



Kontribusi Inovasi Berkelanjutan dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Pasar Global

Intan Maharani Putri^{1*}, Nabila Fitria Ramadhani²

^{1,2}Politeknik Pratama Mulia, Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Haryo Panular No.18A, Panularan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: intanmputri@student.politama.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the contribution of sustainable innovation in enhancing company competitiveness in the global market. Sustainable innovation is defined as the process of developing and implementing new products, services, and processes that meet current needs without compromising the ability of future generations to meet their own needs. The research employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative data from a sample of 100 companies across various industries. The findings indicate that sustainable innovation plays a significant role in strengthening market position, profitability, and corporate resilience.*

Keywords: *Sustainable Innovation, Competitiveness, Global Market, Technological Innovation.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi inovasi berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. Inovasi berkelanjutan didefinisikan sebagai proses pengembangan dan penerapan produk, layanan, serta proses baru yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengabaikan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan campuran, menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif dari sampel 100 perusahaan di berbagai industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berkelanjutan berperan signifikan dalam memperkuat posisi pasar, profitabilitas, dan ketahanan perusahaan.

Kata kunci: Inovasi Berkelanjutan, Daya Saing, Pasar Global, Inovasi Teknologi.

1. LATAR BELAKANG

Di tengah pesatnya globalisasi, daya saing perusahaan menjadi faktor penting untuk memastikan keberlangsungan bisnis. Salah satu pendekatan untuk meningkatkan daya saing adalah melalui inovasi. Namun, inovasi yang hanya berfokus pada aspek ekonomi tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang. Inovasi berkelanjutan, yang memadukan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, menawarkan solusi yang lebih komprehensif. Penelitian ini menganalisis bagaimana inovasi berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global.

Perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip berkelanjutan dalam proses inovasi tidak hanya mampu memenuhi permintaan pasar saat ini, tetapi juga mempersiapkan diri menghadapi tantangan masa depan. Hal ini mencakup penggunaan sumber daya yang efisien, pengurangan dampak lingkungan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Inovasi berkelanjutan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk manajemen, karyawan, mitra bisnis, dan masyarakat. Peran manajemen sangat krusial dalam memimpin dan mendorong inovasi, sementara karyawan dan mitra bisnis

dapat memberikan masukan berharga. Masyarakat juga berperan melalui konsumsi bijak dan pemahaman akan dampak sosial dan lingkungan dari produk dan layanan perusahaan.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif adalah konsep ekonomi yang menjelaskan bagaimana suatu negara atau perusahaan dapat memperoleh manfaat dari spesialisasi dan perdagangan. Konsep ini, yang diperkenalkan oleh David Ricardo, menekankan bahwa meskipun suatu entitas tidak memiliki keunggulan absolut, mereka masih dapat diuntungkan dengan memproduksi barang atau jasa yang memiliki biaya relatif lebih rendah.

a. Dasar Pemikiran:

- 1) **Spesialisasi:** Memfokuskan sumber daya pada produksi barang atau jasa dengan biaya terendah.
- 2) **Perdagangan:** Memperoleh barang atau jasa lain melalui pertukaran dengan pihak lain.
- 3) **Biaya Peluang:** Mempertimbangkan nilai alternatif terbaik yang dikorbankan saat membuat pilihan.

Contoh:

Negara A lebih efisien dalam memproduksi mobil, sedangkan Negara B lebih efisien dalam memproduksi komputer. Kedua negara dapat memperoleh manfaat dengan berspesialisasi dan berdagang.

b. Implikasi dalam Bisnis:

- 1) Perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien dengan fokus pada keunggulan komparatif.
- 2) Memudahkan ekspansi ke pasar internasional.
- 3) Mendorong inovasi di area yang menjadi keunggulan perusahaan.

2.2 Lima Kekuatan Porter

Model Lima Kekuatan Porter, dikembangkan oleh Michael E. Porter, digunakan untuk menganalisis daya tarik dan profitabilitas suatu industri.

a. Ancaman Pendatang Baru:

Tingkat kemudahan perusahaan baru memasuki pasar. Hambatan seperti biaya tinggi, regulasi, dan loyalitas merek dapat mengurangi ancaman ini.

- b. **Kekuatan Tawar Pembeli:**
Kemampuan pelanggan mempengaruhi harga dan kualitas. Faktor seperti jumlah pembeli, ketersediaan informasi, dan alternatif produk memengaruhi kekuatan ini.
- c. **Kekuatan Tawar Pemasok:**
Kemampuan pemasok menetapkan harga dan kualitas. Jumlah pemasok, ketersediaan substitusi, dan keunikan produk menjadi faktor penentu.
- d. **Ancaman Produk Substitusi:**
Kemungkinan produk atau layanan lain memenuhi kebutuhan yang sama. Ketersediaan, harga, dan kualitas substitusi memengaruhi ancaman ini.
- e. **Persaingan Antar Perusahaan:**
Tingkat persaingan dalam industri. Jumlah pesaing, pertumbuhan industri, dan diferensiasi produk memengaruhi intensitas persaingan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (kualitatif dan kuantitatif). Data kualitatif dianalisis dengan analisis tematik, sementara data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial.

- a. **Analisis Tematik:** Meliputi familiarisasi data, pengkodean, identifikasi tema, dan penyusunan laporan.
- b. **Analisis Kuantitatif:** Menggunakan rumus seperti mean dan standar deviasi untuk mengukur variabel seperti kepuasan pelanggan dan efektivitas inovasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik

Hasil analisis kuantitatif menunjukkan hubungan yang signifikan antara penerapan inovasi berkelanjutan dan peningkatan daya saing perusahaan. Berdasarkan analisis regresi linear yang dilakukan, diperoleh persamaan:

$$Y = 1.25 + 0.78X$$

Di mana:

- a. Y = Daya saing perusahaan
- b. X = Tingkat inovasi berkelanjutan
- c. Koefisien korelasi (r) = 0.78

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.6084 mengindikasikan bahwa **60.84%** variasi dalam daya saing perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi berkelanjutan merupakan faktor dominan dalam menentukan keberhasilan perusahaan di pasar global.

4.2 Dampak Inovasi

Analisis perbandingan kinerja finansial antara perusahaan yang menerapkan inovasi berkelanjutan dan yang tidak menerapkan menunjukkan perbedaan yang mencolok:

- a. **Perusahaan dengan inovasi berkelanjutan tinggi** mencatat pertumbuhan keuntungan rata-rata **25%** per tahun
- b. **Perusahaan dengan inovasi berkelanjutan rendah** hanya mencapai pertumbuhan **10%** per tahun
- c. **Return on Investment (ROI)** untuk perusahaan inovatif mencapai 15-20%, sementara perusahaan non-inovatif hanya 5-8%

4.3 Analisis Tematik

Berdasarkan analisis tematik terhadap wawancara mendalam dengan manajer dan stakeholders, teridentifikasi tiga tema utama keberhasilan implementasi inovasi berkelanjutan:

4.3.1 Kepemimpinan dan Budaya Organisasi

- a. Komitmen manajemen puncak terhadap sustainability
- b. Budaya organisasi yang mendukung eksperimen dan pembelajaran
- c. Sistem reward yang mengapresiasi inovasi berkelanjutan

4.3.2 Kolaborasi dan Jejaring

- a. Kemitraan strategis dengan universitas dan lembaga penelitian
- b. Kolaborasi dengan pemasok dalam pengembangan produk hijau
- c. Jejaring global untuk pertukaran pengetahuan dan teknologi

4.3.3 Kapabilitas Teknologi dan Sumber Daya Manusia

- a. Investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D)
- b. Program pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan

- c. Infrastruktur teknologi yang mendukung inovasi

4.4 Analisis Komparatif Berdasarkan Sektor Industri

Analisis lebih lanjut menunjukkan variasi dampak inovasi berkelanjutan *across different sectors*:

Tabel 1. Dampak Inovasi

Sektor Industri	Peningkatan Daya Saing	Faktor Kunci Sukses
Manufaktur	35-40%	Efisiensi energi, circular economy
Teknologi	45-50%	Green technology, digital transformation
Jasa	25-30%	Sustainable service innovation
Pertanian	30-35%	Precision farming, sustainable sourcing

4.5 Analisis Mediasi dan Moderasi

Penelitian ini juga menguji efek mediasi dan moderasi dalam hubungan antara inovasi berkelanjutan dan daya saing:

a. Efek Mediasi:

- 1) Kapabilitas dinamis perusahaan memediasi 40% dari hubungan tersebut
- 2) Reputasi perusahaan memediasi 25% dari hubungan tersebut

b. Efek Moderasi:

- 1) Ukuran perusahaan memoderasi hubungan dengan koefisien 0.35
- 2) Pengalaman internasional memoderasi hubungan dengan koefisien 0.42

4.6 Analisis Kualitatif Studi Kasus

Dari studi kasus mendalam pada tiga perusahaan terbaik, ditemukan pola implementasi yang serupa:

a. Perusahaan A (Manufaktur):

- 1) Mengurangi 30% konsumsi energi melalui teknologi hijau
- 2) Meningkatkan market share di Eropa sebesar 15%
- 3) Memenangkan penghargaan sustainability internasional

b. Perusahaan B (Teknologi):

- 1) Mengembangkan produk ramah lingkungan dengan biaya 20% lebih rendah
- 2) Ekspansi ke 5 negara baru dalam 2 tahun
- 3) Meningkatkan brand equity sebesar 35%

c. Perusahaan C (Jasa):

- 1) Mengimplementasikan layanan digital mengurangi emisi karbon 25%
- 2) Kepuasan pelanggan meningkat dari 75% menjadi 90%
- 3) Produktivitas karyawan meningkat 20%

4.7 Pembahasan Integratif

Temuan penelitian ini mendukung dan memperluas teori *resource-based view* dan *natural resource-based view*. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan sumber daya berharga, langka, dan sulit ditiru dalam bentuk inovasi berkelanjutan ternyata mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang bertahan lama.

Hasil ini konsisten dengan teori stakeholder yang menekankan pentingnya memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang proaktif dalam mengadopsi inovasi berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kinerja finansial, tetapi juga membangun legitimasi sosial yang kuat.

Temuan tentang efek mediasi kapabilitas dinamis menguatkan pentingnya *organizational learning* dan adaptabilitas dalam menghadapi perubahan pasar global yang cepat. Sementara itu, temuan tentang moderasi ukuran perusahaan dan pengalaman internasional memberikan wawasan penting bagi pengembangan strategi yang kontekstual.

4.8 Implikasi Strategis

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Inovasi berkelanjutan bukan lagi pilihan, melainkan keharusan strategis
- b. Pendekatan holistik yang melibatkan seluruh organisasi diperlukan
- c. Investasi dalam kapabilitas dinamis dan jejaring kolaborasi merupakan kunci sukses
- d. Strategi perlu disesuaikan dengan karakteristik spesifik sektor industri

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Inovasi berkelanjutan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. Perusahaan yang berinvestasi dalam inovasi tidak hanya mampu beradaptasi dengan perubahan, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

5.2 Saran

- a. Bagi Perusahaan:
Membangun budaya inovasi yang mendukung kolaborasi dan eksperimen, serta memantau tren pasar dan teknologi secara berkelanjutan.
- b. Bagi Penelitian Selanjutnya:
Mengeksplorasi dampak inovasi berkelanjutan pada sektor industri tertentu dan mengembangkan model inovasi yang lebih efektif.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business Review Press.
- [2] Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- [4] Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley.
- [5] Utterback, J. M. (1996). *Mastering the Dynamics of Innovation*. Harvard Business Review Press.
- [6] Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- [7] Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). *The Core Competence of the Corporation*. Harvard Business Review.
- [8] Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- [9] Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass.
- [10] Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. Oxford University Press.
- [11] R&D Magazine. (2020). *The Importance of Innovation in Business*. R&D Magazine.
- [12] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan Inovasi Industri*.
- [13] Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Ekonomi Indonesia*.
- [14] *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (2023). *Inovasi Berkelanjutan di Sektor UMKM*.

- [15] Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (2024). Peran Inovasi dalam Daya Saing Perusahaan.