

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING: SIKAP, KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS KARYAWAN

Srikaton Sevira Suprobo¹, Rachmat Pramukty²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email:
202210315106.mhs.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK:

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, daya saing perusahaan menjadi kunci keberhasilan. Daya saing perusahaan tidak hanya bergantung pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal, terutama oleh sikap, komunikasi, dan kreativitas karyawan. Dalam literatur manajemen, faktor-faktor ini telah dikenal sebagai elemen penting dalam mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyusun tinjauan literatur tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing perusahaan, dengan fokus pada peran sikap, komunikasi, dan kreativitas karyawan. Artikel ini mereview faktor-faktor yang memengaruhi Daya Saing, yaitu Sikap, Komunikasi dan Kreativitas Karyawan, Tujuan artikel ini adalah untuk membuat hipotesis mengenai interaksi antara berbagai variabel yang mungkin digunakan dalam penelitian mendatang. Berdasarkan temuan kajian literatur, diketahui bahwa: 1) Sikap berdampak terhadap Daya Saing; 2) Komunikasi berdampak terhadap Daya Saing; dan 3) Kreativitas Karyawan berdampak terhadap Daya Saing.

Keyword: Daya Saing, Sikap, Komunikasi dan Kreativitas Karyawan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah membuka pintu bagi perusahaan untuk bersaing di pasar global. Namun, ini juga telah meningkatkan tingkat persaingan yang sangat ketat. Perusahaan harus bersaing dengan pesaing lokal dan internasional, membuat daya saing menjadi sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah tata ruang bisnis secara drastis. Perusahaan harus dapat mengadopsi dan memanfaatkan teknologi terbaru untuk tetap bersaing. Oleh karena itu, faktor-faktor internal yang mempengaruhi daya saing, seperti keterampilan karyawan dalam menghadapi teknologi baru, menjadi sangat relevan. Selain itu, Pelanggan modern memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap

produk dan layanan. Perusahaan harus dapat mengerti dan merespons perubahan preferensi pelanggan dengan cepat. Faktor-faktor seperti kreativitas dalam mengembangkan produk atau layanan baru dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan menjadi sangat penting. Perusahaan sering kali harus beradaptasi dengan perubahan dalam posisi pasar mereka, diversifikasi produk dapat memengaruhi daya saing dan memerlukan keterampilan manajemen yang kuat. Bagian penting dari daya saing perusahaan berasal dari faktor internal seperti budaya perusahaan, kebijakan sumber daya manusia, dan kemampuan karyawan. Sikap positif, komunikasi yang efektif, dan kemampuan berinovasi adalah faktor-faktor internal yang dapat meningkatkan daya saing. Keberlanjutan bisnis menjadi semakin penting dalam pandangan pelanggan, pemangku kepentingan, dan regulasi. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam operasi mereka memiliki keunggulan dalam memenuhi tuntutan ini dan mempertahankan daya saing.

Oleh karena itu, penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi daya saing sangat penting untuk membantu perusahaan memahami, mengidentifikasi, dan mengelola faktor-faktor ini dengan baik agar dapat tetap relevan dan kompetitif di pasar yang berubah dengan cepat. Pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini juga dapat membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam strategi bisnis mereka. Bukti empiris menunjukkan bahwa banyak penulis dan mahasiswa menghadapi kesulitan dalam menemukan publikasi yang dapat memperkuat atau melengkapi karya ilmiah mereka. Dalam upaya untuk mendukung hipotesis yang sedang mereka teliti, untuk menyelidiki hubungan atau dampak antara variabel, dan untuk mengembangkan hipotesis mereka, penting untuk mengakses artikel yang relevan. Artikel ini mengulas studi literatur tentang pengaruh Sikap, Komunikasi, serta Kreativitas Karyawan terhadap Daya Saing.

Rumusan Masalah

Berikut ini, masalah-masalah yang tercantum dapat dinyatakan berdasarkan konteks yang akan membantu dalam merumuskan hipotesis untuk penelitian lanjutan:

1. Apakah Daya Saing mempengaruhi Sikap?
2. Apakah Daya Saing mempengaruhi Komunikasi?
3. Apakah Daya Saing mempengaruhi Kreativitas Karyawan?

KAJIAN TEORI

Daya Saing

Daya saing merujuk pada kapabilitas atau keunggulan yang digunakan untuk bersaing di pasar yang spesifik. Keunggulan ini terbentuk melalui upaya berkelanjutan di seluruh aspek organisasi, terutama dalam sektor produksi. Ketika sebuah organisasi secara berkelanjutan mengembangkan dirinya, hal ini akan menghasilkan peningkatan kinerja. (Porter 2008:292). Dimensi daya saing operasional mencakup empat parameter, yakni biaya produksi, produktivitas tenaga kerja, kapasitas produksi yang digunakan, dan stok barang. Komponen daya saing ini melibatkan biaya sebagai unsur kunci yang penting bagi perusahaan, melibatkan sumber daya untuk produksi, produktivitas tenaga kerja, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan, serta adanya stok barang yang dapat digunakan kapan saja untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan tersebut. (Muhardi, 2007).

Daya Saing adalah representasi tentang bagaimana suatu negara, beserta perusahaan-perusahaannya dan sumber daya manusianya, menggabungkan dan memanfaatkan kompetensi yang dimilikinya secara keseluruhan untuk mencapai kesejahteraan dan profitabilitas. (Zuhal,2010). Salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan adalah mengalihkan fokus utama ke aset-aset tersembunyi, seperti sumber daya manusia (SDM), budaya perusahaan, dan aset intelektual lainnya. Terjadi pergeseran mendasar menuju orientasi pada modal manusia. Inti dari peningkatan daya saing adalah menguasai pengetahuan di seluruh tahap proses produksi, dan sumber daya manusia menjadi aset kunci yang harus menjadi pekerja berpengetahuan (knowledge worker). (Zuhal 2010).

Daya Saing merupakan faktor yang memungkinkan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan yang lebih besar daripada yang biasa dicapai oleh pesaing dalam industri tersebut. (Agustinus Sri Wahyadi, 2020). Menurut Muhardi (2007:40), komponen-komponen yang membentuk daya saing suatu perusahaan, sebagaimana disitir dari Ward et al. (1998:1036-1037), mencakup aspek-aspek seperti biaya (cost), mutu (quality), ketepatan waktu (timeliness), dan adaptabilitas (flexibility).

Daya Saing telah banyak diamati oleh peneliti terdahulu antara lain adalah (Elfahmi & Jatmika, 2019), (Gerabah et al., 2020), dan (Mohamad & Niode, 2020).

Sikap

Sikap merupakan kecenderungan bawaan atau predisposisi untuk merespons suatu objek, individu, atau situasi tertentu dengan berbagai cara dalam aspek kognitif, emosional, dan perilaku. (Fattah Hanurawan 2012). Dimensi atau aspek Sikap merujuk pada evaluasi subjektif yang dilakukan seseorang terhadap suatu objek

sikap, serta kecenderungan untuk merespons objek tersebut dengan rasa suka atau tidak suka. Sikap ini muncul sebagai respons terhadap rangsangan tertentu, dan pembentukannya sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor dalam lingkungan sosial dan lingkungan lainnya. Sikap individu dapat berubah seiring berjalannya waktu, dipengaruhi oleh berbagai pengaruh baik dari dalam dirinya maupun dari faktor eksternal yang dapat bersifat positif, negatif, atau memberikan kesan tertentu. (Abu Ahmadi 2007).

Sikap merupakan gabungan dari perasaan, keyakinan, serta pemikiran yang dipelihara dan disusun oleh seseorang. Sikap bersifat lebih terperinci daripada nilai dan bersifat tetap karena cara individu melihat dan merasakan pekerjaannya seringkali mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. (Sugiyono, 2010). Sikap kerja seseorang dalam situasi kerja dapat mengalami perubahan yang disebabkan oleh perpindahan pekerjaan atau hasil dari penerimaan atau penolakan promosi. Dampaknya, sikap kerja mereka dapat mengalami perubahan.. (Sugiyono, 2010).

Sikap mencerminkan profesionalisme dan berpotensi memengaruhi produktivitas kerja, oleh karena itu, organisasi perlu memberikan perhatian khusus pada budaya perusahaan dan sikap kerja para karyawan guna mendukung pertumbuhan dan kemajuan organisasi. (Subagio, 2015). Dimensi atau faktor Sikap mencerminkan cara seseorang mengatur ritme kehidupan pribadi mereka, yang pada gilirannya memengaruhi harga diri individu dalam proses pengembangan kompetensi, membangun kehidupan sosial, menciptakan identitas, serta status pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sikap kerja individu belum mencapai potensi maksimalnya karena kurangnya integrasi budaya organisasi dan sikap kerja yang diperlukan. (Subagio, 2015).

Sikap telah banyak diamati oleh peneliti terdahulu antara lain adalah (Kusumasari, 2015), (Latief et al., 2019), dan (Wulandari & Luturlean, 2023).

Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman dan pertukaran pesan, yang dapat berupa kenyataan, gagasan, emosi, data, atau informasi, antara individu satu dengan yang lain. Sebagian besar pekerjaan yang dikerjakan dalam sebuah tim melibatkan tindakan independen dan ketergantungan satu sama lain, dan hal ini sangat bergantung pada tingkat efektivitas komunikasi di antara anggota tim. Karena itu, efisiensi komunikasi memiliki peran yang krusial dalam menentukan apakah suatu proses komunikasi berdampak positif atau negatif terhadap hasil yang ingin dicapai. (Achmad, 2014). Dimensi atau faktor Komunikasi merujuk pada suatu proses dimana informasi disampaikan dan diterima dengan pemahaman oleh dua orang atau

lebih. Penting untuk menyoroti pemahaman ini, karena inilah yang mencerminkan esensi dari komunikasi yang efektif, yaitu pesan yang disampaikan oleh pengirim berhasil dipahami oleh penerima. (Shane, 2010).

Komunikasi adalah tindakan mengalihkan informasi dari satu individu ke individu lainnya, dan ini telah menjadi praktik yang terjadi sejak masyarakat pertama kali terbentuk. Manusia akan terus menerus melanjutkan praktik komunikasi sepanjang hidup mereka karena adanya tujuan dan alasan yang spesifik untuk melakukannya. (Rakhmat, 2003). Dimensi atau aspek Komunikasi telah mengalami pergeseran, di mana awalnya digunakan untuk keperluan interaksi sosial, kini mulai mengemuka sebagai alat untuk menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan spesifik. Penggunaan komunikasi dengan fokus pada pencapaian tujuan ini terutama terlihat dalam konteks organisasi. (Hardjo & Chairiah, 2012).

Komunikasi adalah suatu keahlian yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dalam konteks perusahaan atau organisasi. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif sangat penting. Pemimpin organisasi perlu mampu menyampaikan informasi dengan kejelasan sehingga anggota tim atau bawahan dapat menerima dan memahami dengan baik apa yang diinginkan oleh pemimpin. (Baron, 2000). Indikator Komunikasi mengacu pada komunikasi dalam konteks organisasi, yang melibatkan aliran informasi formal dari individu yang memiliki wewenang yang lebih tinggi kepada individu dengan tingkat wewenang yang lebih rendah. (Falues, 2000).

Komunikasi telah banyak diamati oleh peneliti terdahulu antara lain adalah (Puspitasari & Putra Danaya, 2022), (Apriani et al., 2021), dan (Candra, 2020).

Kreativitas Karyawan

Kreativitas Karyawan merupakan elemen kunci dalam mendorong inovasi, meningkatkan efisiensi, dan menjaga kelangsungan hidup organisasi. Dalam esensi, kreativitas karyawan memiliki peran signifikan dalam memajukan inovasi, meningkatkan efektivitas, dan mempertahankan organisasi. (Shalley, Zhou, & Oldham, 2004). Salah satu aspek dari dimensi atau indikator Kreativitas Karyawan adalah kemampuan manajer dalam memberikan dorongan kepada timnya, sebab motivasi merupakan komponen penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dengan memberdayakan karyawan, motivasi mereka dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya akan mendukung kesuksesan perusahaan. (Drake, Wong, & Salter, 2007).

Kreativitas Karyawan adalah kemampuan individu untuk menyajikan gagasan inovatif yang mencakup unsur-unsur yang sudah ada, dan dapat disusun

ulang ke dalam bentuk verbal, yang merupakan ekspresi dari kreativitas mereka. (Pt & Bali, 2019). Dimensi atau tanda Kreativitas Karyawan adalah kreativitas dalam merancang gagasan-gagasan baru, yang mencakup tindakan kreatif dalam menghasilkan keputusan dan menemukan solusi untuk masalah, tanpa terbatas oleh batasan tertentu. (Sanny dkk., 2013)

Kreativitas Karyawan adalah elemen inti yang mencirikan keberadaan serta kemajuan sebuah organisasi. Hal ini karena kreativitas mampu tercermin melalui produk, inovasi, pola pikir baru yang diciptakan oleh individu-individu maupun kelompok-kelompok dalam organisasi tersebut. Selain itu, kreativitas juga merupakan unsur pokok dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, mengembangkan produk, dan merumuskan strategi baru. (Dharma, 2004). Dimensi atau parameter Kreativitas Karyawan mencakup gagasan, proses, teknik, atau hasil karya inovatif yang efisien, bersifat berimajinasi, estetis, fleksibel, terintegrasi, mampu berlanjut, menghadirkan ketidakberlanjutan, dan berbeda-beda, yang memiliki nilai yang bermanfaat dalam berbagai konteks untuk mengatasi berbagai tantangan atau masalah. (Rachmawati, 2010).

Kreativitas Karyawan telah banyak diamati oleh peneliti terdahulu antara lain adalah (Kusuma et al., 2021), (Gerabah et al., 2020), dan (Wajong et al., 2020).

Tabel 1
Riset sebelumnya yang bersangkutan

No	Nama Penulis (tahun)	Hasil Studi terdahulu	Yang sama dengan artikel ini	Yang Beda dengan artikel ini
1	(Elfahmi & Jatmika, 2019)	Inovasi, Daya Saing & Naik Kelas berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Daya Saing berdampak terhadap Daya Saing	Inovasi dan Naik Kelas berdampak terhadap Daya Saing
2	(Puspitasari & Putra Danaya, 2022)	Komunikasi, Lisan, NonVerbal, dan Tertulis berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Komunikasi berdampak terhadap Daya Saing	Lisan, NonVerbal, dan Tertulis berdampak terhadap Daya Saing
3	(Apriani et al., 2021)	Komunikasi & Organisasi berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Komunikasi berdampak terhadap Daya Saing	Organisasi berdampak terhadap Daya Saing
4	(Candra, 2020)	Kepemimpinan & komunikasi berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Komunikasi berdampak terhadap Daya Saing	Kepemimpinan berdampak terhadap Daya Saing
5	(Latief et al., 2019)	Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap, Kinerja berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Sikap berdampak terhadap Daya Saing	Pengetahuan, Keterampilan dan Kinerja berdampak terhadap Daya Saing
6	(Gerabah et al., 2020)	Kepemimpinan Transformasional, & Kreatifitas Karyawan. berdampak positif dan signifikan terhadap Daya Saing	Kreatifitas Karyawan berdampak terhadap Daya Saing	Kreatifitas Karyawan. berdampak terhadap Daya Saing

METODE PENULISAN

Artikel ilmiah disusun dengan menerapkan metode kualitatif serta melakukan telaah literatur yang luas. Peneliti melakukan analisis teori dan menginvestigasi hubungan antar variabel dengan menggali sumber-sumber dari perpustakaan serta sumber online seperti Academia Edu, Mendeley, Scholar Google, dan lainnya. Pentingnya menjaga konsistensi dalam penggunaan tinjauan literatur dalam penelitian kualitatif ditekankan. Sifat eksploratif dari penelitian kualitatif menjadi salah satu dasar utama yang membenarkan pendekatan ini.

PEMBAHASAN

Dengan merujuk pada teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, kita dapat menguraikan pembahasan dalam artikel literature review sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap terhadap Daya Saing

Sikap berpengaruh terhadap Daya Saing, Konsep paling fundamental dalam bidang psikologi sosial adalah yang mengkaji unsur sikap, baik pada tingkat individu maupun kelompok. Banyak penelitian telah dilakukan untuk merumuskan makna sikap, proses pembentukannya, serta bagaimana sikap dapat berubah. Penelitian juga melibatkan hubungan sikap dengan karakter individu, dinamika hubungan antar kelompok, dan pengaruh lingkungan terhadap pengambilan keputusan. Sikap dapat diinterpretasikan sebagai pikiran dan perasaan yang mendorong tindakan kita ketika kita merasa suka atau tidak suka terhadap sesuatu. Terdapat tiga komponen dalam sikap itu sendiri, yaitu kognitif, emosional, dan perilaku, dan sikap dapat bersifat konsisten atau tidak, tergantung pada konteks atau situasi yang dihadapi. (Kusumasari, 2015) berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Daya Saing, Inovasi, sikap yang positif terhadap daya saing seringkali mendorong individu atau perusahaan untuk menciptakan inovasi dalam produk, layanan, atau proses. Mereka lebih cenderung untuk mencari cara-cara baru untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan relevansi produk atau layanan mereka. Motivasi, sikap yang positif terhadap daya saing dapat meningkatkan tingkat motivasi individu atau perusahaan. Mereka merasa terdorong untuk bekerja lebih keras dan lebih cerdas untuk mencapai tujuan yang lebih baik dan mengungguli pesaing. Peningkatan Kualitas, dalam usaha bersaing, sikap yang positif dapat mendorong upaya untuk terus meningkatkan kualitas produk atau layanan. Ini menguntungkan konsumen karena mereka mendapatkan produk atau layanan yang lebih baik. Pengembangan Keterampilan, sikap positif terhadap daya saing dapat mendorong individu untuk mengembangkan keterampilan baru dan meningkatkan kompetensi mereka. Ini berdampak positif pada perkembangan karir dan peluang pekerjaan (Simanjuntak, 2020).

Untuk meningkatkan Daya Saing dengan memperhatikan Sikap, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah Pendidikan dan Pelatihan, manajemen dapat menyediakan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan untuk mengembangkan sikap yang positif terhadap daya saing. Ini termasuk pelatihan dalam kepemimpinan, pemecahan masalah, komunikasi, dan keterampilan kerja lainnya yang diperlukan untuk bersaing. Komunikasi dan Transparansi, manajemen harus berkomunikasi dengan jelas tentang visi, tujuan, dan strategi perusahaan. Transparansi dalam komunikasi membantu karyawan memahami peran mereka dalam mencapai tujuan perusahaan dan merasa terlibat dalam prosesnya. Budaya

Perusahaan, menciptakan budaya perusahaan yang mendukung sikap positif terhadap daya saing sangat penting. Ini termasuk mendorong kolaborasi, inovasi, dan penghargaan atas usaha yang luar biasa. Pengakuan dan Penghargaan, manajemen dapat memberikan pengakuan dan penghargaan kepada karyawan yang mencapai hasil yang luar biasa dalam bersaing. Ini dapat mencakup bonus, penghargaan, atau promosi, dimana Meningkatkan daya saing dengan memperhatikan sikap adalah suatu usaha berkelanjutan yang memerlukan komitmen dari seluruh organisasi. Langkah-langkah di atas dapat membantu menciptakan lingkungan di mana sikap yang positif terhadap daya saing dihargai dan didukung, sehingga membantu organisasi untuk tumbuh dan berkembang dalam pasar yang kompetitif. (Friska Mastarida, 2022).

Sikap berpengaruh terhadap Daya Saing, apabila Sikap di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas Apabila sikap perusahaan atau organisasi di persepsikan baik oleh pelanggan atau konsumen, ini akan dapat meningkatkan kualitas persepsi daya saing mereka. Persepsi daya saing adalah bagaimana pelanggan atau konsumen melihat dan menilai daya saing suatu produk, layanan, atau merek di pasar. Persepsi positif dapat membawa sejumlah manfaat bagi perusahaan. Dengan kata lain, sikap yang positif yang dipersepsikan oleh pelanggan akan membantu meningkatkan citra daya saing produk, layanan, atau merek perusahaan di mata pelanggan. Namun, penting untuk diingat bahwa untuk mempertahankan persepsi positif ini, perusahaan harus terus berusaha untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan dan menjaga kualitas produk atau layanan. Daya Saing, (Latief et al., 2019).

Sikap berpengaruh terhadap Daya Saing, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Simanjuntak, 2020), (Latief et al., 2019), dan (Wulandari & Luturlean, 2023).

2. Pengaruh Komunikasi terhadap Daya Saing

Komunikasi adalah elemen krusial yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Secara etimologis, istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communicare," yang berarti "mengirimkan." Oleh karena itu, komunikasi bisa diartikan sebagai proses penyampaian informasi, termasuk pesan, ide, dan gagasan, dari satu entitas ke entitas lain, baik melalui interaksi langsung maupun tidak langsung. Konsep komunikasi memiliki beragam makna. Makna komunikasi dapat diidentifikasi berdasarkan perannya dalam proses sosial, khususnya dalam konteks ilmu sosial. Para ahli ilmu sosial melakukan penelitian yang berfokus pada aktivitas manusia dan hubungan antara pesan dengan perilaku

manusia dalam pendekatan komunikasi. Kegiatan komunikasi dapat dilakukan dalam dua cara, pertama dengan cara langsung, yaitu melalui komunikasi lisan yang memungkinkan kedua belah pihak untuk saling memahami. Cara kedua adalah komunikasi secara tidak langsung, yang melibatkan media tertentu seperti bahasa tubuh, tulisan, telepon, televisi, dan sebagainya. (Puspitasari & Putra Danaya, 2022).

Untuk meningkatkan Daya Saing dengan memperhatikan Sikap, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah Mengembangkan Kepemimpinan yang Positif, manajemen harus memastikan bahwa pemimpin di organisasi memperlihatkan sikap positif dan etika kerja yang baik. Pemimpin yang mendukung, inspiratif, dan memberikan contoh yang baik dapat memengaruhi sikap karyawan. Komunikasi yang Efektif, manajemen harus menjaga komunikasi yang terbuka dan efektif dengan karyawan. Ini mencakup mendengarkan permasalahan mereka, memberikan umpan balik secara konstruktif, dan berkomunikasi visi dan tujuan perusahaan dengan jelas. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan, manajemen perlu menyediakan pelatihan dan pengembangan yang relevan untuk meningkatkan sikap, keterampilan, dan pengetahuan karyawan. Ini dapat membantu mereka merasa lebih percaya diri dan berkontribusi lebih baik. Penghargaan dan Pengakuan, manajemen harus mengimplementasikan program penghargaan dan pengakuan yang adil dan transparan. Ini dapat termasuk penghargaan finansial, pengakuan publik, atau kesempatan pengembangan karier sebagai imbalan atas kerja keras dan kontribusi karyawan. (Apriani et al., 2021).

Komunikasi berpengaruh terhadap Daya Saing, apabila Komunikasi di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas komunikasi yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan kualitas daya saing perusahaan dengan menciptakan citra positif, membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan mendukung kepuasan pelanggan. Hal ini berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan dalam pasar yang kompetitif Daya Saing. (Candra, 2020)

Komunikasi berpengaruh terhadap Daya Saing, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Puspitasari & Putra Danaya, 2022), (Apriani et al., 2021), dan (Candra, 2020).

3. Pengaruh Kreatifitas Karyawan terhadap Daya Saing

Kreativitas karyawan dapat berpengaruh signifikan terhadap daya saing suatu organisasi. Terdapat beberapa dimensi atau indikator sikap karyawan yang dapat berpengaruh terhadap dimensi atau indikator daya saing organisasi, berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Daya Saing, sikap karyawan yang terbuka terhadap

inovasi dan perubahan dapat meningkatkan daya saing organisasi. Karyawan yang berani mencoba hal baru dapat membantu organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan masalah secara efektif dapat membantu organisasi dalam menghadapi tantangan yang muncul. Ini dapat meningkatkan daya saing karena organisasi dapat merespons dengan cepat terhadap masalah. Karyawan yang memiliki kemampuan kreatif dapat membantu organisasi untuk menghasilkan produk atau layanan yang inovatif, yang dapat meningkatkan daya saing di pasar. Karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi cenderung bekerja dengan lebih baik, mengurangi turnover, dan memastikan kelangsungan organisasi, yang semuanya dapat mempengaruhi daya saing. Kemampuan karyawan untuk terus belajar dan berkembang secara pribadi dapat membantu organisasi untuk tetap relevan dan beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis. Kolaborasi yang baik antara karyawan dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing organisasi. Semua dimensi atau indikator sikap di atas dapat berkontribusi terhadap daya saing organisasi dalam berbagai cara. Kreativitas karyawan seringkali menjadi pendorong utama dalam mendorong perubahan dan inovasi yang diperlukan untuk tetap bersaing di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memahami dan mengelola faktor-faktor ini guna meningkatkan daya saing mereka. (Kusuma et al., 2021).

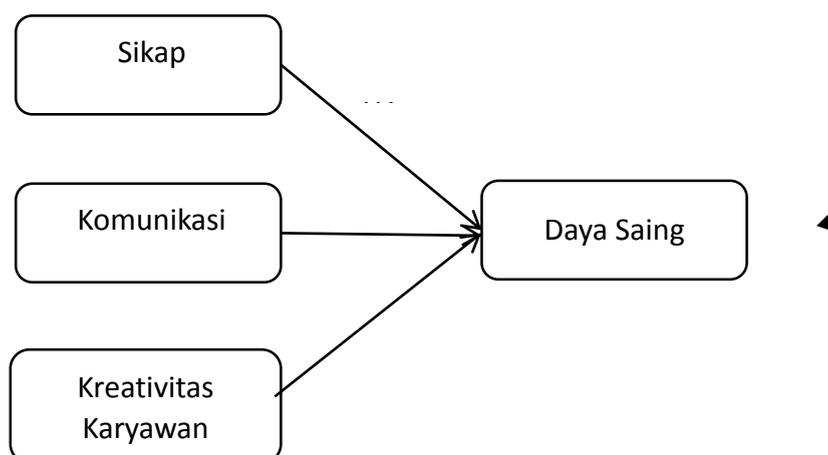
Untuk meningkatkan Daya Saing dengan memperhatikan Kreatifitas Karyawan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah meningkatkan daya saing organisasi dengan memperhatikan kreativitas karyawan, manajemen perlu mengambil berbagai langkah dan tindakan strategis., dimana manajemen harus menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas. Ini termasuk memberikan kebebasan kepada karyawan untuk berekspresi, merancang ruang kerja yang inspiratif, dan mempromosikan budaya kerja yang mendorong eksperimen dan pemikiran inovatif. Manajemen perlu mengidentifikasi karyawan yang memiliki potensi kreatif dan memberikan dukungan dan pelatihan yang sesuai untuk mengembangkan bakat kreatif mereka. Manajemen harus memastikan bahwa karyawan memiliki cukup waktu dan sumber daya untuk mengejar proyek-proyek kreatif mereka. Ini bisa termasuk alokasi waktu kerja khusus, dana penelitian, atau akses ke alat-alat dan teknologi yang diperlukan. Manajemen dapat mendorong kolaborasi antara karyawan dari berbagai latar belakang dan departemen. Kolaborasi seringkali menghasilkan ide-ide yang lebih inovatif dan solusi yang lebih baik, dapat memberikan penghargaan dan pengakuan kepada karyawan yang berhasil menghasilkan kontribusi kreatif yang signifikan. Ini dapat berupa penghargaan finansial, promosi, atau pengakuan publik. (Gerabah et al., 2020).

Kreatifitas Karyawan berpengaruh terhadap Daya Saing, apabila Sikap di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas Kreativitas karyawan yang berdampak positif pada sikap yang dipersepsikan baik oleh pelanggan atau konsumen dapat meningkatkan kualitas Reputasi Daya Saing organisasi. Reputasi Daya Saing mencerminkan bagaimana organisasi dilihat oleh pelanggan, pemangku kepentingan, dan pasar secara umum. Jika pelanggan atau konsumen merasakan bahwa sikap positif dan hasil kreativitas karyawan tercermin dalam produk atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi, ini akan meningkatkan citra dan reputasi organisasi di mata pelanggan. Oleh karena itu, menjaga sikap positif dan kreativitas karyawan yang mengarah pada peningkatan kualitas produk atau layanan dapat membantu membangun dan mempertahankan reputasi yang kuat dalam lingkungan bisnis. Ini, pada gilirannya, dapat mendukung dan meningkatkan daya saing organisasi. Daya Saing. (Wajong et al., 2020).

Kreatifitas Karyawan berpengaruh terhadap Daya Saing, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Wajong et al., 2020), (Gerabah et al., 2020), dan (Kusuma et al., 2021).

Kerangka Konseptual

Menurut perumusan masalah, tinjauan teori, penelitian sebelumnya yang relevan, serta pembahasan mengenai pengaruh antar variabel, artikel ini telah mengembangkan kerangka pemikiran berikut.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Menurut gambar kerangka konseptual di atas, daya saing dipengaruhi oleh sikap, komunikasi, dan kreativitas karyawan. Selain unsur eksogen tersebut, terdapat faktor lain yang mempengaruhi daya saing, seperti:

- a) Kepuasan Kerja: (Simanjuntak, 2020), dan (Budi, 2019).
- b) Motivasi Kerja: (Kusuma et al., 2021), dan (Simanjuntak, 2020).
- c) Kinerja: (Wulandari & Luturlean, 2023), dan (Latief et al., 2019).
- d) Kinerja: (Latief et al., 2019), dan (Wulandari & Luturlean, 2023).
- e) Inovasi: (Elfahmi & Jatmika, 2019), dan (Gerabah et al., 2020).
- f) Kepemimpinan: (Gerabah et al., 2020), dan (Candra, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan teori yang ada, literatur terkait, dan diskusi yang telah dilakukan, kita dapat menyusun hipotesis untuk penelitian berikutnya:

1. Daya Saing mempengaruhi Sikap.
2. Daya Saing mempengaruhi Komunikasi.
3. Daya Saing mempengaruhi Kreativitas Karyawan.

Saran

Berdasarkan hasil literature review mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing, terutama yang terkait dengan sikap, komunikasi, dan kreativitas karyawan, berikut adalah beberapa saran: pelatihan dan Pengembangan Karyawan, manajemen harus memprioritaskan pelatihan dan pengembangan karyawan dalam hal sikap, komunikasi, dan kreativitas. Ini dapat mencakup pelatihan soft skills, komunikasi efektif, dan teknik kreativitas.

Organisasi perlu menciptakan budaya yang mendukung inovasi. Ini bisa melibatkan penghargaan untuk ide-ide kreatif, menciptakan lingkungan kerja yang terbuka untuk berbagi ide, dan mendorong kolaborasi, organisasi perlu melakukan evaluasi dan pengukuran secara teratur untuk mengukur sikap, komunikasi, dan kreativitas karyawan. Ini dapat membantu dalam mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan, manajemen harus mendorong komunikasi terbuka dan transparan di seluruh organisasi. Ini mencakup komunikasi antara pimpinan dan karyawan, serta komunikasi timbal balik yang efektif dan dapat memberikan penghargaan dan pengakuan kepada karyawan yang memiliki sikap positif, kemampuan komunikasi yang baik, dan ide-ide kreatif yang telah memberikan dampak positif pada organisasi.

Bibliography

- Apriani, I., Siregar, R. D., & Sahputra, D. (2021). Faktor Komunikasi Dalam Organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(1), 96–105. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i1.628>
- Candra, Y. (2020). Kepemimpinan Dan Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 3(2), 7–13.
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2019). Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi UKM Kuliner Rahajeng Catering Pati dan Indoburger Rembang). *Media Mahardhika*, 17(3), 481–487. <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/106/91>
- Friska Masterida. (2022). Adopsi Inovasi Kehijauan Dalam Mencapai Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(3), 76–81. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v2i3.327>
- Gerabah, P., Desa, D. I., & Bantul, K. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Iklim Inovasi, Efikasi Diri Terhadap Kreativitas Karyawan Pada Industri Pembuatan Gerabah Di Desa Kasongan, Kabupaten Bantul. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 12–17. https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1600
- Kusuma, N. T., Kurniawan, I. S., & Nurjannah, D. S. (2021). Strategi Meningkatkan Kreativitas Karyawan Di Era Industri 4.0. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 376–389. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i2.3950>
- Kusumasari, R. N. (2015). Lingkungan Sosial Dalam Perkembangan Psikologis Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, II(1), 32–38.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Puspitasari, D., & Putra Danaya, B. (2022). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi: Lisan, Non Verbal, Dan Tertulis (Literature Review Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 257–268. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>
- Simanjuntak, P. A. (2020). Pengaruh Etos Kerja, Kepuasan Kerja, Sikap Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Pajak

Pratama Medan Polonia. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 2(1), 44–85.

<https://doi.org/10.30743/jmb.v2i1.2358>

Wajong, B. E. R., Irawan, D., Wylen, & Bernarto, I. (2020). Persepsi Karyawan pada CSR, Keterlibatan Karyawan, dan Kepemimpinan Etis pengaruhnya terhadap Kreatifitas Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(2), 72–79.

Wulandari, N., & Luturlean, B. S. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 19(1), 120–133.

<https://doi.org/10.31967/relasi.v19i1.666>