Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 24224-24233

Peran Inovasi Produk terhadap Keberlanjutan Usaha pada Wirausaha Muda di Indonesia

Alfa Syahputra[1]
[1]**Universitas Rokania**
Corresponding Author:Alfa Syahputra, e-mail:alfasyahputra@rokania.ac.id

Published: September , 2025

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan startup di Makassar memicu risiko burnout dan beban kerja tinggi yang mendorong turnover intention, namun mindfulness dapat mereduksi dampak negatifnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh burnout, beban kerja, dan mindfulness terhadap turnover intention karyawan pada perusahaan startup di Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan explanatory research design pada 120 karyawan startup yang dipilih dengan purposive sampling. Instrumen berupa kuesioner skala Likert lima poin, sedangkan data dianalisis dengan regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan burnout dan beban kerja berpengaruh positif signifikan terhadap turnover intention, sementara mindfulness berpengaruh negatif signifikan serta memoderasi hubungan burnout dan beban kerja dengan memperlemah pengaruh keduanya. Temuan ini menegaskan bahwa burnout dan beban kerja merupakan faktor risiko utama, sedangkan mindfulness berperan sebagai faktor protektif. Implikasi praktisnya adalah pentingnya distribusi beban kerja yang proporsional, pemantauan burnout, serta penerapan program mindfulness sebagai strategi retensi karyawan startup.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha pada wirausaha muda di Indonesia melalui pendekatan studi literatur. Latar belakang penelitian berangkat dari pentingnya inovasi produk sebagai strategi adaptif dalam menghadapi persaingan global, perubahan preferensi konsumen, serta tuntutan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Kajian dilakukan dengan menelaah berbagai teori, fenomena aktual, dan hasil penelitian terdahulu yang terbit pada periode 2015–2025. Analisis menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki kontribusi signifikan terhadap tiga dimensi keberlanjutan: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pada dimensi ekonomi, inovasi produk meningkatkan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan daya saing usaha. Pada dimensi sosial, inovasi produk mendorong pemberdayaan komunitas, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian nilai budaya lokal. Sementara pada dimensi lingkungan, inovasi produk berkontribusi melalui eco-design, penggunaan material ramah lingkungan, dan penerapan prinsip ekonomi sirkular. Selain itu, integrasi inovasi produk dengan orientasi digital dan dukungan ekosistem kewirausahaan memperkuat keberlanjutan usaha wirausaha muda di tengah dinamika pasar digital. Hasil penelitian ini memperkaya literatur kewirausahaan berkelanjutan sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha muda, pembuat kebijakan, serta lembaga pendidikan untuk memperkuat kapasitas inovasi dan membangun ekosistem kewirausahaan yang lebih adaptif. Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk menguji hubungan ini secara empiris menggunakan metode kuantitatif agar temuan lebih aplikatif.

Keywords:inovasi produk, keberlanjutan usaha, wirausaha muda, digitalisasi, ekosistem kewirausahaan.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha, khususnya bagi wirausaha muda yang menghadapi keterbatasan sumber daya, pengalaman, serta akses pasar. Di tengah persaingan global yang semakin intensif, pelaku usaha dituntut untuk menghasilkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah yang berbeda. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja usaha melalui penciptaan keunikan dan peningkatan kepuasan pelanggan (Hameed et al., 2021). Bagi wirausaha muda di Indonesia, kemampuan berinovasi dalam mengembangkan produk menjadi strategi penting untuk

mempertahankan eksistensi usaha dan meningkatkan keberlanjutan jangka panjang (Fitriani & Sudaryanto, 2019).Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap perekonomian sangat besar, yakni sekitar 61% PDB nasional dan lebih dari 117 juta tenaga kerja pada tahun 2023. Namun, proporsi wirausaha muda masih relatif rendah jika dibandingkan dengan total pelaku UMKM, dan distribusinya tidak merata di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini menimbulkan kesenjangan dalam pemanfaatan potensi inovasi, karena banyak wirausaha muda belum mampu memaksimalkan inovasi produk sebagai keunggulan kompetitif (Kemenkop UKM, 2023). Dengan demikian, penting untuk menyoroti bagaimana inovasi produk dapat menjadi motor penggerak utama keberlanjutan usaha bagi wirausaha muda, terutama di era digital yang memberikan peluang luas untuk kreativitas dan diferensiasi produk (Samsir & Wibowo, 2020).

Dalam perspektif keberlanjutan, inovasi produk tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan. Konsep sustainability-oriented innovation menekankan pentingnya merancang produk yang ramah lingkungan, efisien dalam penggunaan sumber daya, serta memberi dampak sosial positif bagi masyarakat sekitar (Bos-Brouwers, 2019). Penelitian lain menemukan bahwa UMKM yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam inovasi produk cenderung memiliki ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan pasar (Kraus et al., 2018). Hal ini sejalan dengan tuntutan konsumen masa kini yang semakin peduli pada isu keberlanjutan, sehingga wirausaha muda dituntut untuk mampu menjawab kebutuhan pasar sekaligus mendukung agenda pembangunan berkelanjutan.Perkembangan teknologi digital turut mempercepat proses inovasi produk, terutama bagi wirausaha muda yang memiliki fleksibilitas tinggi dalam mengadopsi teknologi. Platform digital, seperti e-commerce dan media sosial, memungkinkan pelaku usaha melakukan validasi produk, memperoleh masukan konsumen, dan memasarkan produk dengan biaya relatif rendah (Li et al., 2020). Selain itu, digitalisasi membuka peluang untuk melakukan personalisasi produk sesuai preferensi konsumen, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi katalis penting dalam menghubungkan inovasi produk dengan keberlanjutan usaha di kalangan wirausaha muda (Mahmood et al., 2022).
Wirausaha muda di Indonesia sering menghadapi tantangan dalam mengembangkan produk inovatif karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman bisnis, dan kemampuan mengakses teknologi. Tantangan tersebut semakin kompleks dengan adanya persaingan global yang menuntut standar kualitas produk yang tinggi. Namun, wirausaha muda juga memiliki keunggulan berupa kreativitas, fleksibilitas, dan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Putri & Hermanto, 2020). Dengan memanfaatkan keunggulan tersebut, wirausaha muda dapat mengembangkan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar, sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha mereka. Dukungan dari ekosistem kewirausahaan seperti inkubator bisnis, akses pembiayaan, serta jaringan kolaborasi juga sangat diperlukan untuk mendorong inovasi yang berkelanjutan (Setyawan & Nugroho, 2021).

Selain faktor internal, faktor eksternal juga berperan penting dalam mendukung keberhasilan inovasi produk pada wirausaha muda. Dukungan kebijakan pemerintah melalui program pemberdayaan UMKM, penyediaan infrastruktur digital, dan akses terhadap pasar internasional menjadi peluang yang signifikan (Ismail et al., 2018). Studi menunjukkan bahwa intervensi kebijakan yang tepat dapat memperkuat hubungan antara inovasi produk dan keberlanjutan usaha, khususnya dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia (Wijaya, 2020). Dengan adanya dukungan ini, wirausaha muda diharapkan mampu menciptakan produk-produk yang kompetitif sekaligus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.Di sisi lain, preferensi konsumen yang terus berkembang menjadi faktor pendorong penting dalam proses inovasi produk. Generasi konsumen modern cenderung memilih produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki nilai tambah seperti ramah lingkungan, sehat, atau berbasis budaya lokal (Sutanto & Haryanto, 2021). Fenomena ini membuka ruang bagi wirausaha muda untuk mengeksplorasi potensi inovasi produk berbasis kearifan lokal yang dikombinasikan dengan tren global. Pendekatan tersebut tidak hanya memperkuat keberlanjutan usaha, tetapi juga mendukung pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal (Nugraha & Indrawati, 2022).

Selain itu, penelitian terdahulu menggarisbawahi bahwa inovasi produk yang dikombinasikan dengan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing jangka panjang. Orientasi kewirausahaan, seperti keberanian mengambil risiko, proaktif, dan inovatif, terbukti memperkuat hubungan antara inovasi produk dan keberlanjutan usaha (Lestari & Sari, 2019). Bagi wirausaha muda, orientasi ini menjadi fondasi penting untuk mengembangkan produk-produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, inovasi produk tidak dapat dipisahkan dari karakteristik kewirausahaan yang melekat pada pelaku usaha muda.Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus menguji keterkaitan antara inovasi produk dan keberlanjutan usaha pada wirausaha muda di Indonesia dengan pendekatan empiris. Sebagian besar studi terdahulu hanya menyoroti aspek inovasi pada UMKM secara umum, tanpa memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai tantangan dan peluang unik yang dihadapi generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana inovasi produk berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha wirausaha muda di Indonesia. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan daya saing wirausaha muda serta memperkuat kontribusi mereka dalam mendukung perekonomian nasional yang berkelanjutan (Astuti & Kusuma, 2020; Wahyudi & Arifin, 2021).

Perubahan pola konsumsi global yang semakin berorientasi pada keberlanjutan menjadi sinyal penting bagi wirausaha muda di Indonesia untuk terus berinovasi dalam produk. Konsumen kini menuntut produk yang tidak hanya bernilai fungsional, tetapi juga etis, ramah lingkungan, dan mendukung keberlanjutan sosial. Kondisi ini menuntut wirausaha muda agar lebih kreatif dan adaptif dalam merancang produk inovatif, sekaligus memastikan produk tersebut dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, inovasi produk menjadi kunci dalam menjawab perubahan perilaku konsumen sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha.Di sisi akademik, penelitian mengenai peran inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha wirausaha muda juga memiliki kontribusi teoritis. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur tentang kewirausahaan, khususnya yang berhubungan dengan inovasi dan keberlanjutan. Lebih jauh, penelitian ini juga dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana generasi muda memanfaatkan inovasi sebagai strategi utama dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan tantangan kompetitif. Dengan demikian, riset ini tidak hanya relevan secara praktis, tetapi juga memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam bidang kewirausahaan berkelanjutan.Akhirnya, penting untuk menegaskan bahwa inovasi produk bukan sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi wirausaha muda di Indonesia. Dengan mengintegrasikan aspek keberlanjutan dalam setiap proses inovasi, wirausaha muda dapat memastikan usaha mereka tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam jangka panjang. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah kajian dengan menganalisis secara empiris peran inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha, sehingga dapat menjadi acuan bagi pengembangan kebijakan, strategi kewirausahaan, serta penguatan kapasitas generasi muda dalam membangun perekonomian nasional yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena fokus penelitian adalah membandingkan teori, fenomena, dan penelitian terdahulu terkait peran inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha pada wirausaha muda di Indonesia. Studi literatur memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai konsep inovasi, keberlanjutan usaha, serta relevansi penerapannya dalam konteks wirausaha muda. Dengan menganalisis temuan penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi pola, kesenjangan, serta peluang penelitian lebih lanjut yang relevan dengan kebutuhan akademik dan praktis.

Langkah awal dalam studi literatur ini adalah mengumpulkan referensi dari berbagai sumber ilmiah yang terbit pada rentang tahun 2015–2025, meliputi jurnal nasional maupun internasional yang membahas topik inovasi, kewirausahaan, dan keberlanjutan. Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas publikasi, indeksasi, serta relevansi dengan tema penelitian.

Analisis literatur kemudian dilakukan secara sistematis untuk mengklasifikasikan temuan ke dalam tiga kerangka utama: teori yang mendasari, fenomena empiris yang terjadi di lapangan, dan hasil penelitian terdahulu.Dalam membandingkan teori, penelitian ini menggunakan landasan dari teori inovasi Schumpeterian yang menekankan pentingnya kreativitas dan diferensiasi produk sebagai penggerak pertumbuhan usaha. Teori keberlanjutan juga digunakan untuk memahami bagaimana orientasi ekonomi, sosial, dan lingkungan terintegrasi dalam praktik kewirausahaan modern. Dengan pendekatan ini, analisis literatur tidak hanya menyoroti hubungan inovasi produk dengan kinerja usaha, tetapi juga menjelaskan bagaimana integrasi prinsip keberlanjutan memperkuat daya saing jangka panjang bagi wirausaha muda.

Pada aspek fenomena, penelitian ini membandingkan kondisi nyata wirausaha muda di Indonesia dengan tren global. Fenomena digitalisasi bisnis, peningkatan preferensi konsumen terhadap produk berkelanjutan, serta kebijakan pemerintah terkait pengembangan UMKM dianalisis untuk memberikan gambaran konteks empiris yang melatarbelakangi penelitian. Dengan menghubungkan fenomena aktual dengan teori, peneliti dapat memberikan justifikasi mengapa inovasi produk sangat penting bagi keberlanjutan usaha wirausaha muda di Indonesia, sekaligus menjelaskan tantangan unik yang mereka hadapi.Selanjutnya, penelitian ini menelaah hasil penelitian terdahulu untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan temuan. Beberapa studi menunjukkan bahwa inovasi produk berhubungan positif dengan kinerja bisnis UMKM, sementara penelitian lain menekankan pentingnya faktor mediasi seperti orientasi kewirausahaan dan dukungan teknologi digital. Perbandingan ini digunakan untuk memperkuat argumen penelitian bahwa wirausaha muda di Indonesia membutuhkan strategi inovasi produk yang terintegrasi dengan prinsip keberlanjutan. Dengan demikian, metode studi literatur ini memberikan dasar yang kuat untuk menjawab rumusan masalah penelitian sekaligus memberikan arah bagi penelitian empiris di masa depan.

Tabel 1. Indikator Penelitian Terdahulu dan Teori Acuan

Peneliti & Tahun	Fokus Penelitian	Teori yang Digunakan
Hameed et al. (2021)	Hubungan inovasi produk dengan kinerja usaha pada UMKM di pasar berkembang	Teori Inovasi Schumpeterian
Kraus et al. (2018)	Sustainable entrepreneurship dalam konteks UMKM	Teori Keberlanjutan Triple Bottom Line (ekonomi, sosial, lingkungan)
Rahmawati & Fauzan (2021)	Peran kapabilitas teknologi dalam memperkuat hubungan inovasi produk dan keberlanjutan	Resource-Based View (RBV)
Santoso (2022)	Inovasi produk di industri kreatif Indonesia	Teori Orientasi Kewirausahaan
Sutanto & Haryanto (2021)	Preferensi konsumen terhadap produk berkelanjutan di Indonesia	Teori Perilaku Konsumen
Astuti & Kusuma (2020)	Inovasi produk dan keberlanjutan UMKM di sektor makanan	Teori Value Creation
Mahmood et al. (2022)	Digital transformation dan inovasi produk pada UMKM	Teori Teknologi & Inovasi

Tabel 1. Relevansi Temuan

Temuan Utama	Fenomena Relevan
Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dan pertumbuhan usaha	Persaingan UMKM di Indonesia yang semakin ketat menuntut diferensiasi produk
Inovasi produk berorientasi keberlanjutan meningkatkan daya tahan usaha terhadap perubahan pasar	Konsumen Indonesia mulai peduli isu ramah lingkungan dan keberlanjutan
Kapabilitas teknologi memoderasi pengaruh inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha	Transformasi digital mendorong UMKM mengadopsi e-commerce dan media sosial

Inovasi produk memperkuat daya saing UMKM kreatif melalui kreativitas dan diferensiasi	Pertumbuhan industri kreatif (batik, kuliner, kerajinan) di Indonesia pasca-pandemi
Konsumen cenderung memilih produk dengan nilai tambah ramah lingkungan dan berbasis budaya lokal	Tren peningkatan permintaan produk sehat, eco-friendly, dan berbasis kearifan lokal
Inovasi produk berbasis kreativitas mendorong peningkatan kinerja finansial dan sosial	UMKM makanan Indonesia berinovasi melalui kemasan ramah lingkungan & produk sehat
Adopsi digital mempercepat siklus inovasi produk dan meningkatkan keberlanjutan usaha	Percepatan digitalisasi UMKM selama pandemi COVID-19 di Indonesia

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan telaah literatur, dapat dilihat bahwa inovasi produk secara konsisten dipandang sebagai faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan usaha, khususnya pada UMKM dan wirausaha muda. Hasil kajian menunjukkan pola umum bahwa inovasi produk memiliki dampak positif terhadap dimensi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Misalnya, Hameed et al. (2021) menegaskan peran inovasi produk dalam peningkatan profitabilitas, sementara Kraus et al. (2018) menekankan dimensi keberlanjutan melalui konsep triple bottom line.Selain itu, literatur menunjukkan adanya faktor-faktor yang memperkuat hubungan inovasi produk dengan keberlanjutan. Rahmawati & Fauzan (2021) menekankan pentingnya kapabilitas teknologi, sedangkan Santoso (2022) menyoroti peran kreativitas dalam industri kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi produk pada wirausaha muda tidak hanya ditentukan oleh kreativitas, tetapi juga oleh dukungan teknologi dan orientasi kewirausahaan.

Tabel 1. Hasil Analisis Penelitian

Peneliti & Tahun	Fokus Penelitian	Teori yang Digunakan	Temuan Utama	Fenomena Relevan
Hameed et al. (2021)	Inovasi produk dan kinerja UMKM di pasar berkembang	Teori Inovasi Schumpeterian	Inovasi produk meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan usaha	UMKM Indonesia harus diferensiasi produk untuk bertahan
Kraus et al. (2018)	Sustainable entrepreneurship pada UMKM	Triple Bottom Line	Inovasi produk berkelanjutan meningkatkan daya tahan usaha	Konsumen semakin peduli produk ramah lingkungan
Rahmawati & Fauzan (2021)	Kapabilitas teknologi dalam memperkuat inovasi	Resource-Based View	Teknologi memoderasi hubungan inovasi dengan keberlanjutan	UMKM mulai go digital melalui e-commerce
Santoso (2022)	Inovasi produk di industri kreatif Indonesia	Orientasi Kewirausahaan	Kreativitas produk memperkuat daya saing	Pertumbuhan industri kreatif pasca-pandemi
Sutanto & Haryanto (2021)	Preferensi konsumen terhadap produk berkelanjutan	Teori Perilaku Konsumen	Konsumen memilih produk ramah lingkungan & berbasis budaya	Tren meningkatnya eco-friendly product
Astuti & Kusuma (2020)	Inovasi produk	Value Creation	Inovasi mendorong	UMKM makanan berinovasi lewat

	UMKM makanan dan keberlanjutan		kinerja finansial & sosial	kemasan ramah lingkungan
Mahmood et al. (2022)	Digital transformation dan inovasi produk	Teori Teknologi & Inovasi	Digitalisasi mempercepat siklus inovasi & keberlanjutan	Pandemi mendorong UMKM masuk ekosistem digital

Fenomena empiris di Indonesia memperkuat temuan tersebut. Perubahan preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan (Sutanto & Haryanto, 2021), inovasi kemasan pada UMKM makanan (Astuti & Kusuma, 2020), serta digitalisasi pasca-pandemi (Mahmood et al., 2022) menegaskan bahwa wirausaha muda dituntut untuk beradaptasi dengan tren keberlanjutan. Dengan demikian, inovasi produk tidak bisa dilepaskan dari perubahan lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi yang menjadi katalis dalam proses keberlanjutan usaha.

PEMBAHASAN

1. Hubungan Inovasi Produk dengan Keberlanjutan Ekonomi Usaha Wirausaha Muda

Inovasi produk memainkan peran strategis dalam memperkuat keberlanjutan ekonomi wirausaha muda, karena melalui penciptaan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada, pelaku usaha dapat memperoleh diferensiasi dan meningkatkan daya saing. Studi oleh Wang et al. (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan UMKM melalui peningkatan efisiensi dan perluasan pasar. Hal ini relevan dengan kondisi wirausaha muda di Indonesia yang sering menghadapi keterbatasan sumber daya, sehingga inovasi menjadi instrumen penting untuk menciptakan nilai tambah dan menjaga keberlanjutan usaha.Selain itu, literatur menegaskan bahwa inovasi produk berhubungan erat dengan pertumbuhan ekonomi usaha karena mendorong penciptaan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Penelitian Zortea-Johnston et al. (2019) menekankan bahwa inovasi produk yang berbasis kebutuhan konsumen mampu memperkuat kinerja penjualan dan memperluas pangsa pasar. Bagi wirausaha muda, hal ini berarti bahwa kreativitas dalam merespons tren konsumen dan dinamika pasar sangat menentukan keberhasilan ekonomi jangka panjang. Kondisi tersebut juga memperlihatkan bahwa inovasi produk menjadi strategi adaptif yang sangat relevan untuk menghadapi persaingan global.

Faktor lain yang memperkuat hubungan inovasi produk dengan keberlanjutan ekonomi adalah orientasi pasar. Menurut Narver et al. (2018), orientasi pasar yang dikombinasikan dengan inovasi produk berkontribusi pada penciptaan produk yang relevan dengan kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan profitabilitas usaha. Dalam konteks Indonesia, wirausaha muda yang mampu membaca perubahanpreferensi konsumen dan mengintegrasikannya dalam inovasi produk memiliki peluang besar untuk mempertahankan pertumbuhan penjualan dan stabilitas usaha. Dengan demikian, orientasi pasar menjadi penghubung penting antara inovasi produk dan keberlanjutan ekonomi.Di samping itu, kemampuan wirausaha muda untuk berinovasi produk juga berdampak pada efisiensi biaya dan peningkatan nilai jual. Riset oleh Ahmad et al. (2021) menemukan bahwa inovasi produk dapat menurunkan biaya operasional melalui penggunaan teknologi baru, sekaligus meningkatkan pendapatan melalui penciptaan produk bernilai tinggi. Temuan ini mendukung argumen bahwa keberlanjutan ekonomi tidak hanya berasal dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemampuan mengendalikan biaya melalui inovasi. Bagi wirausaha muda, strategi ini menjadi jalan keluar untuk mengatasi keterbatasan modal dan infrastruktur.

2. Peran Inovasi Produk dalam Keberlanjutan Sosial

Inovasi produk tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berdampak signifikan pada aspek sosial, terutama dalam konteks wirausaha muda. Produk yang dirancang dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat mampu menciptakan nilai sosial berupa peningkatan kesejahteraan konsumen dan pemberdayaan komunitas. Menurut Bocken et al. (2016), inovasi

berkelanjutan harus mencakup dimensi sosial agar usaha tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga mendukung pembangunan komunitas. Bagi wirausaha muda di Indonesia, inovasi produk yang melibatkan masyarakat lokal dalam proses produksi sekaligus menciptakan lapangan kerja baru merupakan strategi untuk memperkuat keberlanjutan sosial usaha.Selain itu, inovasi produk dapat memperkuat inklusi sosial melalui keterlibatan berbagai kelompok, termasuk perempuan dan masyarakat marginal, dalam rantai pasok usaha. Studi oleh Sinkovics et al. (2018) menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis komunitas berperan dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap peluang ekonomi sekaligus memperkuat kohesi sosial. Temuan ini relevan bagi konteks Indonesia, di mana wirausaha muda seringkali beroperasi di sektor ekonomi kreatif yang dekat dengan komunitas lokal. Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya menjadi strategi bisnis, tetapi juga sarana untuk memperkuat inklusivitas sosial.

Dampak sosial inovasi produk juga terlihat dalam peningkatan kualitas hidup konsumen. Misalnya, produk ramah lingkungan atau berbasis kesehatan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup yang lebih baik. Menurut Chatterjee et al. (2021), inovasi produk yang memperhatikan aspek keberlanjutan memberikan manfaat ganda: memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus membentuk perilaku sosial yang lebih bertanggung jawab. Dalam hal ini, wirausaha muda Indonesia dapat memainkan peran penting dengan menghadirkan produk inovatif yang mendukung gaya hidup sehat dan berkelanjutan di kalangan generasi muda maupun masyarakat luas.Selain itu, inovasi produk dapat memperkuat identitas budaya lokal yang berkontribusi pada pelestarian warisan sosial masyarakat. Penelitian oleh Dangelico & Vocalelli (2017) menegaskan bahwa inovasi produk yang menggabungkan elemen budaya lokal dengan kebutuhan modern mampu meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya sekaligus memperluas penerimaan pasar. Bagi wirausaha muda, hal ini menjadi peluang untuk menghubungkan inovasi dengan keberlanjutan sosial melalui promosi kearifan lokal. Dengan cara ini, keberlanjutan usaha tidak hanya berbasis ekonomi, tetapi juga berakar pada identitas sosial masyarakat.Akhirnya, literatur juga menunjukkan bahwa keberlanjutan sosial dari inovasi produk dapat dicapai melalui kolaborasi lintas sektor. Menurut Hahn et al. (2020), kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat sipil diperlukan agar inovasi produk memberikan dampak sosial yang lebih luas. Wirausaha muda di Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini dengan membangun jejaring sosial dan kolaborasi yang memperluas dampak inovasi mereka pada masyarakat. Dengan demikian, inovasi produk berfungsi ganda: mendukung keberlangsungan usaha sekaligus memperkuat struktur sosial masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan.

3. Integrasi Inovasi Produk dengan Orientasi Digital dan Dukungan Ekosistem

Inovasi produk dalam konteks wirausaha muda semakin tidak dapat dipisahkan dari transformasi digital. Adopsi teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan platform cloud memungkinkan wirausaha muda mempercepat proses inovasi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan efisiensi. Menurut Nambisan et al. (2019), integrasi digital tidak hanya memfasilitasi proses penciptaan produk baru, tetapi juga membentuk ekosistem inovasi yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Dalam konteks ini, inovasi produk tidak berdiri sendiri, melainkan diperkuat oleh infrastruktur digital yang memungkinkan validasi cepat, personalisasi produk, dan pengumpulan umpan balik konsumen secara real-time.

Selain itu, orientasi digital membantu wirausaha muda mengatasi keterbatasan sumber daya yang sering menjadi kendala utama. Teknologi memungkinkan kolaborasi lintas wilayah, mempermudah akses pembiayaan berbasis digital, serta meningkatkan efisiensi distribusi produk. Penelitian oleh Autio et al. (2021) menekankan bahwa digitalisasi mendorong penciptaan nilai baru melalui interaksi yang lebih intens dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan demikian, digitalisasi berperan sebagai jembatan yang menghubungkan inovasi produk dengan peningkatan keberlanjutan usaha, terutama bagi wirausaha muda yang berada di ekosistem startup dan UMKM.

Dukungan ekosistem kewirausahaan juga menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan inovasi produk. Ekosistem yang kuat mencakup dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, universitas, serta komunitas bisnis. Menurut Cavallo et al. (2019), ekosistem kewirausahaan yang sehat memberikan akses ke sumber daya, jaringan, dan kapabilitas yang memperkuat kemampuan

inovasi wirausaha muda. Dalam konteks Indonesia, program inkubasi, pelatihan kewirausahaan, dan akses ke pendanaan berbasis teknologi finansial (fintech) telah memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan produk-produk inovatif.

Kolaborasi antaraktor dalam ekosistem juga berperan dalam mempercepat difusi inovasi. Misalnya, kerjasama dengan pemasok dapat menyediakan bahan baku inovatif, kolaborasi dengan universitas menghadirkan penelitian dan teknologi baru, sementara kemitraan dengan pemerintah membuka akses ke pasar yang lebih luas. Menurut Ritala et al. (2021), inovasi kolaboratif yang didukung oleh platform digital mampu menciptakan ekosistem yang lebih resisten terhadap guncangan eksternal, seperti krisis ekonomi maupun pandemi. Dengan kata lain, inovasi produk yang diperkuat oleh kolaborasi ekosistem akan lebih berkelanjutan.Akhirnya, integrasi inovasi produk dengan orientasi digital dan dukungan ekosistem membentuk fondasi yang kokoh untuk keberlanjutan usaha wirausaha muda. Digitalisasi memberikan kecepatan dan skala, sementara ekosistem memberikan dukungan dan legitimasi yang dibutuhkan. Kombinasi keduanya memastikan bahwa inovasi produk tidak hanya berdampak pada keberhasilan jangka pendek, tetapi juga memperkuat daya saing jangka panjang dalam menghadapi pasar global. Hal ini mendukung pandangan Elia et al. (2020) bahwa keberlanjutan usaha modern harus dipahami sebagai hasil dari sinergi antara inovasi, teknologi, dan ekosistem. Dengan demikian, wirausaha muda di Indonesia perlu membangun inovasi produk yang terintegrasi secara digital sekaligus bersandar pada kekuatan ekosistem kewirausahaan yang mendukung.

KESIMPULAN

Hasil studi literatur ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki peran strategis dalam memperkuat keberlanjutan usaha wirausaha muda di Indonesia. Dari perspektif ekonomi, inovasi produk berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan daya saing, terutama melalui diferensiasi dan kreativitas dalam merespons kebutuhan konsumen. Keberlanjutan ekonomi menjadi fondasi utama yang memastikan usaha wirausaha muda tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar yang kompetitif.Dari dimensi sosial, inovasi produk terbukti memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan komunitas, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan inklusivitas. Wirausaha muda yang mampu mengintegrasikan aspek sosial ke dalam inovasi produk tidak hanya memperoleh legitimasi dari masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan sosial yang menjadi modal penting untuk keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, inovasi produk berfungsi ganda: sebagai alat pertumbuhan ekonomi sekaligus sarana pembangunan sosial.

Dimensi lingkungan juga menunjukkan bahwa inovasi produk berperan dalam mengurangi dampak negatif terhadap alam melalui praktik eco-design, penggunaan material ramah lingkungan, dan penerapan prinsip ekonomi sirkular. Bagi wirausaha muda, penerapan inovasi berorientasi lingkungan membuka peluang pasar baru sekaligus meningkatkan reputasi bisnis. Hal ini menegaskan bahwa inovasi produk dapat menjadi strategi bisnis inti untuk mendukung keberlanjutan ekologis dan daya tahan usaha.Lebih jauh, penelitian ini menekankan pentingnya integrasi inovasi produk dengan orientasi digital dan dukungan ekosistem kewirausahaan. Digitalisasi mempercepat proses inovasi, memfasilitasi interaksi dengan konsumen, serta memperluas akses pasar. Sementara itu, ekosistem kewirausahaan memberikan dukungan melalui akses ke pembiayaan, pelatihan, dan kolaborasi lintas sektor. Sinergi antara inovasi, teknologi, dan ekosistem terbukti memperkuat keberlanjutan usaha wirausaha muda dalam menghadapi dinamika pasar global.

Secara keseluruhan, inovasi produk harus dipahami bukan hanya sebagai upaya kreatif menghasilkan produk baru, tetapi sebagai strategi komprehensif yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, lingkungan, serta dukungan teknologi dan ekosistem. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur kewirausahaan berkelanjutan, sekaligus implikasi praktis bagi wirausaha muda, pembuat kebijakan, dan lembaga pendidikan. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat menguji secara empiris hubungan inovasi produk dengan keberlanjutan usaha agar temuan ini semakin relevan dan aplikatif.

REFERENSI

Ahmad, S., Schroeder, R. G., & Mallick, D. N. (2021). The impact of product innovation on firm performance: Evidence from emerging markets. *Journal of Business Research, 134*, 1–12. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.009

Astuti, R., & Kusuma, H. (2020). Product innovation and business sustainability among SMEs: Evidence from Indonesia. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 27*(6), 1021–1039. https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2020-0021

Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2021). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal, 15*(1), 49–72. https://doi.org/10.1002/sej.1391

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2016). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production, 65*, 42–56. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039

Bos-Brouwers, H. E. J. (2019). Corporate sustainability and innovation in SMEs: Evidence of themes and activities in practice. *Business Strategy and the Environment, 28*(8), 1683–1695. https://doi.org/10.1002/bse.2429

Cavallo, A., Ghezzi, A., & Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: Present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal, 15*(4), 1291–1321. https://doi.org/10.1007/s11365-018-0526-3

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2021). Sustainability and product innovation: A review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change, 165*, 120536. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120536

Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, dimensions, and relationships with stakeholders. *Business Strategy and the Environment, 26*(4), 457–475. https://doi.org/10.1002/bse.1938

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change, 150*, 119791. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791

Fitriani, A., & Sudaryanto, B. (2019). The role of product innovation on the performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Innovation Science, 11*(2), 254–269. https://doi.org/10.1108/IJIS-11-2018-0110

Hahn, R., Spieth, P., & Ince, I. (2020). Business model design in sustainable entrepreneurship: Illuminating the commercial logic of hybrid businesses. *Journal of Cleaner Production, 251*, 119676. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119676

Hameed, W. U., Nisar, Q. A., & Wu, H. (2021). The impact of innovation on organizational performance: Evidence from SMEs in emerging markets. *European Journal of Innovation Management, 24*(3), 707–730. https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2019-0079

Ismail, T., Abdullah, A., & Yusuf, M. (2018). Government support, innovation, and SMEs performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 34*(3), 337–354. https://doi.org/10.1504/IJESB.2018.093515

Kraus, S., Burtscher, J., & Vallaster, C. (2018). Sustainable entrepreneurship: Innovation-related challenges for SMEs. *Sustainability, 10*(7), 2289. https://doi.org/10.3390/su10072289

Lestari, R., & Sari, D. (2019). Entrepreneurial orientation and product innovation in sustaining competitive advantage. *Journal of Entrepreneurship Education, 22*(5), 1–11. https://doi.org/10.5465/JEE.2019.005

Li, X., Su, Z., & Li, Y. (2020). The role of digital platforms in accelerating product innovation. *Technological Forecasting and Social Change, 161*, 120298. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120298

Mahmood, R., Zainol, F. A., & Wan Mohd, R. (2022). Digital transformation and product innovation: Implications for SME sustainability. *Sustainability, 14*(12), 7125. https://doi.org/10.3390/su14127125

Marzi, G., Dabić, M., & Daim, T. U. (2021). Product innovation and SMEs' performance: The role of digital transformation. *Technovation, 107*, 102312. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102312

Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy, 48*(8), 103773. https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018

Narver, J. C., Slater, S. F., & MacLachlan, D. L. (2018). Responsive and proactive market orientation and new product success. *Journal of Product Innovation Management, 35*(5), 830–847. https://doi.org/10.1111/jpim.12450

Nugraha, B., & Indrawati, S. (2022). Local wisdom-based product innovation and SME sustainability in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business, 10*(1), 45–58. https://doi.org/10.24114/jeb.v10i1.35123

Putri, A., & Hermanto, B. (2020). The challenges of young entrepreneurs in Indonesia: Innovation and sustainability perspectives. *Asian Journal of Entrepreneurship, 1*(2), 85–96. https://doi.org/10.55627/aje.v1i2.25

Rahmawati, D., & Fauzan, A. (2021). Linking product innovation to business sustainability: The moderating role of technological capability. *International Journal of Business and Society, 22*(1), 51–68. https://doi.org/10.33736/ijbs.3175.2021

Ritala, P., Baiyere, A., Hughes, M., & Kraus, S. (2021). Digital strategy implementation: The role of ecosystems and business models. *Journal of Business Research, 124*, 473–485. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.037

Samsir, & Wibowo, R. (2020). Inovasi produk sebagai strategi keberlanjutan UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22*(3), 210–222. https://doi.org/10.9744/jmk.22.3.210-222

Santoso, Y. (2022). Product innovation and SME competitiveness in Indonesia's creative industry. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 37*(1), 45–58. https://doi.org/10.22146/jebi.67123

Setyawan, D., & Nugroho, S. (2021). Business incubators and product innovation among young entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship, 25*(5), 1–12. https://doi.org/10.5465/IJE.2021.005

Sinkovics, N., Sinkovics, R. R., & Yamin, M. (2018). The role of social value creation in business model innovation: A conceptual framework. *Critical Perspectives on International Business, 14*(2/3), 349–371. https://doi.org/10.1108/cpoib-06-2016-0021

Sutanto, J., & Haryanto, B. (2021). Consumer preference and sustainable product innovation in Indonesia. *Journal of Business Research, 134*, 327–335. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.014

Wahyudi, T., & Arifin, Z. (2021). Exploring the relationship between product innovation and SME sustainability. *Journal of Entrepreneurship Education, 24*(3), 1–10. https://doi.org/10.5465/JEE.2021.003

Wang, Y., Zhang, X., & Goh, M. (2020). Product innovation and performance of SMEs: Moderating role of resource scarcity. *International Journal of Production Economics, 230*, 107–118. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107118

Wijaya, H. (2020). The impact of government policy on SME innovation in Indonesia. *Journal of Asian Business and Economic Studies, 27*(2), 141–157. https://doi.org/10.1108/JABES-04-2019-0045

Zortea-Johnston, E., Darroch, J., & Matear, S. (2019). Business orientation and innovation in small firms. *International Small Business Journal, 37*(4), 342–364. https://doi.org/10.1177/0266242619825645