

STRATEGI INOVASI DALAM RANGKA MENJAGA KEBERLANJUTAN BISNIS DALAM MENGHADAPI ERA VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPELXITY, DAN AMBIGUITY (VUCA)

Handy Aribowo¹⁾

Alexander Wirapraja²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Email¹⁾handy@ibmt.ac.id,²⁾alex@ibmt.ac.id

ABSTRACT

Currently, all the nations of the world are facing competition in the era of Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity, which required an innovation strategy in order to support business sustainability. The methodology used in this research is the study of literature with the results of research, among others, Indonesia must increase the output of innovation, the implementation of innovation in order to support business sustainability need to strengthen research and development and utilize technological progress as a means to innovate and innovate in the company, leaders are very influential is needed in encouraging the birth of various innovations, with the innovation mindset owned by the leader will be born a culture of innovation in the company.

Keywords: Innovation, Business Sustainability, and VUCA

Pendahuluan

Kita sadari sekarang ini selain kita memasuki era disruptif, dimana banyak terjadi perubahan-perubahan akibat adanya kemajuan teknologi. Pertumbuhan teknologi yang cepattelah menyebabkan persaingan yang ketat dan tingkat percepatan perubahan yang inovatif di pasar. Selain itu selain era disrupsi kita juga sekarang ini memasuki era VUCA, yang merupakan singkatan dari *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*. *Volatility* berarti merupakan keadaan yang tidak menentu serta rentan terhadap terjadinya perubahan. *Uncertainty* merupakan suatu ketidakpastian dan keadaan yang penuh dengan kejutan yang dapat terjadi kapan

saja. *Complexity* merupakan situasi yang penuh dengan kerumitan, dan *Ambiguity* merupakan keadaan mengambang yang menyebabkan kebingungan untuk membaca arah dengan jelas. Isitilah VUCA dipopulerkan oleh angkatan darat Indonesia sebagai sarana untuk mengajarkan teknik kepemimpinan di medan perang.

Era VUCA menggambarkan situasi bisnis yang mengarah ketidakpastian dan mudah berubah sehingga menimbulkan kecemasan dari para pemimpin bisnis tersebut. Di era VUCA banyak terlihat profesi lama bertumbangan, akan tetapi adapula muncul profesi baru. Salah satu kunci agar bisnis tetap dapat bersaing di era VUCA adalah pada

peran pemimpin. Tentunya di era VUCA ini para pemimpin bisnis perlu untuk melakukan suatu cara agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan secara berkelanjutan. Menciptakan sebuah peluang bisnis di era VUCA memerlukan suatu strategi yang harus dipunyai oleh banyak individu dan perusahaan.

Terbukanya peluang investor asing masuk ke Indonesia berdampak pada persaingan bisnis yang tidak terhindarkan. Di Indonesia sendiri, era VUCA juga diingkatkan oleh banyak para ahli

bahwa para pebisnis di Indonesia harus waspada dan menyiapkan strategi di era VUCA. Apalagi negara Indonesia saat ini disebut sebagai salah satu negara yang memiliki potensi sebagai salah satu negara yang memiliki kapasitas ekonomi besar di dunia. Sebuah lembaga konsultan dunia McKinsey meramalkan Indonesia memiliki peluang menjadi peringkat 7 perekonomian dunia pada 2030, melampaui negara Jerman dan Inggris.

Tabel 1 Perbandingan Kapasitas Ekonomi Indonesia 2010 dan 2030

	2010	2030
Peringkat Perekonomian Dunia	16	7
Penduduk Kelas Menengah	45 juta	135 juta
Penduduk yang tinggal di Perkotaan	53%	71%
Sumbangan terhadap PDB	74%	86%
Pekerja Terampil	55 juta	113 juta
Peluang Pasar	0.5 triliun dolar AS	1.8 triliun dolar AS

Sumber : Mckinsey 2012

Mampu menjalankan bisnis dalam jangka pendek di era VUCA tidaklah cukup, setiap perusahaan tentu menginginkan agar proses bisnis yang mereka jalankan memiliki berkelanjutan, sejauh ini pola pemikiran bisnis masih didominasi oleh pemikiran jangka pendek, hal ini menunjukkan bahwa pemikiran jangka panjang masih bersifat abu-abu dan serba ketidakpastian, namun apakah pola pemikiran bisnis bersifat jangka pendek ini harus diubah mengingat tingkat persaingan bisnis dan faktor kompetisi yang semakin tinggi sehingga perusahaan perlu melakukan inovasi demi menjamin

keberlanjutan dari proses bisnis yang mereka jalankan.

Landasan Teori Inovasi

Secara formal, menurut Undang-Undang no. 18 tahun 2002, pengertian inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru atau cara baru, untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Menurut Burtonshaw-Gunn (2011) bahwa inovasi merupakan penggunaan teknologi dan

pengetahuan pasar yang baru dalam rangka menawarkan produk atau baru sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Fontana (2011) bahwa inovasi merupakan keberhasilan secara sosial dan ekonomi karena diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru daricara lama dalam mengubah input menjadi outputsedemikian rupa sehingga dihasilkan perubahan besar dalam perbandingan antara nilai manfaat dan harga menurut persepsi konsumen atau pengguna.

Keberlanjutan Bisnis (*Business Sustainability*)

Prinsip berkelanjutan (*sustainability*) dalam setiap sudut bisnis diharapkan dapat mendorong pertumbuhan perusahaan. Menurut Aras dan Crowther (2008) bahwa Sustainability merupakan dampak dimana tindakan yang diambil saat ini sama sebagaimana pilihan-pilihan tersebut tersedia dimasa mendatang. Menurut Handayani (2007) bahwa keberlanjutan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha (industri). Menurut (Savit & Weber dalam Cambra-Fierro & Benitez, (2011) bahwa *Corporate sustainability* berhubungan dengan kemampuan perusahaan menciptakan laba, kemampuan perusahaan melindungi lingkungan dan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kehidupan sosial. Menurut Supriyadi (2013) bahwa *corporate sustainability* melibatkan tiga dimensi yakni economic sustainability, environmental

sustainability, dan social sustainability.

Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, berupa kajian literatur/pustaka. Menurut Zed (2008) bahwa kajian literatur/pustaka membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan. Sedangkan Jesson *et al* (2011) berpendapat bahwa kajian literatur adalah sebuah produk tulisan yang mengupas sebuah topik atau hasil penelitian yang telah dipublikasikan, tanpa ada gambaran metodologi ilmiah.

Adapun data yang dihimpun dalam penelitian ini berasal dari jurnal-jurnal skala nasional dan internasional yang membahas tentang inovasi dan keberlanjutan bisnis yang dipilih secara subyektif oleh peneliti. Selain itu dalam penelitian ini didukung pula data dan informasi yang tersedia di publik seperti buku-buku penunjang, surat kabar, majalah, laporan publikasi riset dengan studi empiris dari lembaga kompeten. Setelah mengumpulkan data dari sejumlah buku, jurnal ilmiah, website internet mengenai inovasi dalam rangka menjaa keberlanjutan bisnis di era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*).

Analisa dan Pembahasan

Menurut Ligthelm, (2010) agar suatu bisnis dapat bertahan dalam jangka waktu lama, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan, antara lain : adanya kompilasi rencana bisnis, pembaharuan rencana bisnis reguler, menganalisis pesaing kemudahan memasuki bisnis baru, dan

kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko. Salah satu cara yang perlu dilakukan dalam menghadapi persaingan di era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*) adalah melakukan inovasi dalam rangka menunjang keberlanjutan bisnis. Bagi suatu negara, Inovasi merupakan salah satu kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Bagaimana dengan perkembangan inovasi di negara Indonesia hingga saat ini ? Berdasarkan laporan dari Johnson

Cornell University, INSEAD, and WIPO (*World Intellectual Property Organization*) tentang *Global Innovation Index 2017*, menunjukkan bahwa peringkat Indonesia berada di posisi peringkat Indonesia berada di 87 dari 127 negara. Posisi Indonesia di kawasan Asia Tenggara masih berada dibawah negara Singapura (peringkat 7), Malaysia (peringkat 37), dan Vietnam (peringkat 47), Thailand (peringkat 51), dan Filipina (peringkat 73).

Tabel 2. Peringkat Global Innovation Index (GII) 2017 Di Kawasan Negara ASEAN

No.	Negara	Peringkat
1	Singapura	7
2	Malaysia	37
3	Vietnam	47
4	Thailand	51
5	Filipina	73
6	Indonesia	87
7	Kamboja	101

Sumber : Cornell University, INSEAD, and WIPO

Berdasarkan publikasi *Global Innovation Index (GII) 2017* terlihat bahwa peringkat negara Indonesia masih berada di bawah negara lain di Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina. GII merupakan peringkat inovasi dari negara-negara di dunia, yang mengukur *output* inovasi negara tersebut serta apakah lingkungan negaranya memungkinkan inovasi. Adapun indikator yang digunakan dalam penilaian GII 2017 antara lain *Institution, Human capital and research, Infrastructure, Market sophistication, Business sophistication, Knowledge and technology output, dan Creative output*. Menurut Damanpour

dalam Manurung (2010) bahwa tujuan akhir dari inovasi adalah terjadinya penciptaan pengetahuan baru, produk atau jasa baru dengan nilai tambah baru bagi pihak eksternal. Sawhney(2006) memaparkan 12 inovasi yang harus dijalankan agar bisa mengalami kemajuan, seperti inovasi produk, *platform*, solusi, *customer*, komunikasi, interaksi, ekosistem, inovasi kanal, *supply chain*, proses, nilai, dan manajemen.

Lalu bagaimanakah langkah perusahaan dalam menciptakan iklim inovasi dalam perusahaan dalam rangka menunjang keberlanjutan suatu bisnis ? Di dalam melakukan inovasi di perusahaan, peran

pemimpin sangat berpengaruh diperlukan dalam mendorong lahirnya berbagai inovasi melalui *mindset* yang dimiliki pemimpin tersebut. dari *mindset* inovasi lahir dari pemimpin, maka akan lahir budaya inovasi di perusahaan. Adapun implementasi penerapan budaya inovasi di perusahaan diantaranya melalui perusahaan harus mau terbuka terhadap ide-ide baru dari karyawan masing-masing misalnya dengan menyediakan kotak inovasi yang berisi saran dan ide yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam menciptakan ide-ide baru baik dalam lingkup produk, prosedur dan kebijakan ataupun metode pada ranah operasional,

kotak inovasi ini yang tentunya akan menjadi diskusi bersama antara para pemegang kebijakan dalam pengambilan keputusan akan diterapkan dalam menjaga keberlangsungan (*sustainability*) bisnis, tentunya karyawan yang ide-idenya diterima tersebut juga dapat diberikan penghargaan yang sesuai sehingga dapat memicu karyawan tersebut atau karyawan lainnya dalam mengeluarkan ide-ide yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, jadi secara tidak langsung sebenarnya seluruh pihak diuntungkan baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi karyawan.

Tabel 2 Faktor Penting Inovasi

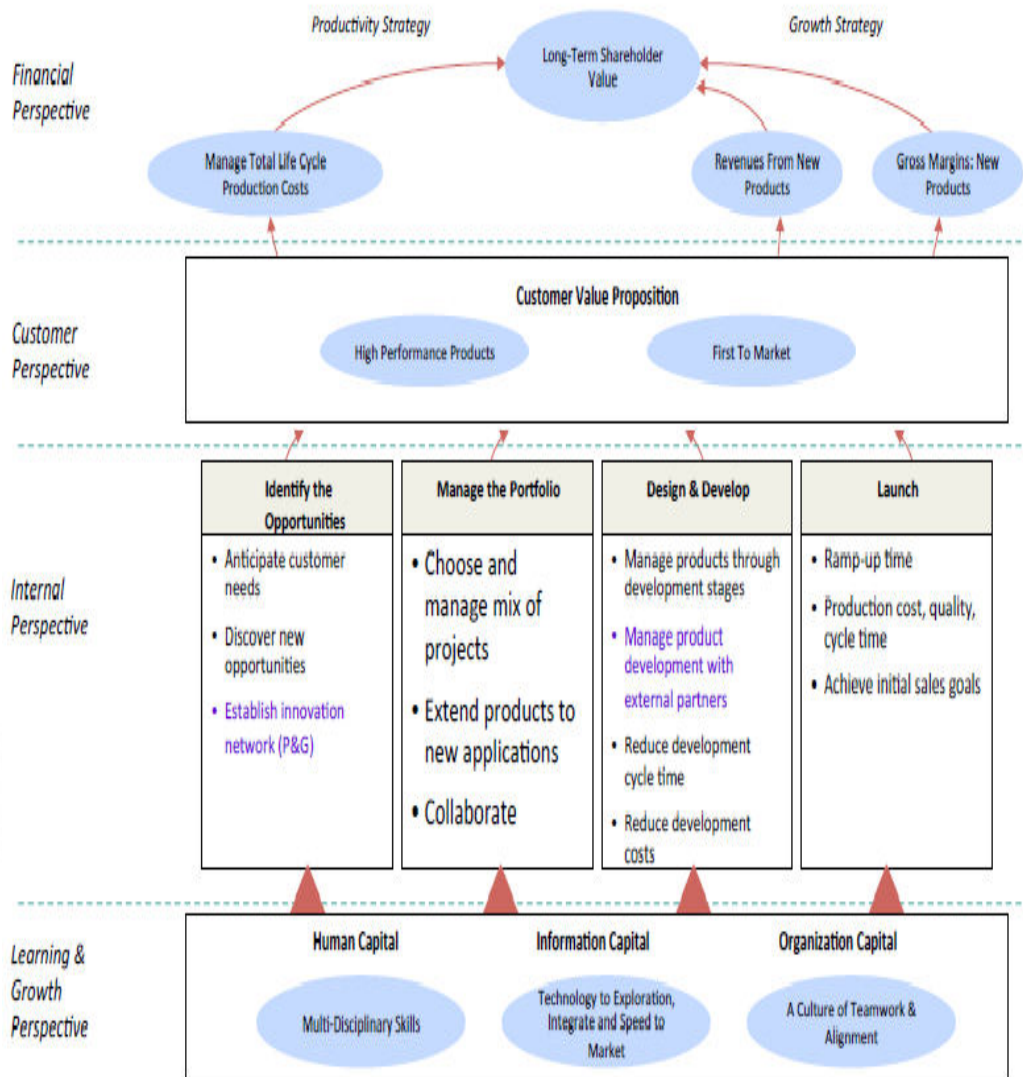
No	Faktor	Persentase (%)
1	Pemimpin	5,46
2	Visi Perusahaan	5,08
3	Modal Manusia	5,04
4	Struktur Organisasi	3,59
5	Budaya Organisasi	3,29
6	Nilai-nilai Organisasi	3,05
7	Penilaian Kinerja dan Manajmen	2,68
8	Metode Inovasi	2,64

Sumber : Tedjakumara,2015, Pada Survei Keberlanjutan Inovasi

Inovasi dalam rangka mendukung keberlanjutan bisnis harus diimplementasikan oleh perusahaan dalam rangka bersaing di era *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*. (VUCA), adapun alasan yang mendasari agar segera diimplementasikannya inovasi antara lain: agar pengelolaan sumber daya keuangan menjadi optimal, mendekatkan perusahaan dengan konsumen, sarana analisa manajemen risiko, retensi karyawan, menjaga persaingan bisnis, dan menciptakan peluang terhadap iklim bisnis yang baru.

Di dalam mengimplementasikan suatu inovasi dalam rangka *sustainability* suatu bisnis, Harvard Business School (HBS) dalam Fontana (2006) memberikan suatu *toolkits* penyusunan strategi inovasi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Adapun aspek tersebut meliputi empat aspek seperti yang terdapat dalam *Balance Score Card (BSC)* yaitu perspektif finansial (*financial perspective*), perspektif konsumen (*consumer perspective*), perspektif internal (*internal perspective*), dan perspektif pembelajaran dan

pertumbuhan (*learning and growth perspective*).



Gambar 1. *Innovation Management Strategy Map Template*

Sumber : Harvard Business School dalam Fontana 2016

Dilihat dari sudut pandang bisnis sebenarnya era VUCA yang menjadi peluang bagi pembangunan dan kerja sama yang lebih besar, tanpa mengesampingkan sisi risiko. Di era VUCA para pemimpin bisnis harus dapat membaca tren perubahan bisnis dengan cepat. Adapun implementasi dari inovasi dalam rangka menunjang keberlanjutan bisnis antara lain : Pertama, memperkuat *research and*

development (r&d) dengan terus melakukan pengembangan *digital skills* serta mencoba dan menerapkan *prototype* teknologi terbaru. dan Kedua, memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana untuk melakukan inovasi seperti *mobile application, Advanced Robot, 3 D Printing, internet of things, artificial intelligence*, dan lain-lain. Sedangkan Tidd, Bessant, dan Pavitt (2001) menjelaskan tentang tahapan yang

perlu dilakukan oleh perusahaan ketika melakukan inovasi antara lain : 1) Pengolahan tanda-tanda, 2) Strategi, 3) Sumber, 4) Penerapan, dan 5) Belajar dan inovasi kembali.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini antara lain :

1. Di tengah era *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*. (VUCA) maka perusahaan harus melakukan inovasi dalam rangka menunjang keberlanjutan bisnis perusahaan.
2. Indonesia harus meningkatkan *output* inovasi karena berdasarkan publikasi *Global Innovation Index* (GII) 2017 terlihat bahwa peringkat negara Indonesia masih berada di bawah negara lain di Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina.
3. Adapun implementasi dari inovasi dalam rangka menunjang keberlanjutan bisnis antara lain memperkuat *research and development (R&D)* dengan terus melakukan pengembangan *digital skills* serta mencoba dan menerapkan *prototype* teknologi terbaru, dan kemudian memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana untuk melakukan inovasi seperti *mobile application, internet of things, artificial intelligence*.
4. Di dalam melakukan inovasi di perusahaan, peran pemimpin sangat berpengaruh diperlukan dalam mendorong lahirnya berbagai inovasi. Dengan *mindset* inovasi yang dimiliki pemimpin maka akan lahir budaya inovasi di perusahaan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini antara lain :

1. Inovasi era *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*. (VUCA) harus terus dilakukan karena setiap ada persaingan ketat dalam bisnis, akan memunculkan peluang bisnis baru.
2. Di tengah persaingan di era *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*. (VUCA) merupakan kesempatan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya ke skala global dengan melakukan penelitian dan potensi di pasar global.

Daftar Pustaka

- Aras, Guler., dan Crowther David. 2008. *Governance And Sustainability An Investigation Into The Relationship Between Corporate Governance And Corporate Sustainability*. Management Decision. Vol 46. No. 3. Pp 433-448.
- Burthonshaw-Gunn, Simon A. 2011. *Alat dan Teknik Analisis Manajemen*. PT Indeks Jakarta.
- Cambra-Fierro, Jesus., dan Rocio Ruiz-Benitez. 2011. *Sustainable Business Practices In Spain: A Two-Case Study*. European Business Review. Vol. 23 no. 4. Pp 401-412.
- Codreanu, Aura. 2016. "A VUCA Action Frame work for a VUCA Environment Leadership Challenges and Solutions". Journal of Defense Resource Management. Volume 7 Issue 2 (13)/ 2016
- Fontana, Avanti. 2011. "Innovate We Can!". Bekasi: Cipta Inovasi Sejahtera

- Fontana, Avanti. 2016, "*Innovation or Die : What A Company Was Do*". Materi dipresentasikan pada Indonesia Knowledge Forum V-2016 7 Oktober 2016.
- Handayani, N, 2007. *Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik Di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Jesson, J., Matheson, L. dan Lacey, F.M. 2011. *Doing Your Literature Review: Traditional and Systematic Techniques*. SAGE Publications
- Ligthelm, A.A., 2010, *Southern African Business Review*, Volume 14 Number 3
- Manurung, Laurensius .2010. "*Strategi Dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha: Studi Empiris Industri Penerbangan Indonesia*". Elex Media Komputindo.
- Tedjakumara, Deddy. 2015. "*Keberlanjutan Inovasi: Survey Terbatas Inovasi Pada Usaha Menengah*". Materi Dipublikasikan Pada Indonesia Knowledge Forum 7 Oktober 2015
- Tidd, Joe; Bessant, John; dan Pavin, Keith. 2001. *Managing Innovation*. John Wiley & Sons.
- Raghuramapatruni, Radha dan Kosuri, Shanmukha Rao. 2017. "*The Straits of Success in a VUCA World*". IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)
- Sawhney, Mohanbir, Wolcott, Robert C., dan dan Arroniz Inigo. 2006 "*The 12 Different Ways for Companies to Innovate*". Spring 2006 MIT Sloan Management Review Vol.47 no.3
- Supriyadi. 2013. "*Konsep dan Model Pengukuran Corporate Sustainability: Sebuah Kajian Literatur*". STAR – Study & Accounting Research Volume X, No. 3 – 2013
- Zed, Mestika. 2008. *Metode Penelitian kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia,
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi
- Global Innovation Index 2017. Diunduh 22 Januari 2018 dari <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>.