetaan literatur meliputi ekonomi, sentimen, pemilu, pemerintahan, dan kebijakan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, hal-hal berikut dapat direkomendasikan sebagai penelitian lanjutan

1. Dilakukannya penelitian kualitatif dengan studi kasus lebih dalam tentang inovasi bisnis yang dilakukan perusahaan pasca pemilu.
2. Penelitian lanjutan mengenai strategi inovasi bisnis yang responsif dan adaptif terhadap perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah baru.
3. Analisis dampak spesifik jenis pemilu (legislatif atau presiden) terhadap kondisi dan tren inovasi bisnis.
4. Model inovasi bisnis terbaik bagi UMKM untuk dapat tumbuh dan berkembang di era pasca pemilu.
5. Peran teknologi digital dalam mendukung inovasi bisnis berkelanjutan di masa depan pasca pemilu.

PENELITIAN LANJUTAN

Berdasarkan artikel yang diteliti, terdapat beberapa penelitian lanjutan yang dapat dilakukan, antara lain:

1. Meneliti lebih dalam terkait strategi inovasi bisnis yang dilakukan perusahaan-perusahaan tertentu untuk menjadi lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan politik pasca pemilu. Penelitian ini dapat mengambil studi kasus beberapa perusahaan skala besar maupun UMKM.
2. Menganalisis lebih mendalam terkait model bisnis baru dan inovatif apa saja yang dirancang dan diterapkan perusahaan untuk tetap bertahan di era pasca pemilu. Penelitian ini dapat mengidentifikasi berbagai contoh terbaik model bisnis inovatif.
3. Melakukan kajian lanjutan mengenai integrasi pasar modal Indonesia dengan pasar lain di kawasan Asia Pasifik maupun global. Analisis dampak integrasi terhadap arus modal masuk asing.
4. Meneliti lebih spesifik dampak hasil pemilu presiden Amerika Serikat 2024 terhadap indikator ekonomi-keuangan Indonesia seperti IHSG, nilai tukar rupiah, dan lainnya.
5. Melakukan pengembangan model untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal terhadap kinerja inovasi bisnis perusahaan di era pasca pemilu.
6. Mendesain model optimal inovasi bisnis UMKM yang dapat memberdayakan dan membantu pertumbuhan UMKM di era pasca pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, E. P., Saerang, I. S., & Maramis, J. B. (2024). REAKSI PASAR MODAL TERHADAP PENGUMUMAN KEMENANGAN PRESIDEN JOKO WIDODO BERDASARKAN KEPUTUSAN KPU PEMILU PERIODE 2019-2024 *Erica P . Akbar , Ivonne S . Saerang , Joubert B . Maramis Kata Kunci : Event Study , Corresponding author : Erica P . Akbar.* 6(2), 123–131.
- Anita, Amah, N., & Sudrajat, M. A. (2019). *Analisis Komparasi Harga Saham, Abnormal Return, dan Trading Volume Activity Sebelum dan Sesudah Pemilu Serentak 17 April 2019.*
- Dewi, P. S., Widodo, A., Rochintaniawati, D., & Prima, E. C. (2021). WEB-BASED INQUIRY IN SCIENCE LEARNING : BIBLIOMETRIC. *Indonesian Journal of Science and Mathematics Education*, 04(July), 191–203. <https://doi.org/10.24042/ijsme.v4i2.9576>
- Fachrudin, A. (2019). *Paradoks Pemilu Serentak 2019 Catatan dari Luar Bilik Suara.* repository.ptiq.ac.id. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/796/1/Buku-02.pdf>
- Fathurokhmah, F. (2021). Lanskap Dinamika Kekuasaan Industri Media Di Indonesia: Perspektif Politik Dan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7456/0>
- Habibah, I. I. (2024). *Analisis Efisiensi dan Keberlanjutan Ekonomi Syariah dalam Konteks Pemilu 2024 di Indonesia : Bibliography Study.* 15(02), 63–72.
- Habibah, I. I., & Maulida, D. S. (2023). Analisis Efisiensi Dan Keberlanjutan Ekonomi Syariah dalam Konteks Pemilu 2024 di Indonesia: Bibliography Study. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan* <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/1520>
- Hamad, S., Shah, H., Lei, S., & Ali, M. (2019). *Prosumption : bibliometric analysis using HistCite and VOSviewer analysis.* 1980. <https://doi.org/10.1108/K-12-2018-0696>
- Hamali, S. (2012). *Pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri kecil pakaian jadi kota bandung.* 311–323.

- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 82–88.
- Hasna, N. (2021). *PENGELOLAAN OBAT LASA (LOOK ALIKE SOUND ALIKE) DI INDONESIA DENGAN METODE SISTEMATIKA LITERATUR REVIEW*.
- Ilham, M., Lukman, S., & Wargadinata, E. L. (2021). DAMPAK DAN MODEL BARU PEMERINTAHAN TERBELAH PASCA PEMILIHAN GUBERNUR KALIMANTAN BARAT TAHUN 2018. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu* <http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1056/>
- Junaedi, D., Supriyatna, R. K., Arsyad, M. R., & ... (2023). Dampak Deklarasi Capres-Cawapres terhadap Dinamika Pasar Modal di Indonesia. ... , *Keuangan &Bisnis* <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/2948>
- Kango, A., Saerang, I. S., & ... (2020). Analisis Reaksi Pasar Sebelum dan Sesudah Pelantikan Kabinet Indonesia Maju Pada Perusahaan BUMN di Bursa Efek Indonesia. ... *Bisnis Dan Inovasi* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/30295>
- Kango, A., Saerang, I. S., Mangantar, M., & Ratulangi, U. S. (2020). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat)*. 7(3), 354–367.
- Marpaung, S. F., Siregar, H. Z., Abdillah, F., & Fadilla, H. (2023). *Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi*. 3, 6111–6122.
- Nagel, P. J. F. (2015). Sustainability Peran Pemimpin Strategi Sdm Dalam Perspektif Persaingan Bisnis Modern. ... *In Business, Accounting, And Management* (CBAM) <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/cbam/article/view/286>
- Putri, O. A., Hariyanti, S., & Kediri, I. (2022). *Review Artikel : Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen*. 1(1).

- Rahmawati, S. A., & Anggoro, A. (2022). REAKSI PASAR MODAL INDONESIA TERHADAP PEMILU PRESIDEN AMERIKA SERIKAT TAHUN 2020. *TEMA*. <https://tema.ub.ac.id/index.php/tema/article/view/639>
- Sanger, M., Pontoh, W., & Murni, S. (2023). INTEGRASI PASAR MODAL INDONESIA TERHADAP BEBERAPA PASAR MODAL YANG TERGABUNG DALAM PRESIDENSI G20 (SESUDAH UANG BARU TAHUN *Manajemen Bisnis Dan Inovasi* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/52754>
- Wahyudi, S. (2019). *Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka*. 5(2).
- Wahyuni, D. (2019). DAMPAK PILPRES TERHADAP GEJOLAK EKONOMI : EFEK PERBEDAAN 3 PEMILU MASA CAPRES TERHADAP VOLATILITAS IHSG. 07.
- Wildan, M., & Yulianti, N. W. (2021). Pengaruh Keputusan Keuangan, Strategi Diversifikasi, Efisiensi Operasional Dan Inovasi Terhadap Nilai Perusahaan. In *Jurnal Akuntansi*. pdfs.semanticscholar.org/5192/bbcc07e9b3b94657cafe7c62d9f2b5f9d096.pdf
- Zainudin, A., & Suranto, S. (2014). Kebijakan Program Pemberdayaan Masyarakat Industri: Studi Kasus Implementasi Program Tegal Bisnis. *Journal of Governance and Public Policy*. <https://journal.umy.ac.id/index.php/GPP/article/view/2090>