



Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital (*Disruptive Innovation, Creative Destruction dan Sustaining Innovation*)

Fadhil Wafa¹, Aji Damanhuri²
Universitas Islam Negeri Ponorogo^{1,2}

*Email: fadh889@gmail.com, ajidamanuri@iainponorogo.ac.id

Diterima: 20-06-2025 | Disetujui: 25-06-2025 | Diterbitkan: 02-07-2025

ABSTRACT

In today's digital era, the development of information and communication technology has created significant structural changes in the global economic landscape. The emergence of the internet, artificial intelligence (AI), big data, the Internet of Things (IoT), blockchain, and cloud technology, collectively form what is now known as the digital economy. This phenomenon has changed the way consumers behave, the way companies operate, and even how governments formulate policies. In real terms, we are witnessing a major shift from conventional business models to more automated and platform-based models. Real examples of this change can be seen in the transportation sector with the presence of ride-hailing services such as Gojek and Grab which have disrupted the conventional taxi industry (disruptive innovation), or in the retail sector with the increasing dominance of e-commerce such as Tokopedia, Shopee, and Bukalapak which are slowly replacing many traditional physical stores. Something similar is happening in the media industry, where streaming platforms such as Netflix and YouTube are replacing the role of conventional television media, and in the financial sector, where fintech and digital wallet services are starting to replace traditional banking functions. When these innovations emerge, they not only offer efficiency and convenience for users, but also have serious consequences for old industry players who fail to adapt. This is what is explained in the concept of creative destruction, namely a process in which innovation destroys old systems and paves the way for new systems. Many companies that were once dominant, such as Kodak, Nokia, or even Blockbuster, are now just names because they failed to capture changes in trends and technology. However, not all innovations are destructive. Many large companies today rely on sustaining innovation—innovation that aims to improve existing products, services, or processes. Apple, for example, continues to update the iPhone with better features without changing its core business model. Likewise, automotive companies such as Toyota and BMW carry out continuous innovation in engine technology and design, as a strategy to maintain their position amidst the emergence of electric and autonomous cars. These three theories of disruptive innovation, creative destruction, and sustaining innovation are not stand-alone concepts, but interact with each other and explain how innovation affects the business life cycle in the context of the digital economy. Understanding all three is not only relevant for academics or researchers, but is also very important for business people, start-ups, investors, and even policy makers to be able to create adaptive strategies that are in accordance with the dynamics of the times. In the midst of uncertainty and technological acceleration like today, analysis of these theories is becoming increasingly important. The world is moving towards a data-driven and algorithmic economic model, and anyone who is not prepared to innovate both destructively and sustainably risks being left behind or crushed by the change itself. Therefore, this article aims to examine and analyze in more depth the three theories as a framework for understanding the digital economy of today and the future.

Keywords: *Digital economy, disruptive innovation, creative destruction, sustaining innovation, technological innovation, business transformation, digital adaptation, new business models.*

ABSTRAK

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan perubahan struktural yang signifikan dalam lanskap ekonomi global. Munculnya internet, kecerdasan buatan (AI), big data, Internet of Things (IoT), blockchain, hingga teknologi cloud, secara kolektif membentuk apa yang kini dikenal sebagai ekonomi digital. Fenomena ini telah mengubah cara konsumen berperilaku, cara perusahaan beroperasi, dan bahkan bagaimana pemerintah merumuskan kebijakan. Secara riil, kita menyaksikan pergeseran besar dari model bisnis konvensional menuju model yang lebih terotomatisasi dan berbasis platform. Contoh nyata dari perubahan ini dapat dilihat pada sektor transportasi dengan hadirnya layanan ride-hailing seperti Gojek dan Grab yang mengganggu industri taksi konvensional (disruptive innovation), atau dalam sektor ritel dengan naiknya dominasi e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak yang secara perlahan menyingkirkan banyak toko fisik tradisional. Hal serupa terjadi di industri media, di mana platform streaming seperti Netflix dan YouTube menggantikan peran media televisi konvensional, serta di sektor keuangan, di mana fintech dan layanan dompet digital mulai menggantikan fungsi perbankan tradisional. Ketika inovasi-inovasi ini muncul, mereka tidak hanya menawarkan efisiensi dan kenyamanan bagi pengguna, tetapi juga menimbulkan konsekuensi serius bagi para pelaku industri lama yang gagal beradaptasi. Inilah yang dijelaskan dalam konsep creative destruction, yakni sebuah proses di mana inovasi menghancurkan sistem lama dan membuka jalan bagi sistem baru. Banyak perusahaan yang dulunya dominan, seperti Kodak, Nokia, atau bahkan Blockbuster, kini tinggal nama karena gagal menangkap perubahan tren dan teknologi. Namun tidak semua inovasi bersifat destruktif. Banyak perusahaan besar saat ini justru mengandalkan sustaining innovation yakni inovasi yang bertujuan memperbaiki produk, layanan, atau proses yang sudah ada. Apple, misalnya, terus memperbarui iPhone dengan fitur-fitur yang lebih baik tanpa mengubah model bisnis utamanya. Demikian pula, perusahaan otomotif seperti Toyota dan BMW melakukan inovasi berkelanjutan pada teknologi mesin dan desain, sebagai strategi mempertahankan posisi di tengah kemunculan mobil listrik dan otonom. Ketiga teori ini disruptive innovation, creative destruction, dan sustaining innovation bukanlah konsep yang berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dan menjelaskan bagaimana inovasi memengaruhi siklus kehidupan bisnis dalam konteks ekonomi digital. Memahami ketiganya tidak hanya relevan bagi para akademisi atau peneliti, tetapi juga sangat penting bagi para pelaku bisnis, start-up, investor, bahkan pembuat kebijakan agar mampu membuat strategi adaptif yang sesuai dengan dinamika zaman. Di tengah ketidakpastian dan percepatan teknologi seperti sekarang, analisis terhadap teori-teori ini menjadi semakin penting. Dunia sedang bergerak menuju model ekonomi berbasis data dan algoritma, dan siapapun yang tidak siap berinovasi baik secara destruktif maupun berkelanjutan berisiko tertinggal atau tergilas oleh perubahan itu sendiri. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis lebih dalam ketiga teori tersebut sebagai kerangka berpikir dalam memahami ekonomi digital masa kini dan masa depan.

Kata Kunci : *Ekonomi digital, disruptive innovation, creative destruction, sustaining innovation, inovasi teknologi, transformasi bisnis, adaptasi digital, model bisnis baru.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fadhil Wafa, & Aji Damanhuri. (2025). Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital (Disruptive Innovation, Creative Destruction dan Sustaining Innovation). *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 543-551. <https://doi.org/10.63822/kta2m271>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia telah memasuki fase baru dari revolusi digital yang mengubah hampir seluruh aspek kehidupan, terutama dalam bidang ekonomi. Di era pasca-pandemi COVID-19 dan memasuki 2024-2025, digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan yang mendesak bagi seluruh sektor, baik di tingkat global maupun nasional. Perusahaan yang lambat beradaptasi mulai tertinggal, bahkan gulung tikar, sementara perusahaan yang mampu berinovasi dengan cepat justru melesat menjadi pemain dominan. Fenomena ini menjadi bukti nyata bahwa ekonomi digital telah membentuk ulang cara bisnis dijalankan, cara konsumen berperilaku, hingga cara pemerintah membuat kebijakan. Saat ini, kita menyaksikan kebangkitan ekonomi berbasis teknologi, di mana platform digital, kecerdasan buatan, otomatisasi, dan sistem berbasis data menjadi fondasi utama aktivitas ekonomi. Layanan keuangan berbasis teknologi (fintech), kecerdasan buatan dalam logistik dan manufaktur, serta transformasi sektor pendidikan dan kesehatan melalui teknologi digital adalah contoh konkret bagaimana lanskap ekonomi berubah dengan sangat cepat. Bahkan dalam skala mikro, aktivitas harian masyarakat dari berbelanja, bepergian, belajar hingga mengakses layanan publik telah bergeser ke ranah digital.

Namun, perkembangan ini tidak datang tanpa tantangan. Salah satu tantangan besar yang dihadapi saat ini adalah ketimpangan kesiapan inovasi dan adaptasi digital, baik antar industri, antar wilayah, maupun antar generasi. Banyak pelaku bisnis skala kecil dan menengah (UMKM) masih tertinggal secara teknologi dan kesulitan mengikuti perubahan, sementara perusahaan-perusahaan besar justru semakin mendominasi melalui ekosistem digital yang mereka ciptakan. Tak sedikit pula perusahaan besar yang dulunya berjaya kini harus berjuang untuk bertahan, karena tidak cukup cepat menangkap arah perubahan pasar. Untuk memahami dinamika perubahan tersebut, tiga teori utama dalam kajian ekonomi digital menjadi penting untuk dianalisis, yaitu: disruptive innovation, creative destruction, dan sustaining innovation. Ketiga teori ini menawarkan lensa yang berbeda namun saling berkaitan dalam menjelaskan bagaimana inovasi teknologi dapat mengguncang tatanan ekonomi lama, menghancurkan sistem yang sudah mapan, dan pada saat bersamaan memunculkan kekuatan ekonomi baru.

Teori disruptive innovation (inovasi disruptif) pertama kali diperkenalkan oleh Clayton Christensen, menjelaskan bagaimana perusahaan kecil dengan sumber daya terbatas bisa masuk ke pasar dengan solusi sederhana namun akhirnya mendisrupsi pemain besar yang telah mapan. Contohnya sangat nyata saat ini: kehadiran layanan berbasis AI generatif, seperti ChatGPT dan DALL·E, mulai menggantikan fungsi-fungsi profesional di berbagai industri kreatif dan jasa. Sementara itu, teori creative destruction, yang diperkenalkan oleh Joseph Schumpeter, menggambarkan proses evolusi kapitalisme itu sendiri di mana inovasi menghancurkan model lama demi memberi ruang pada model baru. Fenomena seperti bangkrutnya toko ritel konvensional akibat dominasi e-commerce, atau menurunnya industri media cetak akibat digitalisasi konten, merupakan gambaran konkret dari proses ini yang kini terjadi di berbagai belahan dunia. Adapun sustaining innovation menekankan pada inovasi yang dilakukan oleh perusahaan yang sudah mapan untuk memperbaiki dan mempertahankan posisinya. Banyak perusahaan teknologi global, seperti Apple, Microsoft, dan Samsung, menerapkan strategi ini untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan efisiensi bisnisnya. Dalam konteks Indonesia, Gojek dan Tokopedia (yang kini bergabung menjadi GoTo) juga berupaya mempertahankan relevansi mereka melalui peningkatan layanan dan pengembangan fitur berbasis AI dan data analitik.

*Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital
(Disruptive Innovation, Creative Destruction dan Sustaining Innovation)*

(Wafa, et al.)

Dengan demikian, memahami dan menganalisis ketiga teori ini menjadi penting sebagai dasar untuk menavigasi kompleksitas ekonomi digital saat ini. Di tengah arus disrupsi yang semakin cepat, para pelaku bisnis, akademisi, pemerintah, dan masyarakat luas dituntut untuk mampu membedakan jenis inovasi yang sedang terjadi, memahami dampaknya, serta merumuskan strategi adaptasi yang tepat. Tanpa pemahaman yang baik terhadap kerangka teoretis ini, ada risiko besar bahwa strategi transformasi digital yang dijalankan hanya menjadi reaktif dan bersifat jangka pendek. Melalui pembahasan artikel ini, penulis ingin mengajak pembaca untuk lebih dalam memahami makna dari masing-masing teori serta mengkaji aplikasinya dalam konteks ekonomi digital masa kini. Harapannya, analisis ini tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga menjadi landasan praktis bagi pengambilan keputusan dalam menghadapi realitas ekonomi digital yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami, mendeskripsikan, dan menganalisis secara mendalam tiga teori ekonomi digital: *disruptive innovation*, *creative destruction*, dan *sustaining innovation*, serta aplikasinya dalam konteks ekonomi digital saat ini. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bersifat konseptual dan analitis, dengan fokus pada penggalian makna, penafsiran, serta pemahaman atas fenomena yang sedang terjadi melalui lensa teori. Data Primer Tidak digunakan, karena penelitian ini berbasis studi literatur dan studi kasus dari data sekunder. Data Sekunder Artikel jurnal ilmiah Buku teori ekonomi dan manajemen inovasi, Laporan tahunan dan laporan industri, Berita dan publikasi media digital terkini, Studi dan riset dari lembaga resmi (World Economic Forum, McKinsey, Bappenas, dll.), Website resmi perusahaan yang menjadi objek studi kasus. Data dikumpulkan melalui Studi pustaka (library research) Pengumpulan dan penelaahan literatur yang membahas teori-teori ekonomi digital. Studi dokumentasi (documentary analysis) Analisis terhadap dokumen-dokumen seperti laporan perusahaan, artikel bisnis, dan data industri sebagai bahan studi kasus. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode: Analisis deskriptif-kualitatif: untuk menguraikan dan menjelaskan teori-teori yang dikaji. Analisis komparatif: untuk membandingkan ketiga teori berdasarkan karakteristik, tujuan, dan dampaknya dalam konteks ekonomi digital. Analisis studi kasus: untuk mengidentifikasi contoh nyata penerapan teori pada perusahaan/industri tertentu (misalnya: Netflix untuk *disruptive innovation*, Amazon untuk *sustaining innovation*, dan Bukalapak/Gojek sebagai contoh lokal dari *creative destruction* atau transisi digital).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biografi singkat inovator konsep dan teori ekonomi digital

Tiga teori ekonomi digital yang sangat berpengaruh *creative destruction*, *disruptive innovation*, dan *sustaining innovation* lahir dari pemikiran dua tokoh besar dunia ekonomi dan manajemen, yaitu Joseph Alois Schumpeter dan Clayton M. Christensen, yang masing-masing hidup dalam era dan konteks yang berbeda, namun memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman transformasi ekonomi akibat inovasi. Joseph Schumpeter, ekonom kelahiran Austria tahun 1883, menempuh pendidikan hukum dan ekonomi di

*Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital
(Disruptive Innovation, Creative Destruction dan Sustaining Innovation)*

(Wafa, et al.)

University of Vienna, dan dikenal sebagai salah satu arsitek teori ekonomi inovatif di awal abad ke-20. Dalam bukunya yang terkenal *Capitalism, Socialism and Democracy* (1942), Schumpeter memperkenalkan konsep creative destruction, yaitu gagasan bahwa kemajuan ekonomi tidak datang dari stabilitas, melainkan dari gelombang inovasi yang terus-menerus menggantikan struktur industri lama dengan yang baru. Bagi Schumpeter, para inovator dan wirausahawan adalah kekuatan pendorong utama dinamika kapitalisme yang tidak pernah berhenti berubah. Teori ini menjadi dasar penting dalam melihat bagaimana inovasi teknologi, termasuk dalam era digital saat ini, dapat menghancurkan tatanan bisnis tradisional sambil membuka peluang baru.

Sementara itu, Clayton M. Christensen, seorang profesor manajemen di Harvard Business School, yang lahir di Amerika Serikat tahun 1952 dan meraih gelar MBA dari Harvard University serta Ph.D. di bidang Administrasi Bisnis dari universitas yang sama, mencetuskan teori disruptive innovation dalam bukunya *The Innovator's Dilemma* yang diterbitkan pada tahun 1997. Christensen menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan besar sering kali gagal menghadapi ancaman dari pesaing baru yang menawarkan produk atau layanan yang lebih sederhana, lebih murah, dan awalnya tampak kurang menarik bagi pasar utama, namun lambat laun mampu merebut dominasi pasar itulah yang disebut sebagai disruptive innovation. Dalam teorinya, ia juga menjelaskan konsep sustaining innovation, yaitu jenis inovasi yang dilakukan oleh perusahaan mapan untuk meningkatkan kinerja produk atau layanan yang sudah ada, demi mempertahankan posisi mereka di pasar. Kedua teori ini memperluas pemikiran Schumpeter dan sangat relevan dalam konteks transformasi digital saat ini, di mana teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), fintech, dan platform digital terus mengguncang berbagai sektor industri secara radikal.

Pemahaman teori ekonomi digital menurut Pakar

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital saat ini, terdapat tiga teori utama yang menjadi landasan konseptual dalam memahami dinamika perubahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi, yaitu creative destruction, disruptive innovation, dan sustaining innovation. Ketiga teori ini menjelaskan bagaimana inovasi, baik dalam bentuk produk, model bisnis, maupun teknologi, dapat memengaruhi struktur pasar, perilaku konsumen, serta strategi adaptasi pelaku usaha.

1) Teori Creative Destruction oleh Joseph A. Schumpeter

Creative Destruction adalah sebuah konsep ekonomi yang pertama kali diperkenalkan secara sistematis oleh Joseph Alois Schumpeter, seorang ekonom asal Austria yang dikenal sebagai salah satu pemikir ekonomi paling berpengaruh pada abad ke-20. Schumpeter menempuh pendidikan hukum dan ekonomi di University of Vienna, dan kemudian mengajar di beberapa universitas bergengsi, termasuk Harvard University. Dalam karyanya yang terkenal *Capitalism, Socialism and Democracy* (1942), Schumpeter menyatakan bahwa proses kapitalisme yang dinamis secara alami ditandai oleh proses "penghancuran kreatif" (*creative destruction*), yaitu situasi di mana inovasi yang diciptakan oleh wirausahawan dan pelaku ekonomi baru menyebabkan keruntuhan struktur ekonomi lama dan membangun sistem baru yang lebih efisien dan relevan. Proses ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi kekuatan utama dalam perubahan sosial, teknologi, dan bisnis. Menurut Schumpeter, inovasi bukanlah proses tambahan dalam ekonomi, tetapi merupakan inti dari perkembangan kapitalisme itu

sendiri. Inovasi dapat berupa pengenalan produk baru, proses produksi baru, pasar baru, bahan baku baru, atau bentuk organisasi baru dalam industri. Namun, inovasi ini sering kali menggantikan sistem atau pelaku yang sudah ada, yang mengarah pada siklus perputaran antara penciptaan dan kehancuran. Dalam konteks ekonomi digital, konsep *creative destruction* sangat relevan karena banyak perusahaan tradisional (seperti toko ritel konvensional, media cetak, atau layanan transportasi lama) digantikan oleh platform digital seperti e-commerce, media daring, dan ride-hailing. Contohnya adalah munculnya Tokopedia, Shopee, atau Netflix yang mendisrupsi bisnis lama dan memaksa pelaku ekonomi untuk beradaptasi atau tersingkir dari pasar.

2) Teori Disruptive Innovation oleh Clayton M. Christensen

Disruptive Innovation adalah konsep yang diperkenalkan oleh Clayton M. Christensen, seorang profesor manajemen di Harvard Business School, melalui bukunya yang sangat berpengaruh *The Innovator's Dilemma* (1997). Christensen memperoleh gelar MBA dan Ph.D. dari Harvard University, dan dikenal sebagai pemikir terkemuka dalam bidang strategi bisnis dan inovasi. Konsep *disruptive innovation* menjelaskan bagaimana inovasi yang awalnya tampak tidak menarik atau kurang canggih justru mampu mengganggu dominasi perusahaan besar dan mengubah struktur pasar. Inovasi ini biasanya muncul dari perusahaan kecil atau pendatang baru yang menargetkan segmen pasar yang kurang dilayani (misalnya konsumen berpendapatan rendah atau wilayah pinggiran). Produk yang ditawarkan umumnya lebih sederhana, lebih murah, dan memiliki fitur terbatas. Namun seiring waktu, kualitas dan penerimaan pasar terhadap produk tersebut meningkat secara signifikan, hingga akhirnya mampu menggantikan posisi produk dari perusahaan mapan yang sebelumnya mendominasi pasar. Salah satu contoh klasik dari teori ini adalah kasus Netflix yang awalnya menawarkan layanan penyewaan DVD lewat pos untuk segmen pengguna tertentu, namun kemudian berkembang menjadi layanan streaming yang mendisrupsi industri hiburan, hingga menyebabkan keruntuhan perusahaan besar seperti Blockbuster. Contoh lain di sektor transportasi adalah Gojek dan Grab, yang mendisrupsi layanan transportasi konvensional dengan sistem digital berbasis aplikasi. Menurut Christensen, banyak perusahaan besar gagal mempertahankan posisi pasar bukan karena mereka kurang inovatif, melainkan karena mereka terlalu fokus pada peningkatan produk (*sustaining innovation*) untuk pasar premium, dan mengabaikan ancaman dari pemain baru yang menawarkan solusi lebih sederhana dan efisien. Maka dari itu, *disruptive innovation* tidak hanya menyoroti pentingnya menciptakan teknologi baru, tetapi juga bagaimana inovasi itu disesuaikan dengan kebutuhan segmen pasar tertentu dan bagaimana dampaknya terhadap struktur industri secara keseluruhan. Ciri-Ciri Disruptive Innovation (*berdasarkan Christensen*): Awalnya menyasar pasar bawah atau non-konsumen, Produk lebih sederhana, lebih murah, dan kurang fitur, Berkembang pesat dan secara bertahap merebut pasar utama, Sering diabaikan oleh pemain besar karena dianggap tidak menguntungkan, Mengarah pada perubahan besar dalam model bisnis atau rantai nilai

3) Teori Sustaining Innovation oleh Clayton M. Christensen

Sustaining Innovation atau inovasi berkelanjutan adalah konsep yang juga dikembangkan oleh Clayton M. Christensen sebagai bagian dari kerangka besar inovasi yang dijelaskannya dalam *The Innovator's Dilemma* (1997) dan diperluas dalam *The Innovator's Solution* (2003). Dalam teori ini, Christensen membedakan antara inovasi disruptif yang mengganggu pasar dan inovasi berkelanjutan yang

bertujuan untuk meningkatkan kinerja produk atau layanan dalam pasar yang sudah ada. Sustaining innovation terjadi ketika perusahaan mapan berusaha memperbaiki atau menyempurnakan produk dan layanan mereka yang sudah ada untuk mempertahankan daya saing dan memenuhi permintaan konsumen inti (core customers). Inovasi ini bisa berupa peningkatan kualitas, fitur teknologi, efisiensi produksi, atau penambahan nilai lain yang membuat produk lebih baik dari versi sebelumnya. Perusahaan besar cenderung lebih fokus pada sustaining innovation karena menjanjikan profitabilitas yang lebih jelas dan risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan menjangkau pasar baru atau segmen bawah. Contoh nyata dari *sustaining innovation* dapat dilihat dalam produk seperti Apple iPhone, yang secara rutin meningkatkan kamera, performa prosesor, dan fitur keamanan setiap generasi baru, tetapi tetap mempertahankan basis produk yang sama. Di industri otomotif, produsen mobil seperti Toyota secara bertahap menyempurnakan teknologi hybrid melalui seri Prius sebagai bagian dari inovasi berkelanjutan. Namun, Christensen memperingatkan bahwa perusahaan yang hanya fokus pada *sustaining innovation* tanpa memperhatikan potensi *disruptive innovation* dari pesaing kecil berisiko tersingkir. Pasalnya, meskipun sustaining innovation mampu menjaga dominasi jangka pendek, tidak jarang perusahaan gagal melihat perubahan mendasar dalam preferensi konsumen atau dinamika teknologi. Karakteristik Sustaining Innovation: Terfokus pada peningkatan kualitas produk yang sudah ada. Menargetkan pelanggan yang sudah ada (core customers). Biasanya dilakukan oleh perusahaan besar yang sudah mapan. Memberikan nilai tambah bertahap (incremental improvement). Bersifat mempertahankan posisi pasar, bukan menciptakan pasar baru. Relevansi dalam Ekonomi Digital Dalam era ekonomi digital, *sustaining innovation* tetap penting karena tidak semua inovasi harus bersifat disruptif. Banyak perusahaan teknologi besar seperti Microsoft, Samsung, atau Google menggabungkan kedua jenis inovasi disruptif untuk menjangkau pasar baru, dan sustaining untuk memperkuat basis pelanggan lama. Strategi ini menciptakan keseimbangan antara eksplorasi inovasi radikal dan eksploitasi pasar yang sudah ada

Sintesis dan Relevansi Teoritis dalam Era Ekonomi Digital

Ketiga teori tersebut secara bersamaan menggambarkan lanskap transformasi ekonomi modern, di mana inovasi tidak hanya menjadi alat pertumbuhan, tetapi juga menjadi kekuatan yang menentukan keberlangsungan suatu entitas bisnis. Dalam ekonomi digital, inovasi kreatif memicu kehancuran struktur lama (creative destruction), mendorong munculnya pesaing baru yang disruptif (disruptive innovation), dan mengharuskan perusahaan mapan untuk mempertahankan posisinya melalui peningkatan berkelanjutan (sustaining innovation). Dengan demikian, pemahaman terhadap ketiga teori ini tidak hanya penting secara teoritis, tetapi juga menjadi kerangka berpikir strategis dalam menyusun kebijakan adaptif, baik di sektor bisnis, pemerintah, maupun pendidikan. Dalam studi ini, pemahaman terhadap teori-teori tersebut digunakan sebagai dasar untuk menganalisis dinamika investasi digital, pergeseran preferensi konsumen, dan perubahan model bisnis yang terjadi di Indonesia maupun secara global.

Tabel 1.
Perbandingan Teori Creative Destruction, Disruptive Innovation, dan Sustaining Innovation

| Aspek | Creative Destruction | Disruptive Innovation | Sustaining Innovation |
|-----------------------------|--|--|---|
| Pencetus | Joseph A. Schumpeter | Clayton M. Christensen | Clayton M. Christensen |
| Tahun Muncul | 1942 (buku <i>Capitalism, Socialism and Democracy</i>) | 1997 (buku <i>The Innovator's Dilemma</i>) | 1997 / 2003 (dengan <i>The Innovator's Solution</i>) |
| Tujuan Teori | Menjelaskan dinamika ekonomi yang terus berubah melalui inovasi yang meruntuhkan sistem lama | Menjelaskan bagaimana inovasi baru menggantikan perusahaan mapan dengan produk sederhana | Menjelaskan inovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan produk dalam pasar yang sudah ada |
| Fokus Utama | Transformasi struktur ekonomi melalui siklus penciptaan dan penghancuran | Pergeseran dominasi pasar dari pemain lama ke pendatang baru | Peningkatan bertahap terhadap produk/layanan yang sudah ada |
| Karakter Inovasi | Revolusioner dan sistemik | Awalnya sederhana, tumbuh dan mengganggu pasar mapan | Bertahap, inkremental, berorientasi pada pelanggan saat ini |
| Pelaku Utama | Wirausahawan/inovator dalam sistem kapitalis | Perusahaan baru/pemain kecil yang menarget pasar bawah | Perusahaan mapan dengan sumber daya besar |
| Contoh Modern | E-commerce menggantikan toko ritel tradisional | Netflix menggantikan Blockbuster; Gojek menggantikan ojek konvensional | Apple meningkatkan performa iPhone dari generasi ke generasi |
| Peran dalam Ekonomi Digital | Menjelaskan siklus perubahan struktural akibat inovasi digital | Menjelaskan bagaimana startup digital mengganggu pasar lama | Menjelaskan bagaimana perusahaan teknologi mempertahankan dominasi pasar |

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai tiga teori utama dalam ekonomi digital, dapat disimpulkan bahwa *creative destruction*, *disruptive innovation*, dan *sustaining innovation* merupakan kerangka teoritis yang saling melengkapi dalam menjelaskan dinamika transformasi ekonomi modern yang didorong oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi.

Pertama, teori *creative destruction* yang dikembangkan oleh Joseph A. Schumpeter menegaskan bahwa inovasi merupakan kekuatan pendorong utama dalam siklus ekonomi kapitalis. Melalui proses penghancuran kreatif, struktur lama yang tidak efisien digantikan oleh bentuk ekonomi baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan zaman. Konsep ini terbukti sangat relevan dalam era ekonomi digital saat ini, di mana perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan teknologi cenderung tersingkir dari pasar.

Kedua, teori *disruptive innovation* yang dicetuskan oleh Clayton M. Christensen menjelaskan secara lebih spesifik bagaimana perusahaan-perusahaan baru dapat mengganggu dominasi pemain lama melalui produk atau layanan yang lebih sederhana, murah, dan dapat diakses oleh segmen pasar yang sebelumnya terabaikan. Dalam ekonomi digital, fenomena disruptif ini menjadi sangat menonjol dengan munculnya berbagai startup teknologi yang mengubah wajah industri secara drastis. Ketiga, *sustaining innovation* sebagai bentuk inovasi yang mempertahankan kinerja dan posisi pasar juga memiliki peran penting dalam

menjaga keberlanjutan perusahaan. Meskipun tidak bersifat radikal, sustaining innovation berfungsi sebagai respons strategis terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan tekanan kompetitif yang terus berkembang di era digital.

Secara keseluruhan, pemahaman terhadap ketiga teori tersebut memberikan landasan konseptual yang kuat dalam menganalisis perubahan struktur industri, strategi bisnis, dan perilaku konsumen di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat. Ketiganya bukan hanya teori, tetapi juga alat navigasi penting bagi pelaku ekonomi dalam merumuskan strategi bertahan, berkembang, atau bahkan mendisrupsi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2003). *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive Innovation for Social Change. *Harvard Business Review*, 84(12), 94–101.
- Hanelt, A., Hildebrandt, B., & Polier, J. (2021). Uncovering the theoretical core of digital transformation: A meta-review of the literature. *Journal of Business Research*, 122, 725–738. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.022>
- Klenner, P., Hüsigg, S., & Dowling, M. (2013). Ex-ante evaluation of disruptive susceptibility in established value networks—When are markets ready for disruptive innovations? *Research Policy*, 42(4), 914–927. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.10.017>
- Reinhardt, R., & Gurtner, S. (2018). Disruptive innovations and their effect on the competitiveness of business models in the digital era. *Journal of Business Models*, 6(3), 17–25.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* (R. Opie, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Yu, D., & Hang, C. C. (2010). A Reflective Review of Disruptive Innovation Theory. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), 435–452. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00272.x>