

ABSTRAK

Industri batik di Jawa Tengah menghadapi tuntutan untuk meningkatkan daya saing sekaligus mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh proses produksinya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Organizational Capability*, *Green Absorptive Capacity*, dan *Resource Integration Capability* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*, dengan *Eco-Innovation* dan *Value Co-Creation Advantages* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 220 perajin batik berskala mikro, kecil, dan menengah di Semarang, Solo, Pekalongan, Banyumas, dan wilayah Pantura Jawa Tengah menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis AMOS, sedangkan signifikansi efek tidak langsung diuji menggunakan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Organizational Capability*, *Green Absorptive Capacity*, dan *Resource Integration Capability* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Eco-Innovation* dan *Value Co-Creation Advantages*. *Eco-Innovation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage*, sedangkan *Value Co-Creation Advantages* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Dengan demikian, tujuh dari delapan hipotesis penelitian memperoleh dukungan empiris. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa *Eco-Innovation* tidak memediasi pengaruh ketiga kapabilitas tersebut terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Sebaliknya, *Value Co-Creation Advantages* terbukti memediasi pengaruh ketiga kapabilitas tersebut. *Value Co-Creation Advantages* berperan sebagai mediator penuh pada pengaruh *Organizational Capability* dan *Green Absorptive Capacity* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*, serta sebagai mediator sebagian pada pengaruh *Resource Integration Capability* terhadap *Sustainable Competitive Advantage*. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan membangun penciptaan nilai bersama pelanggan merupakan mekanisme yang lebih menentukan dalam mengubah kapabilitas organisasi menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan dibandingkan *Eco-Innovation*.

Kata kunci: *Organizational Capability*, *Green Absorptive Capacity*, *Resource Integration Capability*, *Eco-Innovation*, *Value Co-Creation Advantages*, *Sustainable Competitive Advantage*.