

## MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN: STRATEGI MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI

Febri Pramudya Wardani<sup>1</sup>, Shinta Sacha<sup>2</sup>, Yanti Krismayanti<sup>3</sup>, Dhandy Wibisono<sup>4</sup>, Daffaa Nauvaldy<sup>5</sup>, Sri Sundari<sup>6</sup>, Marisi Pakpahan<sup>7</sup>  
[pakfebr@gmail.com](mailto:pakfebr@gmail.com)<sup>1</sup>, [shinta919.ss@gmail.com](mailto:shinta919.ss@gmail.com)<sup>2</sup>, [krismayanti2005@gmail.com](mailto:krismayanti2005@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[dhanzwibi@gmail.com](mailto:dhanzwibi@gmail.com)<sup>4</sup>, [valdynayung8@gmail.com](mailto:valdynayung8@gmail.com)<sup>5</sup>, [sri.sundari@idu.ac.id](mailto:sri.sundari@idu.ac.id)<sup>6</sup>,  
[marisipakpahan@ibmasmi.ac.id](mailto:marisipakpahan@ibmasmi.ac.id)<sup>7</sup>

Institut Bisnis dan Multimedia Asmi Jakarta

### ABSTRAK

Keunggulan berkelanjutan menjadi aspek kunci dalam menciptakan performa tinggi organisasi dalam jangka waktu yang panjang. Beragam strategi untuk memperkuat keunggulan berkelanjutan, yang melibatkan tiga poin inti: Inovasi, Kemampuan Beradaptasi, dan Keberlanjutan. Pertama-tama, pentingnya memupuk budaya inovasi yang kuat serta mengembangkan produk, layanan, dan proses secara berkelanjutan diakui sebagai faktor penting dalam menjaga kompetitivitas organisasi. Kedua, kemampuan untuk beradaptasi menjadi kunci dalam menghadapi perubahan yang dinamis dalam lingkungan dan pasar yang terus berubah dengan cepat. Ketiga, menjalankan bisnis dengan tanggung jawab, baik dalam aspek sosial maupun lingkungan, menjadi suatu keharusan untuk memastikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Artikel ini memberikan pemahaman yang berharga tentang bagaimana organisasi dapat membangun dan merawat keunggulan berkelanjutan untuk mencapai kesuksesan yang berkesinambungan.

**Kata Kunci:** Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Strategi, Kinerja Organisasi.

### ABSTRACT

*Sustainable Competitive excellence stands as a key element in fostering long-term organizational high performance. Various strategies to strengthen sustainable excellence, involving three core points: Innovation, Adaptability, and Sustainability, are highlighted. Firstly, the importance of fostering a strong culture of innovation and developing products, services, and processes sustainably is recognized as a crucial factor in maintaining organizational competitiveness. Secondly, the ability to adapt is key in facing dynamic changes in rapidly evolving environments and markets. Thirdly, conducting business responsibly, both socially and environmentally, is a necessity to ensure long-term business sustainability. This article provides valuable insights into how organizations can build and nurture sustainable excellence to achieve continuous success.*

**Keyword:** Sustainable Competitive Advantage, Strategy, organizational performance.

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat dan perubahan dinamika pasar yang tak terprediksi, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat dan kompleks. Untuk tetap relevan dan sukses, organisasi harus tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan jangka pendek tetapi juga memosisikan diri untuk kinerja tinggi dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, konsep keunggulan berkelanjutan muncul sebagai strategi kunci yang harus diadopsi oleh organisasi.

Keunggulan bersaing berkelanjutan, yang didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk secara berkelanjutan meningkatkan kinerja dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan serta dinamika pasar, menjadi fondasi yang penting. Hal ini menuntut organisasi tidak hanya fokus pada pencapaian target jangka pendek tetapi juga pada pembangunan kapabilitas jangka panjang yang akan memungkinkan mereka untuk tetap berada di depan dalam perlombaan kompetitif.

Adopsi keunggulan berkelanjutan mengharuskan organisasi untuk mengintegrasikan inovasi sebagai bagian dari identitas unik, nilai, budaya, dan strategi yang menjadi ciri

khas sebuah perusahaan. mereka, mendorong kreativitas dan pemikiran ke depan dalam setiap aspek bisnis mereka. Selain itu, fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan menjadi sangat penting, memungkinkan organisasi untuk menavigasi melalui tantangan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan yang berubah-ubah. Lebih jauh lagi, keberlanjutan dalam konteks sosial dan lingkungan menegaskan komitmen organisasi terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab, yang tidak hanya memperkuat reputasi mereka tetapi juga berkontribusi pada pencapaian keberhasilan jangka panjang.'

Dalam menghadapi persaingan global yang semakin intens, kemampuan untuk membangun dan mempertahankan keunggulan berkelanjutan menjadi faktor diferensiasi yang kritical bagi organisasi. Oleh karena itu, pendekatan holistik yang melibatkan inovasi, adaptabilitas, dan keberlanjutan menjadi kunci dalam merumuskan strategi bisnis yang akan menjamin kelangsungan dan pertumbuhan berkelanjutan. Artikel ini bertujuan untuk menjelajahi strategi dan prinsip yang dapat diterapkan organisasi dalam membangun keunggulan berkelanjutan, dengan memberikan wawasan yang akan membantu mereka menavigasi kompleksitas dunia bisnis modern dan mencapai kinerja tinggi dalam jangka panjang.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan. Fokus penelitian diarahkan pada dua perusahaan besar di Indonesia, yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk, yang dikenal luas karena keberhasilan mereka dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan berkelanjutan.

Kedua perusahaan ini dipilih karena representasi mereka sebagai contoh praktik bisnis yang unggul dan berkelanjutan di lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. PT Unilever Indonesia Tbk, sebagai bagian dari grup multinasional Unilever, telah menunjukkan komitmennya terhadap inovasi berkelanjutan dan praktek bisnis yang bertanggung jawab, sementara PT Astra International Tbk, sebagai konglomerat besar dengan beragam unit bisnis, telah berhasil mengintegrasikan adaptabilitas dan keberlanjutan dalam strategi inti mereka.

Metodologi penelitian melibatkan pengumpulan data primer melalui serangkaian wawancara mendalam dengan para pemimpin dan karyawan dari kedua perusahaan. Wawancara dirancang untuk mengumpulkan wawasan langsung mengenai strategi, praktik, dan tantangan dalam membangun keunggulan berkelanjutan. Para peserta wawancara dipilih berdasarkan pengalaman dan posisi mereka dalam perusahaan, yang dianggap dapat memberikan perspektif yang kaya dan beragam mengenai dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi keunggulan berkelanjutan.

Selain itu, analisis dokumen perusahaan juga dilakukan sebagai bagian dari pengumpulan data sekunder. Hal ini mencakup, tetapi tidak terbatas pada, laporan tahunan, publikasi keberlanjutan, dan materi promosi yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai kebijakan, inisiatif, dan hasil yang telah dicapai oleh kedua perusahaan dalam konteks keunggulan berkelanjutan.

Penggunaan metode kualitatif melalui studi kasus ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan nuansa khusus dari pengalaman kedua perusahaan ini. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan prinsip yang dapat diadaptasi oleh organisasi lain dalam upaya mereka untuk membangun keunggulan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Strategi Membangun Keunggulan bersaing Berkelanjutan.**

#### **1. Inovasi**

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, inovasi bukan hanya menjadi kunci untuk bertahan hidup, tetapi juga merupakan dasar untuk membangun dan mempertahankan keunggulan berkelanjutan. PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk, melalui strategi dan inisiatif mereka, telah menetapkan standar tinggi dalam mengimplementasikan inovasi berkelanjutan.

#### **PT Unilever Indonesia Tbk**

Strategi inovatif yang diterapkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk tercermin melalui inisiatif "Unilever Sustainable Living Plan". Program ini bukan hanya mengutamakan pengembangan produk dan layanan yang berkelanjutan tetapi juga memastikan bahwa inovasi tersebut membawa dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan fokus pada reduksi limbah, penggunaan sumber daya yang efisien, dan peningkatan kualitas hidup, Unilever Indonesia mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam inti dari siklus inovasi produk mereka. Hal ini tidak hanya menunjukkan komitmen mereka terhadap lingkungan dan sosial tetapi juga meningkatkan nilai merek dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

#### **PT Astra International Tbk**

Di sisi lain, PT Astra International Tbk memanfaatkan "Astra Innovation Center" sebagai pusat pengembangan teknologi dan inovasi baru. Melalui pusat ini, Astra mendorong kreativitas dan eksperimen dalam berbagai aspek bisnisnya, dari otomotif hingga agribisnis. Fokus utama adalah pada penciptaan solusi yang tidak hanya efektif dari segi biaya tetapi juga ramah lingkungan dan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan Astra untuk terus berinovasi dalam cara yang berkelanjutan, sekaligus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar.

Dengan mengadopsi pendekatan yang berpusat pada inovasi berkelanjutan, kedua perusahaan ini tidak hanya berhasil memperkuat posisi mereka di pasar tetapi juga menegaskan kembali komitmen mereka terhadap pembangunan yang berkelanjutan. Inisiatif seperti "Unilever Sustainable Living Plan" dan "Astra Innovation Center" menjadi bukti nyata bagaimana inovasi yang bertanggung jawab dapat menjadi motor penggerak dalam menciptakan nilai bisnis yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat dan lingkungan.

#### **2. Kemampuan Beradaptasi**

Dalam dunia yang terus berubah, kemampuan sebuah organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan eksternal merupakan aspek kritis dari keunggulan berkelanjutan. PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang prinsip ini melalui pendekatan dan strategi mereka terhadap adaptabilitas.

#### **PT Unilever Indonesia Tbk**

Untuk menjaga daya saing dan kemampuan inovasinya, Unilever Indonesia telah mengembangkan struktur organisasi yang tidak hanya fleksibel tetapi juga responsif terhadap dinamika pasar yang cepat berubah. Struktur ini memungkinkan mereka untuk cepat menyesuaikan strategi dan operasi, mengoptimalkan proses pengambilan keputusan, dan memastikan penerapan inovasi secara efektif. Dengan demikian, Unilever Indonesia

mampu merespons dengan cepat terhadap tren pasar, perubahan preferensi konsumen, dan tantangan lingkungan dengan cara yang meminimalkan gangguan operasional dan memaksimalkan efisiensi.

### **PT Astra International Tbk**

Astra International, di sisi lain, menanamkan budaya "continuous improvement" atau perbaikan berkelanjutan dalam setiap aspek operasinya. Budaya ini mendorong pembelajaran dan adaptasi berkelanjutan di antara karyawan, memastikan bahwa organisasi secara keseluruhan tetap dinamis dan dapat berevolusi sesuai dengan perubahan kondisi pasar dan teknologi. Dengan mendorong inisiatif dari bawah, Astra berhasil menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan adaptasi, memungkinkan perusahaan untuk terus meningkatkan proses, produk, dan layanannya.

Kedua strategi ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya adaptabilitas dalam mencapai keunggulan berkelanjutan. Dengan menerapkan struktur organisasi yang fleksibel dan mempromosikan budaya pembelajaran dan adaptasi berkelanjutan, PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk berhasil memposisikan diri sebagai organisasi yang tangguh dan mampu beradaptasi, siap menghadapi tantangan masa depan dan memanfaatkan peluang baru. Melalui pendekatan adaptif ini, kedua perusahaan ini tidak hanya meningkatkan daya saing mereka tetapi juga memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

### **3. Keberlanjutan**

Di tengah tantangan global yang berkaitan dengan perubahan iklim, ketidaksetaraan sosial, dan kebutuhan akan pembangunan ekonomi yang inklusif, keberlanjutan menjadi imperatif strategis bagi perusahaan yang bertujuan untuk membangun keunggulan berkelanjutan. PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk telah menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip keberlanjutan melalui implementasi strategi dan program yang terstruktur dan berfokus pada menciptakan dampak positif jangka panjang.

#### **PT Unilever Indonesia Tbk**

Melalui "The Unilever Compass", perusahaan ini telah merumuskan strategi keberlanjutan yang komprehensif, yang bertujuan untuk memandu operasional dan keputusan bisnisnya dalam mencapai pertumbuhan yang bertanggung jawab dan inklusif. Strategi ini mencakup berbagai dimensi keberlanjutan, mulai dari pengurangan dampak lingkungan, peningkatan kesejahteraan sosial, hingga pemberdayaan ekonomi komunitas. "The Unilever Compass" tidak hanya mencerminkan komitmen Unilever terhadap keberlanjutan tetapi juga berfungsi sebagai kerangka kerja bagi perusahaan untuk mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam semua aspek bisnisnya, memastikan bahwa mereka memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan planet ini.

#### **PT Astra International Tbk**

Dengan program "Astra for SDGs", Astra International Tbk telah mengambil langkah konkret untuk mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals - SDGs) PBB. Program ini mencakup berbagai inisiatif yang dirancang untuk mengatasi berbagai tantangan sosial dan lingkungan, dari pendidikan dan kesehatan hingga pengelolaan lingkungan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui "Astra for SDGs", Astra menunjukkan bagaimana perusahaan dapat memainkan

peran penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan, tidak hanya melalui operasi bisnis mereka tetapi juga melalui kontribusi aktif mereka terhadap masyarakat dan lingkungan.

Komitmen terhadap keberlanjutan yang ditunjukkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk menggarisbawahi pentingnya mengintegrasikan pertimbangan sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam strategi bisnis. Ini menunjukkan bagaimana perusahaan dapat menjadi agen perubahan positif, membantu mengatasi tantangan global sambil membangun keunggulan berkelanjutan. Melalui strategi dan program keberlanjutan mereka, kedua perusahaan ini tidak hanya menetapkan standar industri untuk tanggung jawab sosial dan lingkungan tetapi juga membuktikan bahwa pertumbuhan bisnis dan pembangunan berkelanjutan dapat berjalan seiring, menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan dan planet ini.

## **B. Budaya Organisasi**

Budaya organisasi merupakan inti dari setiap perusahaan, membentuk cara kerja, interaksi, dan pemecahan masalah di dalam organisasi. Dalam konteks membangun keunggulan berkelanjutan, budaya organisasi yang mendukung harus secara eksplisit mendorong inovasi dan kreativitas, terbuka terhadap perubahan, menghargai pembelajaran dan pengembangan, serta berkomitmen terhadap keberlanjutan. Ini menciptakan lingkungan di mana keunggulan berkelanjutan dapat berkembang dan dipelihara.

### **1. Mendorong inovasi dan kreativitas**

Budaya yang mendukung keunggulan berkelanjutan menekankan pentingnya inovasi dan kreativitas sebagai motor pertumbuhan dan adaptasi. Organisasi harus mendorong karyawan untuk berpikir di luar kotak, mengambil risiko yang diperhitungkan, dan mengeksplorasi ide-ide baru. Ini tidak hanya memperkuat kemampuan inovatif perusahaan tetapi juga menarik dan mempertahankan talenta yang berorientasi pada masa depan.

### **2. Terbuka terhadap perubahan**

Ketahanan dan adaptabilitas organisasi sangat tergantung pada kemampuannya untuk merespons dan merangkul perubahan. Budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan mengakui bahwa pasar, teknologi, dan lingkungan sosial adalah dinamis. Dengan demikian, organisasi tersebut berupaya untuk tetap fleksibel, siap untuk menyesuaikan strategi dan operasi mereka untuk memenuhi kondisi baru.

### **3. Menghargai Pembelajaran dan Pengembangan**

Pembelajaran dan pengembangan yang berkelanjutan adalah kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan memperkaya keterampilan karyawan. Organisasi yang mengutamakan pembelajaran menciptakan peluang untuk pertumbuhan pribadi dan profesional, menanamkan mentalitas pertumbuhan di antara anggotanya. Ini memastikan bahwa karyawan tidak hanya mengikuti perkembangan terbaru di bidang mereka tetapi juga siap untuk memimpin dan mengimplementasikan inovasi.

### **4. Berkomitmen terhadap Keberlanjutan**

Komitmen terhadap praktik berkelanjutan harus menjadi bagian inti dari etos perusahaan. Ini melibatkan mengintegrasikan pertimbangan lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik (ESG) ke dalam proses pengambilan keputusan. Budaya yang berkomitmen terhadap keberlanjutan memastikan bahwa semua kegiatan perusahaan dilakukan dengan cara yang etis, bertanggung jawab, dan menguntungkan bagi semua pemangku kepentingan, termasuk planet ini.

Membangun dan memelihara budaya organisasi yang mendukung inovasi, perubahan, pembelajaran, dan keberlanjutan bukanlah tugas yang mudah. Ini memerlukan

kepemimpinan yang visioner, sistem insentif yang sejalan dengan nilai-nilai ini, dan komunikasi yang efektif yang memperkuat pesan ini secara konsisten. Namun, manfaatnya jauh melebihi usaha yang diperlukan, membuka jalan bagi organisasi untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dalam ekonomi global yang terus berubah.

### **C. Peran Kepemimpinan**

Peran kepemimpinan dalam mendorong keunggulan berkelanjutan adalah katalis yang tidak hanya mempengaruhi arah strategis organisasi tetapi juga membentuk budaya dan etos kerja. Pemimpin yang efektif memahami bahwa untuk mencapai keunggulan berkelanjutan, mereka harus:

#### **1. Memiliki visi yang jelas tentang masa depan organisasi**

Kepemimpinan yang efektif dimulai dengan visi yang jelas dan meyakinkan tentang apa yang ingin dicapai organisasi di masa depan, khususnya dalam konteks keberlanjutan. Visi ini harus mencerminkan komitmen organisasi terhadap inovasi, adaptabilitas, dan keberlanjutan. Dengan visi yang jelas, pemimpin dapat menetapkan tujuan dan strategi yang akan mengarahkan organisasi menuju pencapaian keunggulan berkelanjutan.

#### **2. Menciptakan budaya yang mendukung keunggulan berkelanjutan**

Pemimpin memiliki peran penting dalam membentuk dan memelihara budaya organisasi. Mereka harus secara aktif mempromosikan budaya yang mendorong inovasi, terbuka terhadap perubahan, menghargai pembelajaran dan pengembangan, serta berkomitmen terhadap keberlanjutan. Ini melibatkan membangun lingkungan kerja yang mendukung, di mana setiap anggota tim merasa diberdayakan untuk berkontribusi terhadap inisiatif berkelanjutan dan di mana pencapaian dalam aspek ini diakui dan dirayakan.

#### **3. Memotivasi dan menginspirasi karyawan untuk mencapai tujuan organisasi**

Kepemimpinan yang efektif tidak hanya tentang menetapkan arah tetapi juga tentang memotivasi dan menginspirasi orang lain untuk mengikuti. Pemimpin harus mampu mengkomunikasikan visi keberlanjutan dengan cara yang resonan, menanamkan rasa tujuan yang lebih besar di antara karyawan, dan memotivasi mereka untuk berusaha mencapai tujuan tersebut. Ini termasuk mengakui dan merayakan pencapaian, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan mendorong inovasi serta inisiatif individu dan tim. Pemimpin yang berhasil dalam mendorong keunggulan berkelanjutan adalah mereka yang beroperasi dengan integritas, menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan tidak hanya dalam kata-kata tetapi juga melalui tindakan mereka. Mereka membangun kepercayaan dan kredibilitas, tidak hanya di dalam organisasi tetapi juga dengan pelanggan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas. Dengan demikian, peran kepemimpinan dalam membangun keunggulan berkelanjutan transcends fungsi manajerial tradisional, menjadi kekuatan pendorong dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi organisasi dan masyarakat secara keseluruhan.

### **D. Contoh Perusahaan dengan Kinerja Baik**

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk menonjol sebagai dua contoh perusahaan yang tidak hanya berhasil mencapai kinerja tinggi tetapi juga telah menunjukkan komitmen terhadap keunggulan berkelanjutan.

#### **PT Unilever Indonesia Tbk**

Sebagai salah satu perusahaan Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) terbesar di Indonesia, Unilever Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan

berkelanjutan sepanjang tahun. Kunci keberhasilan mereka terletak pada komitmen mereka terhadap inovasi berkelanjutan dan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Melalui inisiatif seperti "Unilever Sustainable Living Plan", mereka telah berhasil mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam inti dari operasi bisnis mereka, mencapai pertumbuhan yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga positif bagi masyarakat dan lingkungan. Strategi ini telah membantu mereka membangun merek yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mempertahankan posisi pasar yang kompetitif.

### **PT Astra International Tbk**

Sebagai salah satu konglomerat terbesar di Indonesia, Astra International menunjukkan keunggulan melalui diversifikasi portofolio bisnis yang beragam dan kepemimpinan di berbagai bidang, termasuk otomotif, jasa keuangan, agribisnis, infrastruktur, dan IT. Melalui program seperti "Astra for SDGs", Astra telah menerapkan strategi keberlanjutan yang berfokus pada kontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), menunjukkan bagaimana perusahaan dapat berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sambil tetap menghasilkan kinerja finansial yang kuat. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat reputasi mereka tetapi juga mendukung keberlanjutan jangka panjang bisnis dan pertumbuhan ekonomi.

Kedua perusahaan ini memberikan bukti bahwa kinerja tinggi dan keberlanjutan dapat berjalan seiring, memberikan model bisnis yang dapat diikuti oleh perusahaan lain yang berusaha untuk mencapai kesuksesan dalam ekonomi global yang semakin berfokus pada keberlanjutan. Kunci dari kesuksesan mereka adalah kombinasi dari visi yang jelas, strategi yang inovatif dan adaptif, komitmen terhadap keberlanjutan, serta budaya organisasi dan kepemimpinan yang mendukung pencapaian tujuan-tujuan ini. Dengan demikian, PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk tidak hanya berhasil secara finansial tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan berkelanjutan, memperkuat posisi mereka sebagai pemimpin di industri masing-masing.

### **KESIMPULAN**

Proses membangun keunggulan berkelanjutan adalah perjalanan yang kompleks dan dinamis, menuntut lebih dari sekedar inisiatif jangka pendek atau tindakan simbolis. Sebaliknya, itu memerlukan komitmen yang mendalam dan berkelanjutan dari seluruh lapisan organisasi, dari tingkat eksekutif hingga karyawan di semua tingkat. Melalui studi kasus PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk, kita dapat melihat bagaimana penerapan strategi yang tepat, pembangunan budaya organisasi yang mendukung, dan keberadaan kepemimpinan yang visioner dan inspiratif berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian keunggulan berkelanjutan.

Strategi yang tepat—yang mencakup fokus pada inovasi, kemampuan adaptasi, dan komitmen terhadap keberlanjutan—membentuk fondasi yang organisasi dapat membangun dan mempertahankan kinerja tinggi. Budaya organisasi yang mendorong kreativitas, terbuka terhadap perubahan, menghargai pembelajaran, dan berkomitmen terhadap keberlanjutan, menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa diberdayakan untuk berkontribusi terhadap tujuan yang lebih besar. Kepemimpinan yang kuat berperan sebagai katalis, tidak hanya dengan menetapkan visi dan arah tetapi juga dengan menginspirasi dan memotivasi seluruh organisasi untuk bergerak maju bersama menuju tujuan yang sama.

Pencapaian PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra International Tbk menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang konsisten dan terintegrasi terhadap keunggulan berkelanjutan, organisasi tidak hanya dapat mencapai kinerja tinggi tetapi juga

memberikan dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan. Ini menegaskan bahwa keberhasilan jangka panjang dalam dunia bisnis modern tidak lagi hanya diukur melalui parameter finansial saja tetapi juga melalui kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.

Dengan demikian, keunggulan berkelanjutan bukanlah tujuan akhir tetapi merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan pemikiran inovatif, adaptasi terhadap perubahan, dan komitmen terhadap praktik yang berkelanjutan. Organisasi yang mengadopsi prinsip-prinsip ini tidak hanya akan memperkuat posisi mereka di pasar tetapi juga akan membantu memimpin jalan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan dan inklusif bagi semua.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Indriastuti, H. (2020). *Manajemen Strategi 4.0*. Penerbit, Universitas Mulawarman, Press. Samarinda.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Maisharoh, T., & Ali, H. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi Infrastruktur Teknologi Informasi: Keuangan, Fleksibilitas TI, dan Kinerja Organisasi. Universitas Mercu Bauna (UMB) Jakarta, 1-9.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Prayuda, R. (2022). *Manajemen strategi: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Indigenous Product Creativity*.
- Mufidah, A. F., & Arsyianti, L. D. (2021). Analisis Strategi Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Perusahaan Crowd Business Syariah (Studi Kasus pada Halal Network International). *Al-Muzara'ah*, 9(1), 45-69.
- Murhadi, W. R. (2024). *Manajemen Strategi*.
- Rosmayani, R., & Mardatillah, A. (2021). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Inovasi dan Kearifan Lokal Pada Usaha Kecil dan Menengah Makanan Tradisional di Pekanbaru. *Dinamika Lingkungan*, 8(2).
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Unilever\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Unilever_Indonesia)
  - [https://en.wikipedia.org/wiki/Astra\\_International](https://en.wikipedia.org/wiki/Astra_International)
  - <https://industri.kontan.co.id/news/terus-dorong-bisnis-berkelanjutan-unilever-indonesia-raih-penghargaan-esg-award-2023>
  - <https://sustainability.astra.co.id/>