

Sustainable Competitive Advantage berbasis Green Innovation, Collaborative Core Value, dan Green Dynamic Capability

Ahmad Alim Bachri, Siti Aliyati Albushairi[✉], Nuril Huda, Abdul Hadi, Anna Nur Faidah, Sudirwo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

Abstrak

Peningkatan kesadaran terhadap keberlanjutan lingkungan menuntut industri kreatif untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui inovasi dan kemampuan adaptif organisasi. Namun, pelaku industri kreatif di wilayah lahan basah masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan inovasi ramah lingkungan dan penguatan kolaborasi usaha. Penelitian ini bertujuan mengembangkan model inovasi keberlanjutan industri kreatif berbasis *green innovation*, *collaborative core values*, dan *green dynamic capability* dalam meningkatkan *sustainable competitive advantage*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Populasi penelitian adalah pelaku industri kreatif sektor kerajinan dan fashion di Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis berpengaruh positif dan signifikan. *Collaborative core values* berpengaruh terhadap *green innovation* dan *sustainable competitive advantage*. *Green innovation* terbukti meningkatkan *sustainable competitive advantage*, sedangkan *green dynamic capability* mampu memperkuat hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi budaya kolaboratif, inovasi hijau, dan kapabilitas dinamis menjadi strategi penting dalam membangun daya saing industri kreatif berbasis keberlanjutan di wilayah lahan basah.

Kata Kunci: *green innovation, collaborative core values, green dynamic capability, sustainable competitive advantage, industri kreatif.*

Abstract

Environmental sustainability awareness has encouraged creative industries to develop sustainable competitive advantage through innovation and organizational adaptive capabilities. However, creative industry actors in wetland areas still face limitations in implementing environmentally friendly innovation and strengthening business collaboration. This study aims to develop a sustainable innovation model for the creative industry based on green innovation, collaborative core values, and green dynamic capability in enhancing sustainable competitive advantage. This study employed a quantitative approach using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The research population consisted of handicraft and fashion creative industry actors in Banjarmasin, Banjarbaru, and Kabupaten Banjar, selected through purposive sampling. The results indicate that all hypotheses have positive and significant effects. Collaborative core values significantly influence green innovation and sustainable competitive advantage. Green innovation also positively affects sustainable competitive advantage, while green dynamic capability

strengthens the relationship between green innovation and sustainable competitive advantage. These findings confirm that the integration of collaborative culture, green innovation, and dynamic capabilities constitutes an important strategy for building sustainable competitive advantage in creative industries within wetland areas.

Keywords: *green innovation, collaborative core values, green dynamic capability, sustainable competitive advantage, creative industry.*

Copyright (c) 2026 Ahmad Alim Bachri, et al.

✉ Corresponding author :

Email Address : saabushairi@ulm.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis global yang semakin dinamis, ditandai dengan disrupsi teknologi, intensitas persaingan yang tinggi, serta perubahan preferensi konsumen, menuntut perusahaan untuk tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga mempertahankan keunggulan dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, *sustainable competitive advantage* menjadi faktor kunci yang menentukan keberlangsungan usaha. Namun demikian, pendekatan tradisional yang berfokus pada efisiensi biaya dan diferensiasi produk dinilai semakin kurang memadai dalam menghadapi dinamika bisnis modern. Strategi tersebut cenderung menghasilkan keunggulan yang bersifat jangka pendek karena relatif mudah ditiru oleh pesaing, terutama di tengah perkembangan teknologi dan keterbukaan informasi yang semakin tinggi. Selain itu, pendekatan tradisional umumnya masih berorientasi pada aspek ekonomi semata dan belum secara optimal mengintegrasikan dimensi keberlanjutan lingkungan dan sosial ke dalam strategi bisnis perusahaan. Akibatnya, perusahaan menjadi kurang adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal, tuntutan regulasi hijau, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap praktik bisnis berkelanjutan (Mansouri et al., 2022). Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mengembangkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada kinerja ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan dan sosial.

Di Indonesia, sektor industri kreatif memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui pengembangan kreativitas, budaya lokal, dan penciptaan lapangan kerja. Pada wilayah lahan basah seperti Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar, industri kreatif khususnya sektor kerajinan dan fashion berkembang sebagai bagian dari aktivitas ekonomi berbasis lokal. Namun demikian, karakteristik wilayah lahan basah yang rentan terhadap perubahan lingkungan menuntut adanya pendekatan pengembangan industri yang lebih berorientasi pada keberlanjutan. Pelaku industri kreatif di wilayah tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan inovasi, rendahnya kolaborasi antar pelaku usaha, serta lemahnya kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan tuntutan lingkungan. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing usaha dan belum optimalnya keberlanjutan industri kreatif di wilayah lahan basah.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan, perusahaan dituntut untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnisnya (Cheng, 2020; Qureshi et al., 2020). Salah satu pendekatan strategis yang berkembang adalah *green innovation*, yaitu inovasi yang berfokus pada pengembangan produk dan proses yang ramah lingkungan, seperti efisiensi energi, pengurangan limbah, serta penggunaan bahan baku berkelanjutan (Wang, 2019; Chang, 2011). *Green innovation* diyakini mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat citra perusahaan, serta menciptakan diferensiasi produk yang berdampak pada peningkatan keunggulan kompetitif (Ong et al., 2021; Chiou et al., 2011). Selain itu, dalam paradigma bisnis modern, penciptaan nilai tidak lagi bersifat individual, melainkan berbasis kolaborasi. *Collaborative core values* mencerminkan nilai-nilai organisasi yang menekankan keterbukaan, kerja sama, dan integrasi pengetahuan antar

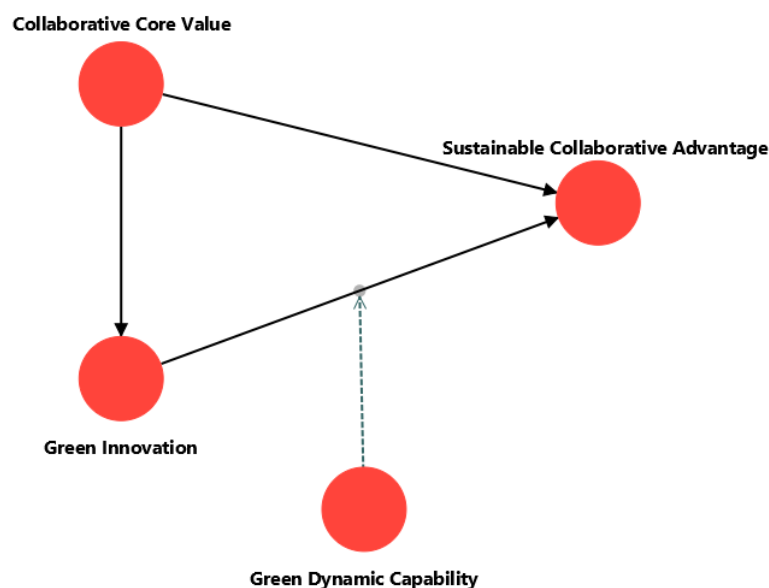
pemangku kepentingan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengakses sumber daya eksternal dan meningkatkan kapasitas inovasi (Ilenia, 2023; Armstrong et al., 2018).

Di sisi lain, perspektif *dynamic capabilities* menekankan bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola dan mengadaptasi sumber daya tersebut secara dinamis (Teece, 2017). Dalam konteks keberlanjutan, konsep ini berkembang menjadi *green dynamic capability*, yaitu kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam strategi dan operasionalnya. Kapabilitas ini memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya menghasilkan inovasi hijau, tetapi juga mengimplementasikannya secara efektif sehingga memberikan dampak nyata terhadap keunggulan kompetitif.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya inkonsistensi terkait pengaruh *green innovation* terhadap *sustainable competitive advantage*. Beberapa penelitian menemukan bahwa *green innovation* mampu meningkatkan efisiensi operasional, reputasi perusahaan, serta keunggulan kompetitif berkelanjutan (Ong et al., 2021; Agyapong et al., 2024). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa implementasi *green innovation* tidak selalu memberikan dampak signifikan terhadap *sustainable competitive advantage*, terutama ketika organisasi menghadapi keterbatasan sumber daya, rendahnya kapabilitas adaptif, dan lemahnya dukungan kolaboratif (Zhang, 2024). Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada sektor manufaktur atau perusahaan besar sehingga belum mampu menjelaskan dinamika keberlanjutan pada sektor industri kreatif berbasis lokal. Penelitian yang mengintegrasikan *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* dalam satu model konseptual juga masih relatif terbatas. Terlebih lagi, peran *green dynamic capability* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *green innovation* dan *sustainable competitive advantage* belum banyak diuji secara empiris, khususnya pada konteks industri kreatif di wilayah lahan basah dan negara berkembang. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan empiris, kontekstual, dan teoritis yang masih memerlukan pengkajian lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan mengembangkan model *sustainable competitive advantage* berbasis *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* pada industri kreatif wilayah lahan basah. Model tersebut digunakan untuk menjelaskan pengaruh *collaborative core values* dan *green innovation* terhadap *sustainable competitive advantage* serta peran moderasi *green dynamic capability* dalam hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengembangan *Resource-Based View* dan *Dynamic Capabilities Theory* dalam konteks keberlanjutan, sekaligus memperkuat literatur mengenai strategi pengembangan daya saing industri kreatif berbasis lokal yang adaptif terhadap tantangan lingkungan dan dinamika bisnis global.

Secara konseptual, penelitian ini mengintegrasikan *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* dalam menjelaskan pembentukan *sustainable competitive advantage*. *Collaborative core values* berperan dalam mendorong terciptanya *green innovation* melalui kolaborasi dan pertukaran pengetahuan, serta secara langsung berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif. *Green innovation* berfungsi sebagai mekanisme utama dalam menciptakan nilai tambah berbasis keberlanjutan, sedangkan *green dynamic capability* berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara *green innovation* dan *sustainable competitive advantage*.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah bahwa *collaborative core values* berpengaruh positif terhadap *green innovation*, *collaborative core values* berpengaruh positif terhadap *sustainable competitive advantage*, *green innovation* berpengaruh positif terhadap *sustainable competitive advantage*, serta *green dynamic capability* memperkuat pengaruh *green innovation* terhadap *sustainable competitive advantage*.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model inovasi keberlanjutan industri kreatif yang mengintegrasikan *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* dalam menjelaskan pembentukan *sustainable competitive advantage* secara simultan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji hubungan secara parsial dan berfokus pada sektor manufaktur, penelitian ini dilakukan pada industri kreatif, khususnya kerajinan dan fashion di wilayah lahan basah seperti Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran *green dynamic capability* sebagai variabel moderasi, sehingga menghasilkan model yang tidak hanya bersifat teoretis tetapi juga aplikatif dalam meningkatkan daya saing industri kreatif, mendorong ekonomi daerah, serta menciptakan kesejahteraan masyarakat di wilayah lahan basah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Selain itu, penelitian ini tidak hanya menguji hubungan antar variabel, tetapi juga bertujuan untuk menghasilkan model inovasi keberlanjutan industri kreatif berbasis *green innovation*, *collaborative core values*, dan *green dynamic capability* dalam meningkatkan *sustainable competitive advantage*. Desain penelitian yang digunakan adalah *cross-sectional*, di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu untuk menggambarkan kondisi responden pada saat penelitian dilakukan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui bantuan perangkat lunak *SmartPLS*, yang dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan kausal antar variabel laten secara simultan serta menguji model moderasi dalam satu kerangka analisis terpadu.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif sektor kerajinan dan fashion yang berada di wilayah lahan basah, yaitu Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Pemilihan populasi ini didasarkan pada peran strategis sektor industri kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta relevansinya dengan isu keberlanjutan lingkungan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pelaku usaha yang memiliki

peran dalam pengambilan keputusan terkait inovasi dan pengelolaan usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Pertama, pengelola kerajinan eceng gondok, purun, arguci, dan kain sasirangan. Kedua, kreatif, inovatif, dan peduli terhadap lingkungan. Ketiga, berada di Kota Banjarmasin, Banjarbaru, dan kabupaten Banjar. Jumlah jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini antara 200 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, baik secara langsung maupun melalui media daring, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang relevan. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan menggunakan skala Likert lima poin, yang mengukur persepsi responden terhadap praktik yang dilakukan dalam usaha mereka. Variabel yang diukur dalam penelitian ini meliputi *collaborative core values*, *green innovation*, *green dynamic capability*, dan *sustainable competitive advantage*, yang masing-masing dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator berdasarkan kajian literatur. Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data. Kedua uji validitas konvergen untuk outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. kedua, inner model atau model structural. Keempat, pengujian hipotesis. Model penelitian ini melibatkan variabel moderasi, yaitu *green dynamic capability*, yang berfungsi memperkuat hubungan antara *green innovation* dan *sustainable competitive advantage*. Pengujian moderasi dilakukan menggunakan pendekatan interaction effect dalam SEM dengan membentuk variabel interaksi antara *green innovation* dan *green dynamic capability*. Selanjutnya, kelayakan model diuji menggunakan kriteria goodness of fit, seperti Chi-square, SRMR, d-ULS, d-G, NFI, dan nilai R-square.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk analisis SEM. Dengan pendekatan metodologis tersebut, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan model yang tidak hanya valid secara statistik, tetapi juga relevan secara praktis dalam pengembangan industri kreatif berbasis keberlanjutan di wilayah lahan basah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelaku usaha yang menjadi objek penelitian. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan beberapa aspek yang relevan dengan penelitian, yaitu lama menjadi pengrajin/pengusaha, jumlah tenaga kerja, bahan baku, asal bahan baku, serta media promosi. Karakteristik ini penting untuk memahami kondisi empiris responden yang berkaitan dengan pembentukan *sustainable competitive advantage*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, distribusi responden menurut lama menjadi pengrajin/pengusaha disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Lama Menjadi Pengrajin/Pengusaha

Kategori	Frekuensi	Persentase
< 5 tahun	73	36,5%
5-10 tahun	101	50,5%
> 10 tahun	26	13%
Total	200	100%

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berada pada kategori 5–10 tahun sebesar 50,5%, diikuti oleh responden dengan lama usaha kurang dari 5 tahun sebesar 36,5%, dan lebih dari 10 tahun sebesar 13%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha berada pada fase perkembangan dan pematangan usaha. Dalam perspektif *green dynamic capability*, pengalaman usaha yang relatif cukup ini mencerminkan kemampuan adaptasi pelaku usaha dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis, termasuk dalam mengelola sumber daya dan merespons tuntutan keberlanjutan. Pengalaman tersebut menjadi modal penting dalam membangun *sustainable competitive advantage* melalui peningkatan efisiensi, inovasi, dan ketahanan usaha.

Selain itu, distribusi responden dapat berdasarkan jumlah tenaga kerja yang disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jumlah Tenaga Kerja

Kategori	Frekuensi	Persentase
0 orang (usaha mandiri)	146	73%
1–5 orang	36	18%
> 5 orang	18	9%
Total	200	100%

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden menjalankan usaha secara mandiri tanpa tenaga kerja sebesar 73%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha memiliki struktur organisasi yang sederhana dan fleksibel. Dalam konteks *dynamic capability*, kondisi ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan pasar. Meskipun demikian, keterbatasan tenaga kerja dapat menjadi kendala dalam pengembangan skala usaha. Namun, efisiensi operasional yang dihasilkan tetap menjadi faktor pendukung dalam menciptakan *sustainable competitive advantage*, khususnya dalam menjaga biaya tetap rendah dan meningkatkan responsivitas usaha

Distribusi responden berdasarkan jenis bahan baku disajikan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Bahan Baku

Kategori	Frekuensi	Persentase
Kain & turunannya	178	89%
Rotan/kayu/bambu	14	7%
Purun, eceng gondok, dll.	8	4%
Total	200	100%

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, sebagian besar responden menggunakan bahan baku kain dan turunannya sebesar 89%. Hal ini menunjukkan adanya spesialisasi usaha pada sektor kerajinan berbasis tekstil. Sementara itu, penggunaan bahan alami seperti rotan, kayu, bambu, purun, dan eceng gondok mencerminkan adanya potensi penerapan *green innovation*. Pemanfaatan bahan ramah lingkungan dan berbasis sumber daya terbarukan dapat meningkatkan nilai tambah produk serta memperkuat diferensiasi usaha. Dengan demikian, variasi bahan baku yang digunakan berkontribusi dalam membangun *sustainable competitive advantage* melalui inovasi produk yang berorientasi pada keberlanjutan.

Selanjutnya, distribusi responden berdasarkan asal bahan baku disajikan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Asal Bahan Baku

Kategori	Frekuensi	Persentase
Lokal/Banjarmasin	158	79%
Luar daerah	42	21%
Total	200	100%

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden memperoleh bahan baku dari sumber lokal sebesar 79%. Hal ini menunjukkan adanya keterikatan yang kuat dengan jaringan ekonomi

lokal. Dalam perspektif *collaborative core values*, kondisi ini mencerminkan adanya hubungan kolaboratif antara pelaku usaha dengan pemasok lokal yang dilandasi oleh kepercayaan dan kemitraan. Selain itu, penggunaan bahan baku lokal juga mendukung efisiensi biaya serta mengurangi dampak lingkungan akibat distribusi. Oleh karena itu, pemanfaatan sumber daya lokal menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung terciptanya *sustainable competitive advantage*.

Selain itu, distribusi responden berdasarkan media promosi disajikan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Media Promosi

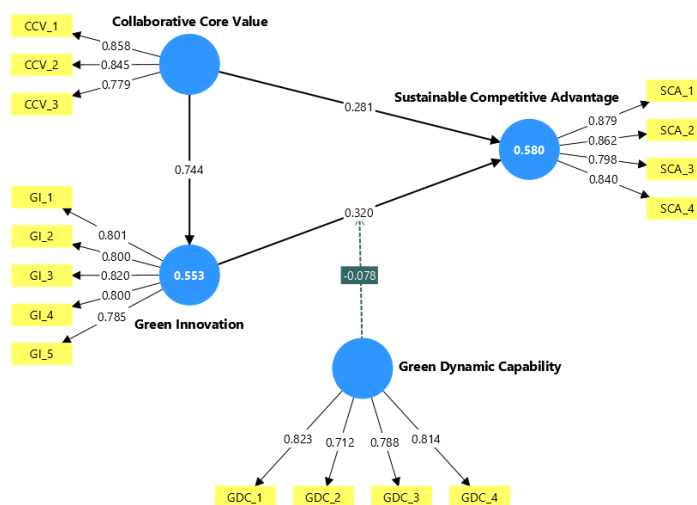
Kategori	Frekuensi	Persentase
Radio	18	9%
Media Cetak	14	7%
Media Sosial	154	77%
Kombinasi (cetak + medsos)	14	7%
Total	200	100%

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden menggunakan media sosial sebagai sarana promosi sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mampu memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Dalam perspektif *dynamic capability* dan inovasi, kemampuan mengadopsi media digital mencerminkan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan perilaku konsumen. Penggunaan media sosial memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien. Dengan demikian, strategi promosi berbasis digital ini menjadi salah satu faktor yang mendukung terciptanya *sustainable competitive advantage* melalui peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.4 yang melibatkan dua tahap pengujian, yaitu pengujian model pengukuran (*Outer Model*) dan pengujian model struktural (*Inner Model*). Tujuan pengujian model pengukuran adalah untuk menentukan validitas dan reliabilitas setiap variabel dalam kaitannya dengan indikator penelitian. Pengujian ini menggunakan nilai *loading factor*, yang menunjukkan derajat korelasi antara variabel dan indikator. Nilai *loading factor* dianggap reliabel jika nilai korelasinya $> 0,7$; dengan demikian, data dianggap valid.



Gambar 2. Hasil Outer Loading pada SmartPLS 4.1.1.4

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa nilai setiap indikator pada setiap variabel memiliki nilai $> 0,7$. Oleh karena itu, setiap indikator dapat dikatakan reliabel dan valid, dengan kata lain, hubungan antar variabel memenuhi nilai korelasi. Selain menggunakan nilai

loading factor dalam uji validitas, nilai validitas konvergen (*Average Variance Extracted*) juga dapat digunakan. Berikut adalah nilai validitas konvergen dalam penelitian ini.

Tabel 6. Nilai AVE

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
<i>Green Dynamic Capability</i>	0,617	Valid
<i>Green Innovation</i>	0,642	Valid
SCA	0,714	Valid
CCV	0,686	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dapat dijelaskan bahwa untuk setiap variabel yang nilai AVE-nya $> 0,5$, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian valid atau telah memenuhi kriteria variabel latennya. Dengan demikian, nilai AVE telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik.

Tabel 7. Nilai Fornell-Larcker

	<i>Green Dynamic Capability</i>	<i>Green Innovation</i>	SCA	CCV
<i>Green Dynamic Capability</i>	0,819			
<i>Green Innovation</i>	0,785	0,802		
SCA	0,688	0,713	0,845	
CCV	0,719	0,744	0,675	0,828

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 7 di atas, terlihat bahwa variabel laten dengan indikator pada blok tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan indikator pada kolom lainnya yang memiliki nilai lebih kecil. Dengan cross-loading untuk setiap variabel yang memiliki nilai $> 0,7$, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki nilai yang memenuhi kriteria validitas diskriminatif.

Tabel 8. Nilai *Composite reliability*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
<i>Green Dynamic Capability</i>	0,792	0,796
<i>Green Innovation</i>	0,861	0,861
SCA	0,866	0,870
CCV	0,770	0,776

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Berdasarkan hasil pada Tabel 8 di atas, reliabilitas konstruk dapat dinilai dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability* dari setiap konstruk. Untuk reliabilitas yang baik, disarankan agar nilai *Composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7.

Setelah uji outer model dilakukan, selanjutnya pengujian model struktural (*Inner Model*). Pengujian ini dilakukan dengan dua tahap. Tahap pertama uji ketepatan model dan tahap kedua nilai r^2 . Uji ketepatan model dilakukan dengan melihat hasil estimasi output SmartPLS versi 4.1.1.4 dibandingkan dengan kriteria seperti penjelasan pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Ketepatan Model

Parameter	<i>Rule of Thumb</i>	Nilai Parameter	Keterangan
SRMR	Lebih Kecil dari 0,10	0,093	Fit
d-ULS	$> 0,05$	1,180	Fit
d-G	$> 0,05$	0,342	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0,823	Fit
GoF	0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderate), 0,36 (GoF kuat)	0.610	GoF Kuat
Q^2 Predictive Relevance	$Q^2 > 0$: Memiliki <i>predictive relevance</i> $Q^2 < 0$: Kurang memiliki <i>predictive relevance</i> .	Q^2 <i>Green Innovation</i> 0,548 > 0 Q^2 <i>Sustainable Competitive Advantage</i> 0,513 > 0	Kuat
	0,02 (Lemah) 0,15 (Moderate) 0,35 (Kuat)		

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Berdasarkan hasil pada Tabel 9, evaluasi *goodness of fit* menunjukkan bahwa model SEM-PLS telah memenuhi kriteria kelayakan model. Nilai SRMR sebesar 0,093 berada di bawah batas 0,10 yang menunjukkan tingkat residual model dapat diterima. Selain itu, nilai d-ULS sebesar 1,180 dan d-G sebesar 0,342 menunjukkan bahwa model mampu merepresentasikan data empiris dengan baik. Nilai NFI sebesar 0,823 yang mendekati angka 1 juga mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang memadai.

Selanjutnya, nilai *Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,610 termasuk dalam kategori kuat karena melebihi batas 0,36. Nilai Q^2 *Predictive Relevance* pada variabel *Green Innovation* sebesar 0,548 dan *Sustainable Competitive Advantage* sebesar 0,513 menunjukkan nilai lebih besar dari 0 dan berada pada kategori kuat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian.

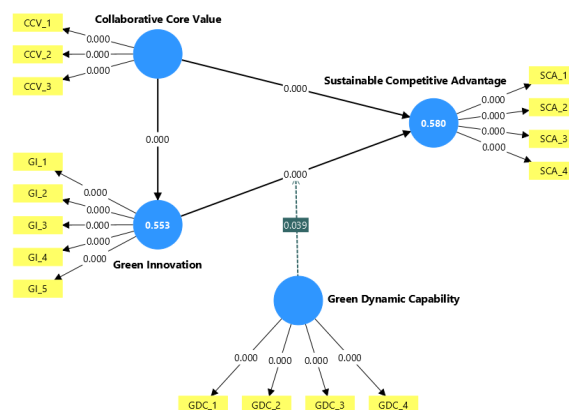
R-Square dalam PLS-SEM digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai *R-square* yang semakin mendekati 1 menunjukkan kemampuan prediktif model yang semakin baik dalam menjelaskan variansi konstruk endogen.

Tabel 10. Hasil Uji *R Square* (R^2)

Variabel dependen	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Green Innovation</i>	0.553	0.551
SCA	0.580	0.570

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Tabel 10 menyajikan nilai *R-square* dan *R-square adjusted* untuk variabel dependen dalam penelitian, yaitu *Green Innovation* dan *Sustainable Competitive Advantage*. Nilai *R-square adjusted* digunakan untuk menunjukkan kemampuan prediksi model yang telah disesuaikan dengan jumlah konstruk dalam model penelitian. Variabel *Green Innovation* memiliki nilai *R-square adjusted* sebesar 0,551, yang menunjukkan bahwa 55,1% variasi *Green Innovation* dapat dijelaskan oleh *Collaborative Core Values* dan *Green Dynamic Capability*. Sementara itu, variabel *Sustainable Competitive Advantage* memiliki nilai *R-square adjusted* sebesar 0,570. Hal ini menunjukkan bahwa 57% variasi *Sustainable Competitive Advantage* dapat dijelaskan oleh variabel dalam model penelitian, yaitu *Collaborative Core Values*, *Green Innovation*, dan *Green Dynamic Capability*.



Gambar 3. Hasil Bootstrapping pada SmartPLS 4.1.1.4

Berdasarkan hasil pengujian model struktural, seluruh hubungan antar variabel menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga seluruh hubungan dalam model dinyatakan signifikan.

Collaborative Core Values berpengaruh signifikan terhadap *Green Innovation* dan *Sustainable Competitive Advantage*. Selain itu, *Green Innovation* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage*.

Variabel *Green Dynamic Capability* berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Green Innovation* dan *Sustainable Competitive Advantage* dengan nilai

signifikansi sebesar 0,039 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa efek moderasi dalam model penelitian dinyatakan signifikan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS 4.1.1.4. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai p-value berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antar konstruk.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	P values	Keterangan	Hipotesis
<i>Green Dynamic Capability</i> -> SCA	0.228	0.000	Positif, Signifikan	Diterima
<i>Green Dynamic Capability</i> x <i>Green Innovation</i> -> SCA	0.078	0.039	Positif, Signifikan	Diterima
<i>Green Innovation</i> -> SCA	0.320	0.000	Positif, Signifikan	Diterima
CCV -> <i>Green Innovation</i>	0.744	0.000	Positif, Signifikan	Diterima
CCV -> SCA	0.281	0.000	Positif, Signifikan	Diterima

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.1.4, 2026

Hasil penelitian yang diberikan pada Tabel 11 di atas, menunjukkan bahwa *Green Dynamic Capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage* ($\beta = 0,228$; $p = 0,005$). Dengan demikian, H1 diterima. Selanjutnya, *Green Dynamic Capability* terbukti memoderasi hubungan antara *Green Innovation* dan *Sustainable Competitive Advantage* secara signifikan ($\beta = 0,078$; $p = 0,039$). Oleh karena itu, H2 diterima. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Green Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage* ($\beta = 0,320$; $p = 0,000$). Dengan demikian, H3 diterima. Selain itu, Collaborative Core Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Innovation* ($\beta = 0,744$; $p = 0,000$). Oleh sebab itu, H4 diterima. Terakhir, Collaborative Core Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage* ($\beta = 0,281$; $p = 0,000$). Dengan demikian, H5 diterima.

Pengaruh Collaborative Core Values terhadap Green Innovation

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Collaborative Core Values* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Innovation*. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai kolaboratif yang dibangun antar pelaku usaha mampu mendorong terciptanya inovasi berbasis lingkungan melalui kerja sama, pertukaran pengetahuan, serta integrasi sumber daya antar pihak. Dalam konteks UMKM dan industri kreatif, kolaborasi menjadi faktor penting karena keterbatasan sumber daya sering kali menghambat proses inovasi apabila dilakukan secara individual. Melalui kolaborasi, pelaku usaha dapat berbagi ide, pengalaman, serta strategi dalam menghasilkan produk dan proses yang lebih ramah lingkungan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa *co-creation* dan keterlibatan antar pihak dalam pengembangan produk mampu meningkatkan inovasi dan loyalitas pelanggan (Lamberti, 2013; Kumar et al., 2020). Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat *Resource-Based View* dan *Dynamic Capability Theory* yang menjelaskan bahwa kemampuan inovasi hijau merupakan bentuk rekonfigurasi sumber daya strategis perusahaan untuk menghadapi tantangan lingkungan dan mempertahankan daya saing (Qureshi et al., 2020). Dengan demikian, semakin kuat nilai kolaboratif yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan inovasi hijau.

Pengaruh Collaborative Core Values terhadap Sustainable Competitive Advantage

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Collaborative Core Values* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan tidak hanya dibangun melalui kemampuan internal perusahaan, tetapi juga melalui kualitas hubungan kolaboratif antar pelaku usaha dan stakeholder. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, kerja sama, dan komitmen bersama yang dibangun, maka semakin kuat kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang sulit ditiru oleh pesaing.

Pada pelaku usaha kreatif dan UMKM, kolaborasi memungkinkan terbentuknya jaringan bisnis yang mendukung efisiensi usaha, pengembangan pasar, hingga peningkatan citra perusahaan. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *co-creation* dan komunitas merek mampu meningkatkan loyalitas konsumen serta memberikan nilai ekonomi dan sosial bagi perusahaan (Chung & Tan, 2022). Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan *Resource-Based View* yang menempatkan hubungan kolaboratif sebagai aset strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang (Barney, 1991). Oleh karena itu, nilai kolaboratif yang kuat menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun *sustainable competitive advantage*.

Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan inovasi berbasis lingkungan mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Inovasi hijau tidak hanya berkontribusi terhadap pengurangan dampak lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi melalui efisiensi biaya, pengurangan limbah, peningkatan kualitas produk, serta penguatan citra perusahaan di mata konsumen.

Dalam konteks UMKM dan industri kreatif, inovasi hijau menjadi strategi penting untuk mempertahankan eksistensi usaha di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *green innovation* merupakan sumber daya strategis yang mampu menciptakan *sustainable competitive advantage* (Chiou et al., 2011; Gürlek & Tuna, 2018; Tu & Wu, 2021). Penelitian lain juga menjelaskan bahwa inovasi hijau mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki kinerja ekonomi maupun lingkungan perusahaan (Asadi et al., 2020). Dengan demikian, semakin tinggi penerapan inovasi hijau, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Peran *Green Dynamic Capability* dalam Memoderasi Pengaruh *Green Innovation* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Green Dynamic Capability* mampu memperkuat pengaruh *Green Innovation* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mendeteksi perubahan lingkungan, mengadaptasi teknologi, serta mengonfigurasi ulang sumber daya berbasis lingkungan membuat implementasi inovasi hijau menjadi lebih efektif dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki kemampuan dinamis berbasis lingkungan yang tinggi akan lebih mampu mengoptimalkan hasil inovasi hijau menjadi nilai strategis yang sulit ditiru pesaing. Temuan ini memperkuat *Dynamic Capabilities Theory* yang menjelaskan bahwa kemampuan adaptasi dan rekonfigurasi sumber daya merupakan faktor penting dalam mempertahankan daya saing pada lingkungan bisnis yang dinamis (Tece, 2017). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa *green dynamic capability* mampu meningkatkan inovasi hijau dan memperkuat hubungan inovasi terhadap keunggulan kompetitif (Ruojun, 2026; Endiana et al., 2023)

Pada industri kreatif, kemampuan dinamis hijau tercermin melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk ramah lingkungan, memanfaatkan teknologi hemat energi, serta melakukan efisiensi penggunaan bahan baku secara berkelanjutan (Suryana, et al., 2024) Oleh karena itu, *green dynamic capability* menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mentransformasikan inovasi hijau menjadi *sustainable competitive advantage*.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengembangkan model inovasi keberlanjutan industri kreatif berbasis *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* dalam meningkatkan *sustainable competitive advantage* pada industri kreatif sektor kerajinan dan fashion di wilayah lahan basah, khususnya di Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel dalam model penelitian terbukti positif dan signifikan. *Collaborative core values* terbukti mampu mendorong *green innovation* dan *sustainable competitive advantage*, sedangkan *green innovation* berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif berbasis keberlanjutan.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa *green dynamic capability* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap *sustainable competitive advantage*, tetapi juga memperkuat hubungan antara *green innovation* dan *sustainable competitive advantage*. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi inovasi hijau sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengadaptasi, mengintegrasikan, dan merekonfigurasi sumber daya berbasis lingkungan secara dinamis. Dengan demikian, *sustainable competitive advantage* pada industri kreatif tidak hanya dibangun melalui inovasi, tetapi juga melalui budaya kolaboratif dan kemampuan adaptif organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai integrasi *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capabilities Theory* dalam konteks keberlanjutan industri kreatif berbasis lokal di wilayah lahan basah. Selain itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penguatan kolaborasi, inovasi ramah lingkungan, dan kapabilitas dinamis menjadi strategi penting dalam membangun daya saing industri kreatif yang berkelanjutan serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat.

IMPLIKASI

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi teoretis penting. Pertama, penelitian ini memperkaya literatur mengenai *sustainable competitive advantage* dengan menunjukkan bahwa *collaborative core values*, *green innovation*, dan *green dynamic capability* merupakan faktor strategis yang saling terintegrasi dalam menciptakan daya saing jangka panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green innovation* tidak akan memberikan dampak optimal terhadap keunggulan kompetitif tanpa didukung oleh kemampuan organisasi dalam mengelola dan mengadaptasi sumber daya berbasis lingkungan secara dinamis.

Kedua, penelitian ini memperkuat integrasi antara *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capabilities Theory* dengan menegaskan bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya yang bernilai, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola, mengintegrasikan, dan merekonfigurasi sumber daya tersebut sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks ini, *green dynamic capability* berfungsi sebagai mekanisme strategis yang memperkuat efektivitas *green innovation* dalam menghasilkan *sustainable competitive advantage*.

Ketiga, penelitian ini memperluas kajian empiris mengenai *sustainability* dan *green innovation* dengan menghadirkan konteks industri kreatif di wilayah lahan basah yang masih relatif jarang diteliti dalam studi sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan

kontribusi kontekstual terhadap pengembangan penelitian keberlanjutan, khususnya pada sektor industri kreatif berbasis lokal di wilayah yang sensitif terhadap isu lingkungan.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif perlu memperkuat budaya kolaboratif melalui peningkatan kerja sama, pertukaran pengetahuan, dan keterlibatan pemangku kepentingan guna meningkatkan kapasitas inovasi usaha. Penguatan jaringan kolaborasi antar pelaku usaha, komunitas, pemasok, maupun pemerintah daerah dapat menjadi strategi penting dalam mendorong pengembangan inovasi ramah lingkungan dan keberlanjutan usaha.

Selain itu, pelaku industri kreatif perlu mengembangkan strategi *green innovation* melalui penggunaan bahan baku ramah lingkungan, pengurangan limbah produksi, serta efisiensi penggunaan sumber daya. Strategi tersebut tidak hanya mampu meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperkuat diferensiasi dan daya saing usaha di pasar. Namun demikian, efektivitas *green innovation* sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan dinamika pasar. Oleh karena itu, penguatan *green dynamic capability* melalui pembelajaran berkelanjutan, adaptasi strategi, dan pengelolaan sumber daya yang fleksibel menjadi faktor penting dalam menciptakan *sustainable competitive advantage*.

Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan industri kreatif berbasis keberlanjutan memerlukan dukungan kebijakan yang mendorong inovasi hijau, penguatan kolaborasi usaha, serta peningkatan kapasitas pelaku industri kreatif. Program pelatihan *green innovation*, inkubasi bisnis berbasis keberlanjutan, serta pengembangan ekosistem industri kreatif yang adaptif terhadap isu lingkungan diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri kreatif sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat di wilayah lahan basah.

Referensi :

- Agyapong, A., Van Klyton, A., Aidoo, S. O., & Osabutey, E. (2024). *Green synergy: Unleashing creativity, innovation, dynamic capability, and performance of small and medium firms*. *International Journal of Innovation Management*, 28(7-8). <https://doi.org/10.1142/S1363919624500300>
- Armstrong, J. C., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing* (7th ed.). Pearson Australia.
- Asadi, S., OmSalameh Pourhashemi, S., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., Aljojo, N., & Razali, N. S. (2020). Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120860. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120860>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Chang, C. H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361-370. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>
- Cheng, C. C. J. (2020). Sustainability orientation, green supplier involvement, and green innovation performance: Evidence from diversifying green entrants. *Journal of Business Ethics*, 161(2), 393-414. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3946-7>
- Chiou, T. Y., Chan, H. K., Lettice, F., & Chung, S. H. (2011). The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantage in Taiwan. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(6), 822-836. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2011.05.016>

- Chung, K., & Tan, B. (2022). Options to improve service quality to enhance value co-creation for customers in the aviation industry in Taiwan. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221079926>
- Endiana, I. D. M., Suryandari, N. N. A., & Ardianti, P. N. H. (2023). Green intellectual capital on performance based on competitive advantage of SMEs. *Quality – Access to Success*, 24(194), 29–34. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.04>
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation. *The Service Industries Journal*, 38(7–8), 467–491. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1402889>
- Ilenia, V. (2022). *Journey to customer centricity: A customer centric framework for the era of stakeholder capitalism*. Amsterdunkz. <https://www.ileniavidili.com>
- Kumar, V., Lemon, K., & Parasuraman, A. (2020). Managing customers for value: An overview and research agenda. *Journal of Service Research*, 9(2), 87–94.
- Lamberti, L. (2013). Customer centricity: The construct and the operational antecedents. *Journal of Strategic Marketing*, 21(7), 588–612. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2013.817476>
- Mansouri, M., Malainine, C., Souti, H., & Cadimi, I. (2022). Dynamic capabilities, competitiveness, and performance of small and medium-sized enterprises: A systematic literature review. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 10, 321–335.
- Ong, T. S., Lee, A. S., & Teh, B. H. (2021). Turning environmental strategies into competitive advantage in the Malaysian manufacturing industry: Mediating role of environmental innovation. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(2). <https://doi.org/10.47836/PJSSH.29.2.29>
- Qureshi, M. I., Khan, N., Qayyum, S., Aziz, F., Ali, A., & Khan, S. (2020). Classifications of sustainable manufacturing practices in ASEAN region: A systematic review and bibliometric analysis of the past decade of research. *Sustainability*, 12(21), 8950. <https://doi.org/10.3390/su12218950>
- Ruojun, Q. (2026). From green dynamic capabilities to competitive advantage: A dynamic capabilities perspective on sustainability innovation. *International Review of Management and Marketing*, 16(3), 395–405. <https://doi.org/10.32479/irmm.22961>
- Suryana, A., Murtianingsih, M., & Ruspitasari, W. D. (2024). Green dynamic capability in enhancing product innovation performance in the creative industry sector: The moderating effect of green creativity. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 18(3), 376–386. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v18i3.2322>
- Teece, D. J. (2017). *Dynamic capabilities and strategic management*. Oxford University Press.
- Tu, Y., & Wu, W. (2021). How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 504–516. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.031>
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2018-0314>
- Zhang, Z. (2024). Exploring the green edge: The role of market orientation and knowledge management in achieving competitive advantage through creativity. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 647. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03174-3>