

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin ketat dalam kalangan perusahaan sehingga harus melakukan yang terbaik dalam hal kualitas produk yang harus dihasilkan. Perusahaan yang ingin mendapatkan kualitas produk yang lebih baik, maka perusahaan harus terus berinovasi agar dapat meningkatkan kualitas lingkungan dan kinerja bisnis yang berkelanjutan. Para manajer berpikir bahwa mereka telah menemukan dan mengembangkan beberapa strategi untuk mencapai kesuksesan di masa depan. Namun, di wilayah lain, teknologi baru, proses baru, kompetisi, dan pola perilaku konsumen selalu berubah (Wen & Harris, 2020).

Tantangan utama dalam dunia bisnis saat ini adalah bagaimana perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat dan perubahan zaman yang cepat. Dalam konteks ini, inovasi dan teknologi memainkan peran yang sangat penting. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, sementara teknologi membantu dalam mempercepat proses produksi, meningkatkan efisiensi, dan menjangkau pasar yang lebih luas (Gulo et al., 2024).

Keberlanjutan bisnis di era modern sangat erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan dalam berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara berkelanjutan. Inovasi bukan hanya tentang menciptakan produk baru, tetapi juga mencakup transformasi proses kerja, model bisnis, serta strategi pemasaran yang lebih efisien dan adaptif terhadap perubahan. Teknologi mendukung terciptanya

inovasi-inovasi tersebut melalui automasi, digitalisasi, dan pemanfaatan data secara cerdas (Lestari & Merthayasa, 2023).

Dalam konteks keberlanjutan, bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan potensi generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Inovasi dan teknologi berperan penting dalam mendukung prinsip ini, karena memungkinkan perusahaan untuk menciptakan sistem yang efisien, ramah lingkungan, dan adaptif terhadap perubahan. Inovasi dapat mendorong terciptanya produk atau proses yang lebih berkelanjutan, sementara teknologi membantu perusahaan menjangkau konsumen secara lebih efektif dan mempertahankan relevansi di pasar. Melalui pemanfaatan inovasi dan teknologi yang tepat, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, menjaga kepercayaan pasar, serta memperkuat posisi bisnis di tengah kompetisi global yang ketat (Hawa et al., 2023).

Perusahaan yang mampu mengadopsi inovasi dan teknologi secara tepat biasanya memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Mereka dapat dengan cepat merespons perubahan tren pasar, menyesuaikan strategi bisnisnya, serta memperbaiki dan menyempurnakan layanan pelanggan. Sebaliknya, perusahaan yang tertinggal dalam hal inovasi dan pemanfaatan teknologi cenderung mengalami stagnasi bahkan kebangkrutan (Bintang & Hendra, 2023).

Inovasi merupakan elemen kunci dalam menjaga keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin dinamis. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan proses kerja, model bisnis, serta strategi pemasaran yang lebih adaptif. Dengan terus berinovasi, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membedakan diri

dari pesaing. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperbesar peluang untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Inovasi yang konsisten menjadikan perusahaan lebih siap menghadapi perubahan pasar, sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga dalam jangka panjang (Oktarina et al., 2024).

Keberlanjutan suatu bisnis juga dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha untuk melakukan inovasi. Inovatif adalah kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi. Inovasi dianggap sebagai sebuah penyedia solusi untuk permasalahan yang rutin atau baru. Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda (Chai & Handoyo, 2024).

Penelitian yang dilakukan Chai & Handoyo (2024) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Inovasi dapat dipertimbangkan pada produk atau tingkat teknologi. Dalam konteks inovasi produk, faktor-faktor penting yang harus dipertimbangkan adalah desain, penelitian pasar, atribut produk dan pemasaran atau promosi. Inovasi teknologi terutama berkonsentrasi tentang bagaimanakah cara untuk menambahkan atribut baru untuk produk, yang diminta oleh pasar atau tentang bagaimanakah untuk menghasilkan produk yang efisien.

Inovasi di dalam model bisnis adalah perubahan yang signifikan dalam cara sebuah bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Di era digital,

inovasi model bisnis sering kali melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan efisien. Misalnya, penggunaan platform *e-commerce*, aplikasi *mobile*, dan media sosial dapat membantu perusahaan menjangkau pelanggan yang lebih luas dan berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif (Putri & Widadi, 2024).

Selain itu, teknologi juga mendukung keberlanjutan bisnis dari sisi lingkungan dan sosial. Misalnya, penggunaan sistem digital mengurangi ketergantungan pada kertas, otomatisasi mengurangi konsumsi energi, dan platform daring memungkinkan kolaborasi yang lebih luas tanpa batas geografis. Semua hal ini berkontribusi pada praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan dan inklusif, yang semakin dihargai oleh konsumen modern (Qoriah et al., 2025).

Pesatnya perkembangan teknologi digital yang ditandai dengan kehadiran berbagai alat komunikasi mutakhir, dimana setiap orang dapat mengolah, memproduksi, serta mengirimkan maupun menerima segala bentuk pesan komunikasi, di mana saja dan kapan saja, seolah-olah tanpa mengenal batasan ruang dan waktu, dengan sendirinya telah memacu terjadinya perkembangan di sektor media massa, yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Era digital merupakan suatu zaman yang sudah mengalami kondisi perkembangan kemajuan dalam ranah kehidupan ke arah yang serba digital. Hadirnya era digital mampu menjadikan kehidupan masyarakat menjadi lebih praktis dan juga modern dalam banyak aspek (Berutu et al., 2024).

Transformasi digital telah berkembang pesat dan mengubah paradigma dan masyarakat global. Perkembangan teknologi yang pesat telah berkontribusi terhadap bisnis di era digital. Transformasi digital mempunyai beberapa tantangan

yang perlu diatasi, antara lain: kurangnya literasi digital, pemerataan literasi digital, keamanan siber, sumber daya manusia, akses dan regulasi internet. Teknologi tidak hanya berdampak pada banyak aspek bisnis, namun juga tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan ketika memperkenalkan dan mengintegrasikan teknologi baru ke dalam sistem bisnis mereka (Khairi et al., 2025).

Pentingnya peran teknologi dalam perubahan bisnis di era globalisasi dapat dilihat dari beberapa aspek. Salah satunya ialah komunikasi dan koneksi global, teknologi memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi dengan cepat dan efisien melintasi batas-batas geografis. Teknologi memungkinkan otomatisasi berbagai proses bisnis, termasuk manufaktur, logistik, dan administrasi. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mengurangi biaya operasional dan kesalahan manusia. Analisis data dan pengambilan keputusan menjadi sangat penting, teknologi telah membuka pintu bagi analisis data yang canggih (Lestari & Merthayasa, 2023).

Berdasarkan hasil observasi langsung di PT. Terusan Indah Perkasa, terlihat bahwa perusahaan telah secara aktif mengintegrasikan inovasi dan teknologi dalam berbagai aspek operasionalnya. Salah satu bentuk nyata adalah penerapan teknologi mesin otomatis dan sistem digital dalam proses produksi, seperti penggunaan mesin CNC (*Computer Numerical Control*) untuk pemotongan dan pembentukan logam, yang memberikan hasil lebih presisi dan efisiensi waktu kerja yang signifikan.

Tidak hanya itu, perusahaan juga telah menggunakan sistem manajemen inventaris berbasis digital yang terhubung langsung dengan gudang dan bagian

produksi, sehingga meminimalisasi kesalahan pencatatan stok dan mempercepat proses distribusi. Dalam aspek administratif, perusahaan juga telah menerapkan sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) untuk mengintegrasikan data keuangan, pengadaan, hingga laporan produksi secara real-time. Inovasi ini secara keseluruhan tidak hanya meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga membantu perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar yang dinamis dengan cepat dan tepat. Berdasarkan pengamatan, inovasi dan penerapan teknologi di perusahaan telah mendukung peningkatan kualitas produksi, mengurangi biaya operasional, serta memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan industri manufaktur logam secara berkelanjutan.

Wawancara dilakukan dengan salah satu karyawan PT. Terusan Indah Perkasa yang menjelaskan bahwa inovasi dan teknologi merupakan strategi utama perusahaan dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Beliau menyampaikan bahwa beberapa tahun terakhir perusahaan mengalami tantangan dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar dan peningkatan biaya bahan baku. Namun, dengan menerapkan sistem otomasi dan digitalisasi proses, perusahaan mampu merespons tantangan tersebut secara efektif. Misalnya, penggunaan teknologi produksi berbasis otomatis telah meningkatkan kapasitas output tanpa harus menambah jumlah tenaga kerja secara signifikan.

Selain itu, pemanfaatan data digital melalui sistem ERP memungkinkan pihak manajemen untuk mengambil keputusan lebih cepat dan berbasis data, sehingga risiko kesalahan dapat diminimalisir. Karyawan tersebut juga menyebutkan bahwa perusahaan secara berkala mengadakan pelatihan untuk karyawan agar tetap mampu mengikuti perkembangan teknologi dan memahami

pentingnya inovasi sebagai budaya kerja. Ia menegaskan bahwa keberlanjutan bisnis bukan hanya soal bertahan, tetapi bagaimana perusahaan dapat terus tumbuh dan relevan di tengah perubahan. Dengan mengandalkan inovasi dan teknologi, PT. Terusan Indah Perkasa optimis dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya di masa depan.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bab ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan keberlanjutan bisnis, khususnya di PT. Terusan Indah Perkasa. Perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Inovasi dalam proses kerja serta pemanfaatan teknologi secara efektif diyakini dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, dan daya saing perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam sejauh mana pengaruh inovasi dan teknologi terhadap keberlanjutan bisnis pada PT. Terusan Indah Perkasa, sebagai landasan dalam pengambilan kebijakan strategis untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengembangkan pemasaran untuk keberlanjutan bisnis, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya pemanfaatan inovasi dan teknologi dalam seluruh aspek operasional perusahaan, sehingga diperlukan kajian mendalam untuk mengetahui sejauh mana penerapan tersebut dapat mendorong efisiensi dan

produktivitas yang berkelanjutan.

2. Adanya tantangan dalam menghadapi dinamika pasar dan fluktuasi kebutuhan konsumen, yang menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat mempertahankan posisi di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.
3. Kurangnya pemahaman dan adaptasi sebagian karyawan terhadap teknologi baru, yang dapat menghambat proses transformasi digital dan inovasi internal perusahaan.
4. Kebutuhan perusahaan untuk memastikan keberlanjutan bisnis melalui strategi inovatif dan berbasis teknologi, namun belum adanya evaluasi yang sistematis mengenai dampak nyata dari inovasi dan teknologi terhadap keberlangsungan bisnis jangka panjang.

1.3. Batasan Masalah:

Dari penjelasan dalam latar belakang diatas dan dirumuskan didalam indentifikasi masalah maka peneliti membatasi penelitian ini dalam mengkaji jauh lebih mendalam terkait pengaruh antara inovasi (X_1) dan teknologi (X_2) terhadap keberlanjutan bisnis (Y) di PT. Terusan Indah Perkasa.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka persoalan dalam penelitian yang ingin dipecahkan dalam skripsi ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh inovasi terhadap keberlanjutan bisnis di PT. Terusan Indah Perkasa.
2. Seberapa besar pengaruh teknologi terhadap keberlanjutan bisnis di PT.

Terusan Indah Perkasa.

3. Seberapa besar pengaruh inovasi dan teknologi terhadap keberlanjutan bisnis di PT. Terusan Indah Perkasa.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi terhadap keberlanjutan bisnis di PT. Terusan Indah Perkasa.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi terhadap keberlanjutan bisnis di PT. Terusan Indah Perkasa.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi dan teknologi terhadap keberlanjutan bisnis di PT. Terusan Indah Perkasa.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen dan bisnis, khususnya mengenai pengaruh inovasi dan teknologi terhadap keberlanjutan bisnis. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian teoritis tentang pentingnya adaptasi perusahaan terhadap perkembangan teknologi dan inovasi sebagai strategi utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang dinamis.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen PT. Terusan

Indah Perkasa dalam mengambil keputusan strategis terkait pemanfaatan inovasi dan teknologi untuk menunjang efisiensi operasional serta meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan kebijakan internal perusahaan dalam membangun sistem bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

1.6.3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa. Peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain, memperluas objek penelitian ke sektor atau industri yang berbeda, maupun menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam dan generalisasi yang lebih luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uraian Teoritis

2.1.1. Pengertian Inovasi

Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan ide dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran. Dari hal tersebut terdapat dua hal yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru yang berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya (Junaidi, 2022).

Inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru (Kamal et al., 2024).

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia. Kunci untuk dapat bertahan atau tumbuh dan menguntungkan adalah tetap menguntungkan dengan terus menerus berinovasi mengembangkan produk dan proses baru (Rashin & Ghina, 2018).

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan ide atau solusi kreatif dalam menjawab permasalahan dan memanfaatkan peluang guna meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia. Inovasi mencakup dua aspek utama, yaitu inovasi produk dan

inovasi proses, yang bertujuan untuk memperbaiki, memodifikasi, atau menciptakan sesuatu yang bernilai dari sumber daya yang ada. Dengan terus berinovasi melalui pengembangan produk dan proses baru, individu atau organisasi dapat bertahan, tumbuh, dan tetap relevan dalam menghadapi perubahan zaman.

2.1.2. Cara Melakukan Inovasi

Melakukan inovasi melibatkan serangkaian langkah dan proses yang dapat membantu organisasi atau individu menciptakan sesuatu yang baru atau meningkatkan yang sudah ada (Sunarjo, 2024). Berikut adalah langkah-langkah umum yang dapat diambil untuk melakukan inovasi:

1. Identifikasi Peluang

- a. Analisis Pasar: Pahami kebutuhan dan tren di pasar. Analisis pesaing dan pemahaman peluang yang belum tercakup.
- b. Pengumpulan Data: Kumpulkan data terkait industri, pelanggan, dan tren terkini.

2. Pendekatan Kreatif

- a. Sesi Brainstorming: Ajak anggota tim atau individu untuk berpartisipasi dalam sesi brainstorming untuk menghasilkan ide-ide kreatif.
- b. Pemikiran Desain: Terapkan pemikiran desain untuk memahami bagaimana produk atau layanan dapat memberikan nilai tambah kepada pengguna.

3. Pemahaman Pelanggan

- a. Wawancara Pelanggan: Lakukan wawancara dengan pelanggan untuk memahami kebutuhan, masalah, dan harapan mereka.

- b. Analisis Pengguna: Pelajari pengalaman pengguna dan identifikasi area di mana perbaikan dapat dilakukan.

4. Pengembangan Ide

- a. Prototyping: Buat prototipe atau model konsep untuk menguji ide-ide dan mendapatkan umpan balik awal.
- b. Inisiasi Proyek: Bentuk tim atau tim proyek untuk mengembangkan ide-ide menjadi rencana yang lebih konkret.

5. Pemilihan dan Evaluasi Ide

- a. Kriteria Pemilihan: Tetapkan kriteria untuk menilai dan memilih ide-ide yang memiliki potensi tertinggi.
- b. Analisis Risiko: Evaluasi potensi risiko dan manfaat setiap ide.

6. Pengembangan Konsep

- a. Rancang Konsep: Kembangkan ide yang terpilih menjadi konsep yang lebih rinci dan terstruktur.
- b. Identifikasi Sumber Daya: Tentukan sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan konsep menjadi produk atau layanan.

7. Uji Coba dan Pengujian

- a. Uji Coba Kecil: Lakukan uji coba kecil untuk mengumpulkan umpan balik dan menilai kinerja konsep.
- b. Pengujian Fungsionalitas: Pastikan bahwa produk atau layanan dapat berfungsi sesuai dengan harapan.

8. Implementasi

- a. Perencanaan Implementasi: Tetapkan rencana implementasi yang mencakup peluncuran, pemasaran, dan distribusi.

- b. Pelatihan Karyawan: Sediakan pelatihan kepada karyawan atau pemangku kepentingan yang terlibat dalam implementasi.

9. Evaluasi dan Perbaikan

- a. Pengukuran Kinerja: Tetapkan metrik dan indikator kinerja untuk mengevaluasi keberhasilan inovasi.
- b. Pemantauan Terus-Menerus: Pantau kinerja inovasi secara terus-menerus dan siap untuk melakukan perbaikan atau peningkatan.

10. Pengelolaan Risiko

- a. Identifikasi Risiko: Tentukan risiko potensial yang mungkin terjadi selama dan setelah implementasi.
- b. Rencana Pengelolaan Risiko: Rencanakan strategi pengelolaan risiko untuk mengatasi atau mengurangi dampak risiko.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa melakukan inovasi merupakan proses sistematis yang dimulai dari identifikasi peluang melalui analisis pasar dan pengumpulan data, diikuti dengan pendekatan kreatif seperti brainstorming dan pemikiran desain. Proses ini dilanjutkan dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, pengembangan dan evaluasi ide melalui prototyping serta analisis risiko, hingga penyusunan konsep secara rinci. Tahapan berikutnya meliputi uji coba untuk mengukur efektivitas, implementasi dengan perencanaan matang serta pelatihan, dan akhirnya evaluasi kinerja untuk perbaikan berkelanjutan. Seluruh proses ini didukung oleh pengelolaan risiko yang terencana agar inovasi dapat berhasil secara optimal dan berkelanjutan.

2.1.3. Dimensi Inovasi

Dimensi inovasi mencakup berbagai aspek atau elemen yang membentuk

kerangka kerja untuk memahami dan mengukur inovasi (Sunarjo, 2024). Berikut adalah beberapa dimensi utama inovasi yang dapat membantu dalam mengevaluasi dan menggambarkan kompleksitas dari suatu inovasi:

1. Dimensi Produk atau Layanan

Fokus pada inovasi dalam produk atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi. Contoh: Perubahan desain, penambahan fitur, pengembangan produk baru, peningkatan kualitas layanan.

2. Dimensi Proses

Melibatkan perubahan atau peningkatan dalam cara kerja atau proses operasional organisasi. Contoh: Peningkatan efisiensi produksi, implementasi teknologi baru, perubahan proses manajemen proyek.

3. Dimensi Model

Bisnis Berkaitan dengan inovasi dalam cara organisasi menghasilkan, mendistribusikan, atau mengekstrak nilai dari produk atau layanan. Contoh: Model bisnis berlangganan, penawaran bundel, integrasi nilai tambah.

4. Dimensi Teknologi

Terkait dengan penerapan atau pengembangan teknologi baru atau peningkatan dalam teknologi yang sudah ada. Contoh: Penerapan kecerdasan buatan, penggunaan *Internet of Things (IoT)*, adopsi teknologi cloud.

5. Dimensi Organisasi

Fokus pada perubahan dalam struktur organisasi, budaya, atau sistem manajemen. Contoh: Budaya kerja berbasis inovasi, pengenalan tim implementasi sistem manajemen kinerja baru.

6. Dimensi Pemasaran

Melibatkan perubahan dalam cara produk atau layanan diposisikan, dipromosikan, atau dijual. Contoh: Penggunaan pemasaran digital, strategi pemasaran inovatif, kampanye pemasaran viral.

7. Dimensi Sosial dan Lingkungan

Terkait dengan inovasi yang memberikan dampak positif pada masyarakat atau lingkungan. Contoh: Inisiatif keberlanjutan, program filantropi, solusi ramah lingkungan.

8. Dimensi Desain

Melibatkan perubahan atau perbaikan dalam aspek desain, estetika, atau user experience (pengalaman pengguna). Contoh: Redesain antarmuka pengguna, perbaikan desain produk.

9. Dimensi Finansial

Terkait dengan inovasi dalam hal manajemen keuangan atau penyediaan solusi keuangan. Contoh: Pengembangan model pembayaran baru, peningkatan efisiensi keuangan, pengenalan layanan keuangan digital.

10. Dimensi Kemitraan dan Kolaborasi

Melibatkan kerja sama atau kemitraan dengan pihak eksternal untuk menciptakan nilai tambah atau inovasi bersama. Contoh: Kemitraan strategis dengan perusahaan lain, kolaborasi dengan lembaga riset.

11. Dimensi Pendidikan dan Pengembangan

Sumber Daya Manusia Fokus pada inovasi dalam metode atau pendekatan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan potensi karyawan. Contoh: Pelatihan berbasis teknologi, program pengembangan kepemimpinan.

12. Dimensi Proses Inovasi

Terkait dengan bagaimana organisasi mengelola dan memfasilitasi proses inovasi. Contoh: Penerapan metode pengembangan inovasi, sistem manajemen ide.

Setiap dimensi ini dapat bersifat saling terkait, dan inovasi yang efektif seringkali melibatkan beberapa dimensi sekaligus. Memahami dimensi-dimensi ini membantu organisasi dalam merencanakan, mengukur, dan melaksanakan inovasi dengan pendekatan yang komprehensif.

2.1.4. Indikator Inovasi

Inovasi merupakan elemen penting dalam pengembangan dan keberlangsungan suatu organisasi atau bisnis. Untuk mengukur tingkat inovasi, terdapat empat indikator utama yang mencerminkan bentuk dan arah inovasi yang dilakukan, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi sistem bisnis, dan inovasi pemasaran. Masing-masing indikator ini berperan dalam menciptakan nilai tambah serta meningkatkan daya saing di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Berikut penjelasan menurut (Rahmadi & Indrawijaya, 2024) masing-masing indikator:

1. Inovasi Produk

Inovasi produk merujuk pada penciptaan atau peningkatan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini bisa berupa pengembangan fitur baru, desain yang lebih menarik, peningkatan kualitas, atau penciptaan produk yang benar-benar baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terlayani.

2. Inovasi Proses

Inovasi proses melibatkan perbaikan atau pengembangan dalam cara produksi atau penyampaian layanan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya, atau mempercepat waktu produksi sehingga menghasilkan proses kerja yang lebih efektif dan berkualitas.

3. Inovasi Sistem Bisnis

Inovasi sistem bisnis mencakup perubahan dalam struktur organisasi, model bisnis, atau tata kelola operasional untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing. Ini bisa melibatkan transformasi digital, adopsi teknologi baru, atau penyesuaian strategi manajemen dalam menghadapi tantangan dan peluang baru.

4. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran adalah pengembangan strategi baru dalam memasarkan produk atau jasa, termasuk dalam hal promosi, distribusi, penetapan harga, dan komunikasi merek. Tujuannya adalah menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperkuat posisi produk di pasar.

Keempat indikator inovasi tersebut produk, proses, sistem bisnis, dan pemasaran akan dijadikan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat inovasi yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam berbagai aspek, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk menganalisis peran inovasi dalam mendukung kinerja dan pengembangan berkelanjutan.

2.2. Teknologi

2.2.1. Pengertian Teknologi

Teknologi informasi (TI) berperan penting dalam transformasi bisnis di era

digital, khususnya dalam inovasi produk, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran. TI memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, memperbaiki hubungan pelanggan, dan memungkinkan inovasi yang lebih cepat (Daffa et al., 2024).

Teknologi adalah tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi katalisator untuk inovasi, pertumbuhan, dan diferensiasi kompetitif. Inovasi teknologi seperti Internet, cloud computing, Big data, dan kecerdasan buatan telah mengubah secara signifikan cara beroperasinya bisnis dan perekonomian (Ikhsan et al., 2024).

Teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi produk, mengubah model bisnis, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memastikan keamanan serta keberlanjutan operasional. Dengan adopsi sistem ERP, otomatisasi proses, analisis big data, kecerdasan buatan, dan teknologi lainnya, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, menjangkau pasar global, dan menciptakan produk serta layanan yang lebih relevan (Nurhayati & Yanti, 2024).

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi dalam bisnis adalah pemanfaatan sistem informasi dan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi, memperluas pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Teknologi menjadi elemen kunci dalam transformasi bisnis di era digital, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan secara lebih efektif.

2.2.2. Indikator Teknologi

Menurut (Ningrum, 2020), terdapat beberapa indikator dari teknologi, sebagai berikut:

1. Teknologi dalam Organisasi

Teknologi dalam organisasi mencakup keseluruhan proses, alat, dan sistem yang digunakan untuk mengubah sumber daya menjadi produk atau jasa. Teknologi ini meliputi metode dan teknik untuk mengolah input menjadi output yang diinginkan, penggunaan mesin dan alat dalam operasional sehari-hari, serta pengetahuan dan keterampilan khusus yang dimiliki oleh anggota organisasi untuk menjalankan dan memanfaatkan alat serta sistem yang ada.

2. Teknologi Informasi dalam Bisnis

Teknologi informasi memungkinkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui pemasaran digital, serta mengelola operasi bisnis secara efisien. Teknologi informasi juga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik melalui analisis data yang akurat.

3. Teknologi Digital dalam Pengembangan Bisnis

Teknologi digital mencakup berbagai teknologi berbasis digital seperti internet, komputasi awan, big data, dan kecerdasan buatan yang memungkinkan transformasi cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Pengembangan bisnis merujuk pada upaya untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis melalui berbagai strategi dan inisiatif, termasuk pengembangan produk, ekspansi pasar, dan peningkatan efisiensi operasional.

Ketiga indikator tersebut, teknologi dalam organisasi, teknologi informasi dalam bisnis, dan teknologi digital dalam pengembangan bisnis akan digunakan

sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana penerapan teknologi berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pengembangan bisnis, baik dari segi efisiensi operasional, pengambilan keputusan, perluasan pasar, maupun peningkatan daya saing melalui inovasi digital. Dengan merujuk pada indikator-indikator ini, diharapkan pengukuran yang dilakukan lebih terarah, valid, dan mencerminkan realitas penggunaan teknologi dalam praktik bisnis.

2.2.3. Manfaat Teknologi dalam Bisnis

Terdapat beberapa manfaat teknologi dalam bisnis menurut (Hermin et al., 2023), sebagai berikut:

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional dan Produktivitas

Teknologi memungkinkan otomatisasi proses bisnis, yang dapat mengurangi waktu dan biaya operasional. Otomatisasi ini membantu perusahaan dalam mengelola sumber daya secara lebih efektif dan meningkatkan produktivitas keseluruhan.

2. Memperluas Jangkauan Pasar dan Akses ke Konsumen Baru

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, bisnis dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan.

3. Mendukung Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Teknologi informasi menyediakan data dan analisis yang akurat dan real-time, yang membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis yang lebih tepat dan responsif terhadap perubahan pasar.

4. Meningkatkan Inovasi Produk dan Layanan

Penggunaan teknologi digital mendorong inovasi dalam pengembangan produk dan layanan baru, memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dan tetap kompetitif di pasar.

5. Mengurangi Biaya Operasional dan Promosi

Teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya melalui efisiensi operasional dan strategi pemasaran digital yang lebih hemat biaya dibandingkan metode tradisional.

2.3. Keberlanjutan Bisnis

2.3.1. Pengertian Keberlanjutan Bisnis

Keberlanjutan bisnis adalah pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi secara seimbang. Konsep ini menekankan pentingnya mengintegrasikan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi ke dalam kegiatan sehari-hari perusahaan (Yanti, 2024).

Keberlanjutan bisnis atau bisnis hijau diartikan sebagai bagian dari aktivitas bisnis yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat lokal maupun global dalam aktivitas bisnisnya. Bisnis berkelanjutan juga merupakan syarat bagi perusahaan untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan

memasukkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam keputusan bisnis (Albab et al., 2023).

Keberlanjutan bisnis adalah usaha bisnis untuk menghambat efek negatif bagi lingkungan maupun sosial agar keturunan penerus nanti memiliki sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya (Djudharil et al., 2024).

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan bisnis adalah pendekatan strategis dalam menjalankan usaha yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Hal ini mencakup integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam keputusan bisnis, menjaga kestabilan usaha, serta upaya untuk menghambat efek negatif bagi lingkungan dan sosial demi keberlangsungan sumber daya bagi generasi mendatang.

2.3.2. Tujuan Keberlanjutan Bisnis

Istilah keberlanjutan bisnis kerap dikaitkan dengan bisnis yang mampu menjaga kelestarian alam atau lingkungan di sekitarnya. Mengingat lingkungan (planet) menjadi poin utama yang kerap dikaitkan dengan sustainable business, tujuan bisnis tersebut tidak hanya itu. Tujuan sustainable business masih terkait dengan banyak aspek, seperti ekonomi, hukum, sosial, materi, hingga perilaku. Adapun tujuan keberlanjutan bisnis menurut (Albab et al., 2023) adalah sebagai berikut:

1. Memperbesar Keuntungan

Pembangunan sebuah bisnis menjadi kategori sustainable adalah salah satu

langkah untuk memajukan bisnis. Hal ini karena dengan adanya label tersebut masyarakat akan lebih mempercayai bisnis tersebut karena adanya 3P yang menjadi pegangan. Namun, tidak hanya sekedar kepercayaan saja, dengan adanya hal itu perusahaan juga dapat meningkatkan keuntungan yang diperolehnya. Masyarakat juga akan lebih memilih untuk memakai produk dari perusahaan sustainable business yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, agar bisa menjaga lingkungan perusahaan juga pasti akan lebih memilih bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan dapat direproduksi. Dengan begitu, perusahaan secara tidak langsung akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang karena dapat menghemat pengeluaran.

2. Meningkatkan Efisiensi

Tujuan kedua dari sustainable business adalah meningkatkan efisiensi demi menjamin keberlangsungan bisnis tersebut. Adanya efisiensi ini akan membawa banyak dampak bagi perusahaan ke depannya. Efisiensi di dalam kegiatan produksi akan dapat menghemat pengeluaran karena pemakaian yang tidak diperlukan akan lebih dihindari. Selain itu, efisiensi juga membuat hasil produksi menjadi lebih banyak karena akan lebih sedikit bahan yang terbuang. Dampaknya pun tidak hanya bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi lingkungan. Oleh sebab itu, salah satu karakteristik perusahaan yang menerapkan sustainable business adalah menjaga efisiensi produksi.

3. Menjaga Kelestarian Alam

Seperti yang disinggung sebelumnya, sustainable business erat kaitannya dengan masalah lingkungan. Sebuah bisnis pasti tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya lingkungan yang sehat dan mendukung. Oleh sebab itu,

perusahaan juga harus mampu menjaga lingkungan yang sama artinya dengan menjaga bisnis agar tetap berlangsung. Gagasan tentang sustainable business adalah pendorong perusahaan untuk melakukan berbagai upaya yang dapat mempertahankan keberlangsungan bisnis. Beberapa cara yang bisa dilakukan untuk menjaga kelangsungan tersebut adalah dengan mengadopsi sistem yang lebih baik maupun menggunakan teknologi yang lebih ramah lingkungan. Dengan adanya pemakaian teknologi atau sistem baru yang lebih ramah lingkungan, maka dampak buruk pada lingkungan dapat dikurangi. Akibatnya, kelestarian lingkungan pun akan lebih terjaga.

2.3.3. Pentingnya Keberlanjutan Bisnis

Dari beberapa penjelasan mengenai sustainable business di atas, tentu banyak orang yang menanyakan apakah penting bagi suatu perusahaan untuk menerapkan prinsip tersebut. Menurut (Albab et al., 2023) ada beberapa pentingnya keberlanjutan bisnis, sebagai berikut:

1. Menjaga Keberlangsungan Perusahaan

Sebenarnya tanpa menerapkan prinsip sustainable business pun sebuah perusahaan akan tetap bisa berjalan dan memperoleh keuntungan. Namun, perlu diperhatikan pada makna ‘berkelanjutan’ yang ada pada istilah sustainable business. Prinsip sustainable business adalah sinergi antara tiga unsur, yakni keuntungan, masyarakat, dan lingkungan. Oleh sebab itu, tanpa adanya penerapan prinsip ini maka bisa diperkirakan bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama. Hal ini karena tidak adanya fondasi yang kuat untuk menopang perusahaan, yakni nilai tambah untuk lingkungan dan masyarakat.

2. Mencegah Kerusakan Lingkungan

Tidak hanya menjaga keberlangsungan perusahaan, *sustainable business* juga dapat mencegah kerusakan lingkungan. Praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab dapat menyebabkan perusahaan jatuh suatu saat. Lingkungan membawa dampak yang sangat besar bagi perusahaan, oleh sebab itu perusahaan juga akan menjaga lingkungan tersebut agar tetap memberikan timbal balik yang bagus.

3. Menjaga Reputasi Baik Perusahaan

Salah satu pentingnya menerapkan *sustainable business* adalah dapat menjaga reputasi baik perusahaan di mata masyarakat. Saat sebuah perusahaan menerapkan prinsip tersebut, masyarakat juga akan menaruh kepercayaan pada perusahaan tersebut. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan produktivitasnya agar bisa berkembang lebih besar dan bertahan lebih lama.

4. Meningkatkan Keuntungan Perusahaan

Dengan adanya kepercayaan, keberlangsungan bisnis dalam jangka waktu yang lebih panjang, serta kesempatan mengembangkan bisnis menjadi lebih besar, maka perusahaan akan mampu meningkatkan keuntungannya. Belum lagi dengan adanya efisiensi di segala bidang produksi, maka keuntungan perusahaan akan menjadi semakin besar seiring berjalannya waktu.

5. Menjadi Roadmap Kerja

Sustainable business adalah salah satu panduan bagi perusahaan agar dapat melaksanakan kegiatan usahanya secara terencana dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, perusahaan akan memperoleh roadmap kerja yang memandu setiap perencanaan hingga implementasi kegiatan bisnis. Karena bersifat jangka panjang,

maka roadmap kerja yang berkaitan dengan sustainable business harus dibuat sesuai dengan perspektif yang jangkauannya lebih luas dan jauh ke depan. Perlu juga adanya pengawalan setiap program kerja yang bisa dilakukan dengan membentuk tim khusus atau teknologi penunjang.

6. Menarik Minat Investor

Salah satu manfaat dari penerapan prinsip keberlanjutan bisnis adalah lebih mudah dalam menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini karena perusahaan telah mendapat kepercayaan dan reputasi yang bagus di masyarakat sebagai konsumen. Bukan hanya itu, penerapan *sustainable business* juga menjadikan keberlangsungan perusahaan lebih lama, sehingga investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi karena lebih terjamin.

2.3.4. Indikator Keberlanjutan Bisnis

Menurut , keberlanjutan bisnis diukur melalui dua indikator utama: keberlanjutan ekonomi dan keberlanjutan non-ekonomi.

1. Keberlanjutan Ekonomi

Indikator ini mencerminkan kemampuan usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja finansialnya secara berkelanjutan. Aspek-aspek yang termasuk dalam keberlanjutan ekonomi antara lain peningkatan jumlah produksi, efisiensi biaya operasional, dan stabilitas pendapatan.

2. Keberlanjutan Non-Ekonomi

Indikator ini mencakup aspek sosial dan lingkungan yang mendukung kelangsungan usaha. Contohnya adalah penerapan praktik ramah lingkungan, pengelolaan limbah yang baik, dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, indikator keberlanjutan bisnis yang terdiri dari keberlanjutan ekonomi dan keberlanjutan non-ekonomi akan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan instrumen penelitian ini, guna mengukur sejauh mana inovasi dan teknologi berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha secara menyeluruh.

2.4. Penelitian Terdahulu

Peninjauan perlu dilakukan terhadap penelitian-penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya untuk meneliti penelitian tentang “Pengaruh Inovasi dan Teknologi Terhadap Keberlanjutan Bisnis di PT Terusan Indah Perkasa” hal ini dilakukan sebagai pembandingan atas penelitian penulis. Adapun penelitian terdahulu yakni, sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Mutiara et al., 2019)	Analisis Pengaruh Teknologi terhadap Inovasi dan Pertumbuhan Bisnis Pada Era Digital (Dampak Teknologi Terhadap Perkembangan <i>Start Up</i> Pada Era Digital)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi memiliki dampak yang signifikan pada inovasi dan pertumbuhan bisnis, khususnya dalam konteks startup di era digital.
2	(Silalahi, 2021)	Pengaruh Kinerja Teknologi Informasi dan Inovasi Teknologi Terhadap Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan (Studi Kasus PT Total Bangun Persada, TBK)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Secara simultan Kinerja TI dan Inovasi Teknologi, berpengaruh positif terhadap Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan. Selain itu Sumber Daya Bisnis dan Sumber Daya Teknologi berpengaruh positif terhadap Kinerja TI. Diferensiasi berpengaruh positif terhadap Inovasi Teknologi. Sedangkan Budaya Organisasi tidak

			memiliki pengaruh terhadap Kinerja TI, dan Kompleksitas Aset Khusus tidak memiliki pengaruh terhadap Inovasi Teknologi.
3	(Anggrayni et al., 2025)	Dampak Inovasi Produk Terhadap Keberlanjutan Bisnis <i>Start Up</i> di Era Digital	Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dengan penerapan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, para pelaku start-up dapat meningkatkan daya saing mereka, yang berdampak langsung pada keberlanjutan bisnis mereka.
4	(Prastyawan & Astuti, 2023)	Pengaruh Inovasi Teknologi, Struktur Modal dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan	Hasil menunjukkan bahwa Inovasi Teknologi berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Kepemilikan Manjerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan.

2.5. Kerangka Konseptual

Keberlanjutan bisnis menjadi isu sentral dalam dunia usaha modern, terutama di tengah tantangan perubahan lingkungan, perkembangan teknologi, dan persaingan global yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Menurut (Usman et al., 2024), keberlanjutan bisnis adalah integrasi antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam aktivitas bisnis guna

memastikan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengadopsi strategi yang mampu menjamin daya tahan bisnis, salah satunya melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi.

Inovasi memainkan peran penting dalam mendorong keberlanjutan bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup proses, sistem bisnis, dan strategi pemasaran. Seperti disebutkan (Judijanto et al., 2024), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif guna memecahkan masalah dan menciptakan nilai tambah. Inovasi produk dan proses dapat meningkatkan efisiensi dan keunggulan kompetitif, sedangkan inovasi sistem dan pemasaran dapat memperkuat posisi pasar dan memperluas jangkauan konsumen. Oleh karena itu, inovasi menjadi elemen fundamental dalam membangun model bisnis yang berkelanjutan.

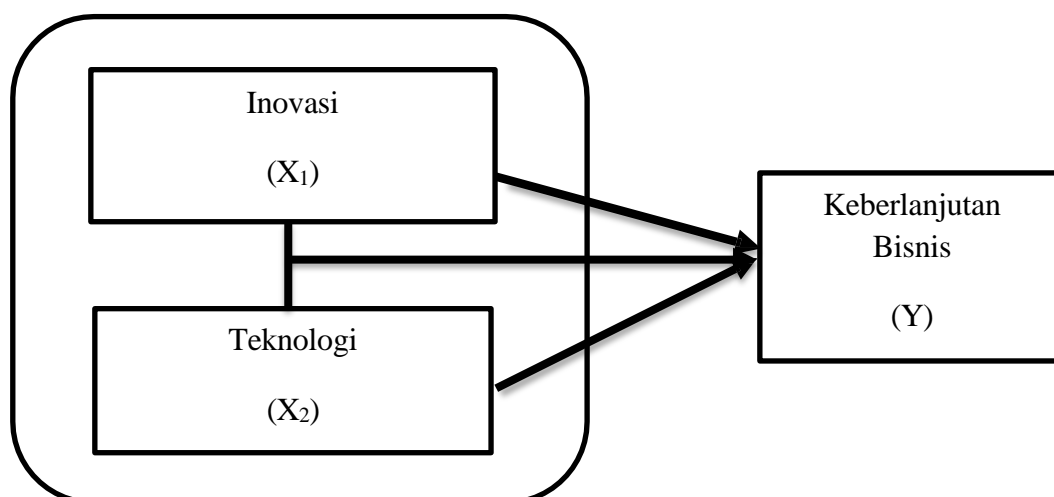
Teknologi, di sisi lain, menjadi katalis utama dalam pengembangan dan keberlanjutan bisnis. Menurut (D. Putri et al., 2024), teknologi digital seperti internet, big data, dan kecerdasan buatan telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pasar dan mengelola proses internal. Teknologi informasi memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data yang akurat dan real-time, serta memperluas akses ke pasar melalui digital marketing. Dengan demikian, teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mempercepat adaptasi bisnis terhadap dinamika pasar yang terus berubah.

Inovasi dan teknologi memiliki keterkaitan yang kuat dalam menciptakan keberlanjutan bisnis. Teknologi sering kali menjadi enabler dari proses inovasi itu sendiri, misalnya dalam pengembangan produk berbasis riset dan teknologi informasi. Menurut (Asrul et al., 2025) menyebutkan bahwa inovasi yang

ditopang oleh pemanfaatan teknologi digital memungkinkan bisnis lebih cepat merespons perubahan pasar dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi yang didukung oleh teknologi juga mendorong efisiensi sumber daya, peningkatan nilai tambah produk, serta penguatan hubungan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat tantangan bisnis masa kini yang menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan bertransformasi secara digital. Dengan memahami pengaruh inovasi dan teknologi terhadap keberlanjutan bisnis, para pelaku usaha, dapat menyusun strategi yang lebih tepat sasaran. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan literatur manajemen strategis, serta memberikan rekomendasi praktis bagi sektor bisnis yang ingin membangun fondasi keberlanjutan di era ekonomi digital.

Berikut adalah gambaran kerangka konseptual “Pengaruh Inovasi dan Teknologi terhadap Keberlanjutan Bisnis”:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Hipotesa penelitian adalah jawaban sementara atau dugaan yang harus diuji kebenarannya (Sugiyono, 2013). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”. Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah peneliti kemukakan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- a. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis di PT Terusan Indah Perkasa.
- b. Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis di PT Terusan Indah Perkasa.
- c. Inovasi dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis di PT Terusan Indah Perkasa.