

STRATEGI KOMPETITIF DAN KOLABORATIF DALAM MUNCULNYA INDUSTRI: TEORI DAN PRAKTIK DALAM MANAJEMEN STRATEGIS KONTEMPORER

*COMPETITIVE AND COLLABORATIVE STRATEGIES IN EMERGING INDUSTRIES:
THEORY AND PRACTICE IN CONTEMPORARY STRATEGIC MANAGEMENT*

Nelvika Darlia^{1*}, Amirul Mustofa², Eddy Yunus³

Universitas Dr. Soetomo, Indonesia

Email: nelvikad@gmail.com^{1*}, amirul.mustofa@unitomo.ac.id², eddy.yunus@unitomo.ac.id³

Abstract

This article discusses the application of competitive strategy and collaborative strategy in the emergence of new industries in Indonesia, focusing on two key sectors: fintech and renewable energy. In the fintech industry, companies such as GoPay, OVO, and DANA use competitive strategies to gain an advantage through product differentiation and cost efficiency. On the other hand, in the renewable energy industry, collaborative strategies involving partnerships between companies, the government, and research institutions play a crucial role in overcoming infrastructure and financing challenges. This article demonstrates that although these two strategies are often viewed as separate approaches, they complement each other and are key in creating a growing industrial ecosystem. Based on this analysis, it is recommended that companies in Indonesia integrate both strategies to foster sustainability and growth in emerging industries.

Keywords: Competitive Strategy, Collaborative Strategy, Fintech, Renewable Energy, Emerging Industry, Industrial Ecosystem.

Abstrak

Artikel ini membahas penerapan strategi kompetitif dan strategi kolaboratif dalam kemunculan industri baru di Indonesia, dengan fokus pada dua sektor utama: fintech dan energi terbarukan. Dalam industri fintech, perusahaan seperti GoPay, OVO, dan DANA menggunakan strategi kompetitif untuk mencapai keunggulan melalui diferensiasi produk dan efisiensi biaya. Di sisi lain, dalam industri energi terbarukan, strategi kolaboratif yang melibatkan kemitraan antara perusahaan, pemerintah, dan lembaga riset berperan penting dalam mengatasi tantangan infrastruktur dan pembiayaan. Artikel ini menunjukkan bahwa meskipun kedua strategi tersebut sering dipandang sebagai pendekatan yang terpisah, keduanya saling melengkapi dan berperan penting dalam menciptakan ekosistem industri yang berkembang. Berdasarkan analisis ini, disarankan agar perusahaan di Indonesia mengintegrasikan kedua strategi untuk menciptakan keberlanjutan dan pertumbuhan dalam industri baru.

Kata kunci: Strategi Kompetitif, Strategi Kolaboratif, Fintech, Energi Terbarukan, Industri Baru, Ekosistem Industri.

PENDAHULUAN

Strategi manajemen merupakan elemen krusial dalam mengelola ketidakpastian dan memanfaatkan peluang di pasar yang kompetitif. Seiring dengan kemunculan industri baru yang dipengaruhi oleh inovasi teknologi dan perubahan sosial, perusahaan kini harus mengadaptasi dan mengimplementasikan berbagai strategi untuk bertahan dan berkembang. Di antara strategi tersebut, strategi kompetitif dan strategi kolaboratif muncul sebagai dua pendekatan utama yang digunakan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan di pasar (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021). Pada saat yang sama, perusahaan juga perlu mempertimbangkan bagaimana kolaborasi antara berbagai pihak, baik dalam industri

maupun lintas industri, dapat mempercepat pertumbuhan dan inovasi (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021).

Strategi kompetitif, yang berfokus pada pengembangan keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin kompleks, memerlukan pendekatan berbasis sumber daya yang mampu menciptakan nilai yang berbeda dari pesaing. Di industri baru, perusahaan dituntut untuk mengenali peluang yang belum dimanfaatkan, dan menciptakan solusi yang mampu memenuhi kebutuhan yang sebelumnya tidak terjangkau. Dalam konteks ini, teori keunggulan kompetitif yang dikembangkan oleh Porter (1990) tetap relevan, meskipun telah banyak mengalami penyesuaian untuk mengakomodasi perubahan industri yang cepat (Hoskisson & Harrison, 2021).

Sebagai contoh, di industri fintech Indonesia, perusahaan-perusahaan seperti GoPay dan OVO memanfaatkan inovasi teknologi untuk memperkenalkan sistem pembayaran yang lebih efisien dan aman, dengan strategi kompetitif yang memanfaatkan teknologi digital untuk mengatasi masalah pembayaran tradisional (Hoskisson & Harrison, 2021). Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan tersebut menciptakan nilai melalui diferensiasi produk dan layanan, serta efisiensi biaya, yang menjadi kunci dalam memenangkan persaingan di pasar yang sangat dinamis.

Di sisi lain, strategi kolaboratif semakin penting dalam membangun ekosistem industri yang berkembang, di mana perusahaan bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan nilai yang lebih besar daripada yang dapat dicapai secara individu. Pengetahuan yang dibagikan antara perusahaan, lembaga pemerintah, dan komunitas riset menjadi elemen kunci dalam menciptakan dan memanfaatkan peluang dalam industri baru (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021).

Contoh nyata dari strategi kolaboratif ini dapat ditemukan dalam industri energi terbarukan di Indonesia. Perusahaan yang berfokus pada energi surya dan bioenergi sering kali berkolaborasi dengan pemerintah, lembaga riset, dan perusahaan lain untuk mengatasi tantangan terkait pembiayaan, pengembangan infrastruktur, dan adopsi teknologi (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021). Kerjasama ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri energi terbarukan, dengan masing-masing pihak berperan dalam berbagi pengetahuan dan modal yang dibutuhkan untuk mengatasi ketidakpastian pasar.

Seiring dengan berkembangnya teori manajemen strategis, strategi kompetitif dan strategi kolaboratif kini semakin terintegrasi, dan penerapannya tidak hanya terbatas pada perusahaan tunggal tetapi juga melibatkan berbagai pihak dalam ekosistem bisnis yang lebih luas. Teori-teori seperti resource-based view (RBV) dan theory of dynamic capabilities memberikan dasar bagi pemahaman bahwa kemampuan bersaing perusahaan sangat bergantung pada sumber daya yang mereka miliki dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis (Hoskisson & Harrison, 2021).

Di Indonesia, hal ini tercermin dalam industri digital yang berkembang pesat, yang mengandalkan inovasi teknologi serta kolaborasi lintas industri untuk menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan. Keberhasilan sektor fintech dan energi terbarukan sangat bergantung pada kemampuan pemain industri untuk mengadaptasi teori-teori ini

dalam konteks pasar yang dinamis dan tidak menentu, yang memerlukan integrasi antara keunggulan kompetitif dan kemampuan kolaboratif (Hoskisson & Harrison, 2021).

Teknologi dan inovasi merupakan faktor pendorong utama dalam implementasi strategi kompetitif dan kolaboratif di industri baru. Di Indonesia, inovasi dalam teknologi blockchain, fintech, dan energi terbarukan telah mengubah paradigma yang ada, memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih tinggi dengan biaya yang lebih rendah, sambil meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan solusi yang lebih tepat bagi konsumen (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021).

Dalam hal ini, kolaborasi teknologi antara perusahaan dan lembaga riset menjadi elemen penting dalam mempercepat pengembangan teknologi baru yang tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi juga memberikan dampak sosial dan lingkungan yang positif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan di Indonesia untuk tidak hanya berfokus pada strategi kompetitif semata, tetapi juga memanfaatkan kemitraan strategis untuk mempercepat pertumbuhan dan inovasi dalam industri yang muncul.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi kompetitif dan strategi kolaboratif dalam kemunculan industri baru, khususnya di Indonesia. Artikel ini juga akan meninjau teori-teori terkait manajemen strategis yang mendasari kedua jenis strategi tersebut dan membahas bagaimana teori-teori ini diterapkan dalam industri fintech dan energi terbarukan di Indonesia. Dengan mengintegrasikan teori dan praktik, artikel ini bertujuan memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan kedua strategi ini untuk membentuk dan mengembangkan ekosistem industri yang berkelanjutan dan menguntungkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Kompetitif dalam Manajemen Strategis

Strategi kompetitif merupakan pendekatan yang berfokus pada penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan tujuan utama untuk memperoleh posisi yang lebih baik di pasar dibandingkan dengan pesaing (Porter, 1990). Dalam konteks industri yang muncul, seperti fintech dan energi terbarukan, strategi kompetitif sering kali berhubungan dengan inovasi produk, efisiensi biaya, dan kemampuan untuk memanfaatkan keunggulan teknologi yang ada untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

Dalam teorinya, Porter (1990) mengidentifikasi dua cara utama untuk meraih keunggulan kompetitif: diferensiasi dan biaya rendah. Dalam banyak industri yang berkembang pesat di Indonesia, perusahaan sering kali mengadopsi pendekatan diferensiasi, dengan mengembangkan produk dan layanan yang unik dan berfokus pada pemecahan masalah yang belum terpenuhi. Misalnya, GoPay dan OVO di sektor fintech menggunakan teknologi untuk menawarkan kemudahan pembayaran dan sistem transaksi yang lebih efisien, yang membedakan mereka dari sistem pembayaran tradisional (Koller, 2020).

Lebih lanjut, teori resource-based view (RBV) yang dikembangkan oleh Barney (1991) memperkenalkan ide bahwa keunggulan kompetitif jangka panjang berasal dari kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya internal yang

langka, tidak dapat ditiru, dan berharga. Dalam konteks ini, perusahaan-perusahaan fintech dan energi terbarukan di Indonesia harus mengelola sumber daya mereka, baik berupa kapabilitas teknologi, pengetahuan pasar, maupun jaringan mitra untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Strategi Kolaboratif dan Ekosistem Industri yang Berkembang

Di sisi lain, strategi kolaboratif semakin dianggap sebagai pendekatan yang penting untuk membangun nilai dalam industri yang baru muncul. Dalam banyak kasus, perusahaan yang beroperasi di industri baru tidak dapat bertahan sendiri. Mereka memerlukan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga riset, perusahaan lain, dan komunitas konsumen untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan mempercepat pertumbuhan industri.

Menurut Doz dan Hamel (1998), kolaborasi strategis melibatkan aliansi antara dua atau lebih organisasi yang berbagi pengetahuan, sumber daya, dan risiko untuk menciptakan nilai yang tidak dapat dicapai secara individu. Dalam industri yang berkembang di Indonesia, seperti energi terbarukan, kolaborasi antar perusahaan dan lembaga riset menjadi kunci dalam mengatasi tantangan infrastruktur dan pembiayaan yang memengaruhi pengembangan teknologi hijau (Barton, 2019).

Konsep ekosistem industri juga relevan dalam konteks ini. Adner (2012) berpendapat bahwa ekosistem industri merujuk pada jaringan interaksi antara perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya yang bekerja sama untuk menciptakan nilai dalam suatu industri. Dalam industri seperti fintech dan energi terbarukan, kolaborasi antara start-up, perusahaan besar, dan pemerintah menciptakan sebuah ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan inovasi yang berkelanjutan. Misalnya, dalam industri energi terbarukan, pemerintah Indonesia melalui kebijakan insentif dan peraturan terkait, memberikan dukungan untuk mendorong kolaborasi dalam pengembangan energi bersih, sementara perusahaan-perusahaan teknologi besar bekerja sama dengan lembaga riset untuk mengembangkan teknologi baru yang lebih efisien dan ramah lingkungan (Hoskisson & Harrison, 2021).

Teori Ekosistem dan Pengembangan Industri Baru

Konsep ekosistem dalam strategi manajemen kini semakin diakui sebagai teori yang mengintegrasikan konsep-konsep kompetitif dan kolaboratif. Sebagai contoh, dalam industri teknologi, teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan-perusahaan yang bersaing dan berkolaborasi dapat menciptakan nilai yang lebih besar melalui sinergi antara berbagai aktor di dalam ekosistem industri (Adner, 2012). Hal ini penting dalam konteks kemunculan industri baru, di mana perusahaan harus bekerja sama untuk membangun infrastruktur, membagi pengetahuan, dan menghadapi tantangan yang ada bersama-sama.

Dalam konteks Indonesia, industri fintech menunjukkan bagaimana kolaborasi antara perusahaan dan lembaga pemerintah menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan. Kerjasama ini tidak hanya menghasilkan inovasi teknologi yang lebih cepat tetapi juga memperluas adopsi produk ke pasar yang lebih luas. Misalnya, pemerintah Indonesia yang

mendukung industri fintech dengan regulasi yang lebih jelas telah membantu menciptakan ekosistem yang dapat mendukung pertumbuhan sektor ini (Koller, 2020).

Kolaborasi dalam Konteks Teori Manajemen Strategis

Kolaborasi dalam strategi manajerial tidak hanya penting untuk penciptaan nilai bersama, tetapi juga untuk mengelola ketidakpastian yang melekat dalam industri baru. Ketika perusahaan bersaing di pasar yang penuh ketidakpastian, mereka sering kali lebih memilih untuk berkolaborasi dalam mengembangkan produk, teknologi, dan model bisnis yang lebih inovatif. Teori dynamic capabilities yang diajukan oleh Teece (2010) menyatakan bahwa perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk menanggapi perubahan yang cepat dalam lingkungan eksternal melalui penyesuaian dan inovasi berkelanjutan. Dalam konteks industri baru, kemampuan untuk berkolaborasi menjadi faktor penting dalam menciptakan kapabilitas dinamis yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan pasar.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam artikel ini adalah kaji pustaka (*literature review*), yang menganalisis literatur terkini mengenai strategi kompetitif dan strategi kolaboratif dalam konteks industri yang muncul. Selain itu, artikel ini juga mengadopsi studi kasus dari industri fintech dan energi terbarukan di Indonesia sebagai contoh konkret penerapan teori-teori manajemen strategis dalam konteks praktis. Data yang digunakan dalam studi ini berasal dari berbagai sumber, termasuk artikel jurnal, laporan industri, serta data sekunder yang relevan dengan topik penelitian.

Data dikumpulkan melalui literature review dari berbagai sumber akademik dan praktis, seperti buku, artikel jurnal, dan laporan industri yang dipublikasikan dalam lima tahun terakhir. Sumber utama dari data ini termasuk buku *Strategic Management: State of the Field and Its Future* (Duhaime, Hitt, & Lyles, 2021), serta literatur terkait yang menjelaskan penerapan teori manajemen strategis dalam konteks industri baru.

Data yang terkumpul dianalisis dengan pendekatan analitis kualitatif, dengan fokus pada perbandingan dan integrasi antara teori-teori manajemen strategis dan praktik yang terjadi di industri fintech dan energi terbarukan di Indonesia. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana strategi kompetitif dan strategi kolaboratif diterapkan dalam kedua sektor industri tersebut dan bagaimana keduanya saling melengkapi dalam membentuk dan mengembangkan ekosistem industri yang berkelanjutan.

Pendekatan deskriptif dan analitis yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan untuk menggali dan membandingkan teori dengan praktik yang terjadi di industri yang berkembang pesat di Indonesia. Dengan menggunakan kajian pustaka dan studi kasus, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai penerapan teori-teori manajemen strategis dalam menghadapi tantangan industri yang muncul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Strategi Kompetitif dalam Industri Fintech

Industri fintech di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya adopsi teknologi digital oleh masyarakat dan perusahaan. Perusahaan-perusahaan fintech seperti GoPay, OVO, dan DANA telah mengimplementasikan strategi kompetitif yang berhasil membawa mereka ke posisi dominan di pasar pembayaran digital. Salah satu elemen utama dari strategi kompetitif mereka adalah diferensiasi produk dan penawaran layanan yang unik.

Misalnya, GoPay tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital tetapi juga berkembang menjadi platform yang memungkinkan pengguna untuk membeli tiket, membayar tagihan, dan melakukan transaksi lainnya. Ini menunjukkan bagaimana perusahaan fintech menggunakan inovasi produk untuk membedakan diri dari pesaing mereka, suatu konsep yang dijelaskan dalam teori keunggulan kompetitif Porter (1990). Dengan menyediakan berbagai layanan tambahan di luar pembayaran, GoPay mampu meningkatkan nilai tambah bagi pengguna dan memperluas pasar yang dilayaninya.

Selain diferensiasi produk, perusahaan-perusahaan fintech di Indonesia juga menerapkan strategi biaya rendah untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Misalnya, OVO menawarkan biaya transaksi yang rendah, serta promosi dan diskon yang menarik untuk mendorong penggunaan aplikasi. Strategi ini mencerminkan penerapan strategi biaya rendah dalam model bisnis mereka, yang pada akhirnya memungkinkan perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar yang sangat sensitif terhadap harga (Porter, 1990).

Selain itu, blockchain dan kecerdasan buatan (AI) menjadi teknologi utama yang diterapkan dalam industri fintech di Indonesia. Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan keamanan transaksi tetapi juga memungkinkan perusahaan fintech untuk mengoptimalkan analitik data dan memahami perilaku pengguna dengan lebih baik. Hal ini meningkatkan daya saing mereka dalam menawarkan produk dan layanan yang lebih tepat sasaran bagi konsumen.

Penerapan Strategi Kolaboratif dalam Industri Energi Terbarukan

Berbeda dengan sektor fintech yang didorong oleh inovasi produk dan efisiensi biaya, industri energi terbarukan di Indonesia lebih mengutamakan kolaborasi antar berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Perusahaan-perusahaan yang berfokus pada energi terbarukan, seperti PLN (Perusahaan Listrik Negara) dan Vena Energy, sering kali bekerja sama dengan lembaga riset, pemerintah, dan bahkan perusahaan internasional untuk mengatasi tantangan yang terkait dengan pengembangan infrastruktur dan pembiayaan proyek energi bersih.

Dalam hal ini, strategi kolaboratif sangat penting, karena perusahaan tidak dapat mengembangkan teknologi energi terbarukan seperti panel surya dan pembangkit listrik tenaga angin secara mandiri. Sebaliknya, mereka harus mengandalkan kemitraan dengan berbagai pihak untuk berbagi sumber daya dan pengetahuan. Misalnya, Vena Energy yang

bekerja sama dengan pemerintah Indonesia untuk memfasilitasi investasi asing dan pengembangan proyek energi terbarukan di Indonesia. Kolaborasi semacam ini memungkinkan perusahaan untuk mengurangi risiko investasi yang tinggi dan meningkatkan kemampuan teknologi yang diperlukan untuk menerapkan solusi energi bersih.

Penggunaan inovasi teknologi dan pengetahuan bersama menjadi dasar dari strategi kolaboratif dalam industri energi terbarukan. Pemerintah Indonesia juga memainkan peran penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung kolaborasi antara sektor publik dan swasta. Misalnya, kebijakan insentif untuk perusahaan yang menginvestasikan dana dalam proyek energi terbarukan atau yang menggunakan teknologi ramah lingkungan sangat mendukung kolaborasi tersebut.

Selain itu, teori ekosistem industri yang diperkenalkan oleh Adner (2012) sangat relevan dalam konteks ini. Ekosistem industri yang melibatkan perusahaan energi, lembaga riset, pemerintah, dan komunitas lokal bersama-sama berusaha menciptakan nilai dalam pengembangan energi terbarukan. Melalui sinergi antara berbagai pihak, industri ini dapat berkembang lebih cepat dan lebih berkelanjutan.

Sinergi antara Strategi Kompetitif dan Kolaboratif dalam Industri Indonesia

Meskipun strategi kompetitif dan strategi kolaboratif sering dianggap sebagai dua pendekatan yang berbeda, dalam praktiknya, keduanya sering kali saling melengkapi, terutama dalam konteks industri baru. Dalam industri fintech Indonesia, meskipun perusahaan-perusahaan tersebut sangat kompetitif dalam menawarkan produk dan layanan yang lebih baik daripada pesaing, mereka juga bekerja sama dengan bank-bank besar, lembaga pemerintah, dan startup lainnya untuk mengatasi hambatan teknologi dan regulasi yang mungkin muncul.

Demikian pula, dalam industri energi terbarukan, meskipun Vena Energy dan PLN berkolaborasi untuk mengembangkan proyek energi bersih, mereka juga harus menghadapi persaingan dengan perusahaan internasional yang memiliki lebih banyak sumber daya. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan ini perlu mengembangkan keunggulan kompetitif mereka melalui inovasi teknologi dan efisiensi biaya sambil menjaga kolaborasi dengan berbagai aktor di dalam ekosistem industri.

Penerapan kedua strategi ini dalam industri yang berbeda menunjukkan bagaimana perusahaan di Indonesia memanfaatkan kombinasi strategi kompetitif dan kolaboratif untuk mengatasi tantangan dan menciptakan nilai dalam pasar yang dinamis.

Dari analisis di atas, ditemukan bahwa strategi kompetitif dan strategi kolaboratif keduanya memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan industri yang muncul di Indonesia. Di satu sisi, strategi kompetitif mendorong perusahaan untuk menciptakan keunggulan melalui inovasi produk dan efisiensi biaya. Di sisi lain, strategi kolaboratif memungkinkan perusahaan untuk bekerja sama dengan berbagai aktor untuk mempercepat pengembangan dan penerapan solusi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan industri. Keterpaduan antara kedua strategi ini sangat penting untuk membangun ekosistem

industri yang berkelanjutan dan menguntungkan, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

SIMPULAN

Dalam konteks industri yang muncul di Indonesia, baik strategi kompetitif maupun strategi kolaboratif memainkan peran yang sangat penting dalam pembentukan dan pengembangan ekosistem industri yang berkelanjutan. Berdasarkan analisis terhadap industri fintech dan energi terbarukan, kita dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam menghadapi tantangan industri baru sangat bergantung pada kemampuannya untuk mengintegrasikan kedua strategi ini secara efektif.

Dalam industri fintech, perusahaan-perusahaan seperti GoPay, OVO, dan DANA telah membuktikan bahwa penerapan strategi kompetitif berbasis diferensiasi produk dan biaya rendah mampu membawa mereka ke posisi dominan di pasar. Melalui inovasi teknologi, efisiensi biaya, dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar, perusahaan-perusahaan ini tidak hanya berhasil memperkenalkan solusi pembayaran yang lebih efisien, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing lainnya. Oleh karena itu, strategi kompetitif menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan di pasar yang sangat dinamis, terutama di industri yang baru muncul.

Di sisi lain, dalam industri energi terbarukan, strategi kolaboratif terbukti sangat efektif dalam menghadapi tantangan besar yang berkaitan dengan pembiayaan, infrastruktur, dan adopsi teknologi. Kolaborasi antara perusahaan-perusahaan energi terbarukan, lembaga riset, pemerintah, dan komunitas lokal memungkinkan pengembangan proyek yang lebih cepat dan lebih efisien, sambil mengurangi risiko yang terkait dengan investasi besar. Melalui aliansi strategis, ekosistem yang mendukung inovasi teknologi dan pertumbuhan industri tercipta, yang tidak hanya menguntungkan perusahaan-perusahaan terlibat tetapi juga masyarakat dan lingkungan.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa strategi kompetitif dan strategi kolaboratif tidak hanya dapat diterapkan secara terpisah, tetapi sering kali saling melengkapi dalam konteks industri baru. Sebagai contoh, meskipun perusahaan-perusahaan fintech sangat berkompetisi dalam hal produk dan layanan, mereka juga menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk mengatasi hambatan teknis dan regulasi yang ada. Demikian pula, meskipun perusahaan-perusahaan energi terbarukan berkolaborasi dalam pengembangan teknologi dan pembiayaan, mereka tetap memerlukan inovasi kompetitif untuk menciptakan produk yang lebih efisien dan lebih menarik bagi konsumen.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri yang berkembang, khususnya di Indonesia, untuk lebih mengintegrasikan kedua strategi ini dalam perencanaan dan implementasi mereka. Mengembangkan kemampuan kompetitif melalui inovasi produk dan teknologi yang unggul harus diimbangi dengan kemampuan kolaboratif untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Selain itu, pemerintah Indonesia juga perlu terus memperkuat kebijakan yang mendorong kolaborasi antar sektor dan memberikan insentif bagi perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi hijau dan inovatif. Kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan lembaga riset dapat mempercepat transisi ke industri yang lebih ramah lingkungan, efisien, dan berbasis teknologi.

Dengan demikian, penerapan strategi kompetitif dan strategi kolaboratif yang sinergis akan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan industri yang muncul di Indonesia. Baik dalam sektor fintech maupun energi terbarukan, kedua strategi ini memberikan kontribusi signifikan dalam membangun ekosistem yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adner, R. (2012). *The wide lens: A new strategy for innovation*. Portfolio.
- Aksjonenko, E., & Rutitis, D. (2024). Literature review on management consulting collaboration with companies while crafting strategy. *ENVIRONMENT. TECHNOLOGIES. RESOURCES. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. <https://doi.org/10.17770/etr2024vol1.7950>
- Abraha, D., & Hyder, A. (2021). Strategies in emerging markets. In *Emerging market business strategies* (pp. 5-20). <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-744-920210005>
- Achard, P. O., & Bellini, C. (2023). Value creation processes in the European biotech industry: The role of collaboration strategies. *ERAZ Conference – Knowledge Based Sustainable Development: Vol 9. Selected Papers*. <https://doi.org/10.31410/eraz.s.p.2023.63>
- Bao, M.-m., & Wu, J. (2021). Study on patent strategy of emerging industry in China. *E3S Web of Conferences*, 235, 2057. <https://doi.org/10.1051/E3SCONF/202123502057>
- Dagnino, G., & Ritala, P. (2022). Coopetition strategy: Big questions and promising answers. *Strategic Management Review*.
- Duhaime, I. M., Hitt, M. A., & Lyles, M. A. (2021). Strategic management: State of the field and its future. In I. M. Duhaime, M. A. Hitt, & M. A. Lyles (Eds.), *Strategic management: State of the field and its future* (pp. 1-16). Oxford University Press.
- Druhova, O., Mosumova, A., Dai, B., & Tong, Q. (2024). Competitiveness as a key factor in successful strategic business management. *Business Inform*, 8, 439-445. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-8-439-445>
- Hoskisson, R. E., & Harrison, J. S. (2021). The evolution of strategic management: A historical perspective. In I. M. Duhaime, M. A. Hitt, & M. A. Lyles (Eds.), *Strategic management: State of the field and its future* (pp. 19-41). Oxford University Press.
- Koller, G. (2020). *Fintech revolution in Southeast Asia*. McKinsey & Company.
- Meyer, K. E., Xie, E., & Peng, M. W. (2009). *The oxford handbook of international business*. Oxford University Press.
- Pogodina, T., & Udaltsova, N. (2020). Strategic management of competitiveness of industrial companies in unstable market conditions. *Bulletin of Udmurt University*.

Series Economics and Law, 30(1), 41-50. <https://doi.org/10.35634/2412-9593-2020-30-1-41-50>

- Shi, J., & Xiao, Z. (2024). Research on the impact of inter-industry innovation networks on collaborative innovation performance: A case study of strategic emerging industries. *Systems*, 12(6), 211. <https://doi.org/10.3390/systems12060211>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy, and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Wang, H., Wang, L., Zhou, Z., Wang, K., & Cui, J. (2020). Development strategy of emerging industries (2035). *Chinese Journal of Engineering Science*. <https://doi.org/10.15302/j-sscae-2020.02.001>
- Xiaohong, L., & Wenqian, G. (2021). Research on the countermeasures of collaborative innovation in China's strategic emerging industries. *E3S Web of Conferences*, 292, 3042. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129203042>
- Zahrah, N. A. (2024). The influence of collaborative strategies in promoting increasing sales volume of creative industry MSMEs. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(2), 2377. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i2.2377>
- Zhang, L., & Chen, J. (2018). Blockchain and energy systems: A new model for the future. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 82, 2324-2336. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.09.076>