

MODEL HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR PROAKTIF DAN INTEGRASI BAGI INOVASI PRODUK HIJAU UNTUK KELEBIHAN SAINGAN FIRMA PEMBUATAN DI MALAYSIA

**NORHUDA BTE SALIM
IJAZAH DOKTOR FALSAFAH, UKM (2021)**

Mencapai dan mengekalkan kelebihan saingan dalam pasaran yang dinamik dan tidak menentu sememangnya menjadi cabaran di kalangan firma pembuatan. Untuk itu, firma harus bijak mencari peluang dan membangunkan pengurusan strategik yang sesuai agar produk yang dihasilkan mampu bersaing secara lebih kompetitif di dalam pasaran domestik dan global. Salah satu strategi untuk menambah nilai produk adalah melalui inovasi produk hijau (GPI) di mana kesedaran pengguna terhadap produk mesra alam sekitar kian meningkat. Namun, perdebatan mengenai pelaksanaan GPI masih berterusan kerana kebanyakan firma terutama yang bersaiz kecil tidak sanggup untuk melabur dalam penyelidikan dan inovasi, malah menganggap GPI sebagai aktiviti yang merugikan. Tambahan lagi, masih banyak firma yang kurang berpengetahuan dan kepakaran untuk mengurus dan mengamalkan GPI dengan berkesan disebabkan oleh kebolehan-kebolehan dalaman yang terbatas. Justeru, kajian ini menyelidik keupayaan firma pembuatan di Malaysia dalam memanfaatkan sumber yang dimiliki bagi melaksanakan GPI. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti faktor-faktor dalaman kritikal dalam meningkatkan pelaksanaan GPI, seterusnya menilai peranan GPI di dalam meningkatkan kelebihan saingan (CA) firma dan akhir sekali membangun model bagi meningkatkan CA melalui pelaksanaan GPI. Metodologi kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui soal selidik yang diedarkan kepada firma yang dipilih secara rawak menerusi pangkalan data MATRADE. Sejumlah 152 maklum balas yang lengkap dianalisis dan Model Persamaan Strukur (SEM) digunakan dalam pembinaan model. Kaedah Delphi turut digunakan bagi mendapatkan input panel berkaitan faktor-faktor kritikal dan pengesahan model. Keputusan kajian ini menunjukkan 'proaktif' dan 'integrasi' merupakan faktor-faktor kritikal dalam pelaksanaan inovasi hijau dengan melibatkan empat kebolehan dalaman iaitu penggunaan sosial media (SMU), kolaborasi alam sekitar (EC), proaktif alam sekitar (EP) dan fleksibiliti strategik (SF). Dapatan kajian ini juga menegaskan bahawa GPI berperanan sebagai mediator separa yang menghubungkan EC dan CA, serta dalam masa yang sama bertindak sebagai mediator penuh yang menghubungkan SF dengan CA. Berdasarkan model yang dibangunkan, didapati bahawa korelasi EC, SF dan EP terhadap GPI adalah signifikan, dengan EC memberikan nilai signifikan tertinggi ($\beta = 0.501$; $p < 0.001$), diikuti dengan EP ($\beta = 0.362$; $p < 0.05$) dan seterusnya SF ($\beta = 0.336$; $p < 0.05$). Sementara itu, GPI turut menunjukkan kesan positif yang tinggi dan signifikan terhadap CA ($\beta = 0.561$, $p < 0.05$). Perlu diambil perhatian bahawa SMU tidak memberi kesan langsung yang signifikan terhadap GPI; dan SF juga tidak memberi kesan langsung yang signifikan terhadap CA. Justeru, model ini memberi pandangan baharu terhadap pengembangan teori pandangan berasaskan sumber, pandangan kebolehan dinamik dan pandangan berasaskan pengetahuan yang sememangnya perlu diperluaskan dalam konteks amalan hijau di kalangan firma pembuatan. Pengurusan firma perlu memahami kesan dan memberi penekanan terhadap kebolehan-kebolehan proaktif dan integrasi yang dapat merangsang GPI serta meningkatkan pencapaian CA. Kajian masa hadapan dicadangkan agar membuat perbandingan kebolehan antara firma kategori PKS dan bersaiz besar, serta meneroka kebolehan-kebolehan lain yang berpotensi agar kajian ini dapat terus diperkembang selari dengan perubahan tuntutan produk hijau yang dinamik dan kompetitif.