


## MENGEMBANGKAN STRATEGI BISNIS DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL

Annisa Afwani<sup>1</sup>, Khaila Calsa Fhadillah<sup>2</sup>, Muhammad Habib Rifky<sup>3</sup>, Nurbaiti<sup>4</sup>  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [afwaniannisa@gmail.com](mailto:afwaniannisa@gmail.com), [khailacalsaaf@gmail.com](mailto:khailacalsaaf@gmail.com), [rifkyhabib91@gmail.com](mailto:rifkyhabib91@gmail.com),  
[nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Menerima:</b><br/>26/12/2025</p> <p><b>Diterima:</b><br/>27/12/2025</p> <p><b>Menerbitkan:</b><br/>28/12/2025</p>  <p>This work is licensed under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">Creative Commons Attribution 4.0 International License</a>.</p> | <p><b>Abstrak</b><br/><i>Digital transformation has fundamentally changed the way companies operate, interact with customers, and compete in global markets. Companies are not only faced with the need to adopt new technology, but also have to adapt their business models, internal processes and human resource management strategies to remain relevant. This research aims to explore effective business strategies in facing the era of digital transformation. The research method used is qualitative, with a case study approach and in-depth interviews with companies that have implemented digital transformation. Research findings show that technology integration, business model innovation, development of HR capabilities, and the formation of an adaptive organizational culture are key factors for success. This research concludes that a comprehensive and holistic business strategy—combining aspects of technology, people, processes and business models—is the main key to building a competitive company in the digital era.</i></p> <p><b>Keywords :</b> digital transformation, business strategy, innovation, HR capabilities, business model.</p> |
|---|--|

### PENDAHULUAN

Transformasi digital saat ini bukan sekadar pengenalan teknologi baru, melainkan mencakup perubahan fundamental dalam cara perusahaan mengelola operasional, berinteraksi dengan pelanggan, dan merancang model bisnisnya. Percepatan inovasi teknologi, pergeseran perilaku konsumen, serta persaingan yang semakin global menuntut perusahaan untuk beradaptasi secara cepat. Westerman et al. (2014) menegaskan bahwa perusahaan yang gagal menyesuaikan diri dengan transformasi digital berisiko kehilangan daya saing dan relevansi di pasar.

Tinjauan pustaka dari berbagai penelitian mengidentifikasi beberapa faktor penting dalam strategi transformasi digital: Integrasi Teknologi: Perusahaan yang berhasil mengadopsi big data, cloud computing, Internet of Things (IoT), dan kecerdasan buatan (AI) mampu meningkatkan efisiensi operasional serta pengambilan keputusan strategis (Kane et al., 2017). Inovasi Model Bisnis: Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk beralih dari model bisnis tradisional ke model berbasis platform, layanan berlangganan, atau ekosistem digital yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar (Hess et al., 2016). Kapabilitas SDM dan Budaya Organisasi: Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan teknologi, tetapi juga keterampilan karyawan, kepemimpinan digital, dan budaya inovasi yang adaptif (Türk, 2022). Fokus pada Pelanggan: Transformasi digital memungkinkan personalisasi layanan yang lebih baik dan pengalaman pelanggan yang responsif, sehingga meningkatkan loyalitas dan retensi. Dari literatur tersebut, terlihat bahwa strategi transformasi digital harus bersifat holistik, mencakup teknologi, manusia, proses, dan model bisnis secara bersamaan agar perusahaan mampu memanfaatkan peluang digital dengan optimal.

### TINJAUAN TEORITIS

Digital marketing merupakan aktivitas ekonomi yang bertumpu pada informasi, kreativitas, dan inovasi untuk memperluas potensi ekonomi. Don Tapscott, sebagai tokoh pertama yang

mengemukakan konsep ini, menjelaskan bahwa digital marketing adalah kegiatan ekonomi yang berbasis pada teknologi digital dan internet. Menurut Tapscott, digital marketing memiliki sembilan karakteristik utama, yaitu pengetahuan (knowledge), digitalisasi (digitized), virtualisasi (virtualized), jaringan internet (internetworking), penghilangan perantara (disintermediate), konvergensi (convergences), inovasi (innovation), globalisasi (globalisation), dan perpecahan (discordance) (Aprilia et al., 2022).

Digital marketing juga dipahami sebagai pasar yang berlandaskan teknologi digital dan mendukung transaksi barang serta jasa melalui e-commerce. Platform online menjadi wadah Terjadinya aktivitas ekonomi modern tersebut. Transformasi digital turut mengubah cara usaha kecil dan menengah (UKM) dalam menciptakan dan memperoleh nilai (Sirodjudin & Sudarmiatin, 2023). Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa digital marketing merupakan aktivitas ekonomi berbasis teknologi dan informasi digital melalui platform online, yang kemudian melahirkan bentuk pasar baru hasil dari perkembangan teknologi digital, sehingga memungkinkan terjadinya perdagangan barang dan jasa secara elektronik.

Peran strategis digital marketing menjadi sangat penting untuk menarik konsumen serta mendorong terjadinya komunikasi baik secara elektronik maupun konvensional. Aktivitas digital marketing juga mencakup upaya branding dengan memanfaatkan media berbasis web dan media sosial. Penggunaan media sosial menjadi strategi yang signifikan karena dapat memberikan wawasan dan panduan bagi pelaku usaha tentang langkah-langkah memperluas jaringan melalui pemanfaatan media sosial guna meningkatkan daya saing usaha (Syahputra, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada lima perusahaan di sektor jasa dan manufaktur yang sudah menjalankan transformasi digital. Teknik pengumpulan data meliputi: wawancara Mendalam: Dilakukan dengan manajer senior, pemimpin transformasi digital, dan karyawan kunci yang terlibat dalam implementasi teknologi dan strategi bisnis digital. observasi Non-partisipatif: Mengamati proses operasional, penerapan teknologi, serta perilaku dan budaya organisasi dalam menghadapi perubahan digital. dokumentasi: Analisis dokumen perusahaan, laporan tahunan, laporan proyek transformasi digital, dan materi internal terkait strategi digital. analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik, dengan fokus pada identifikasi tema utama seperti: visi digital, integrasi teknologi, inovasi model bisnis, pengembangan kapabilitas SDM, hambatan, serta hasil transformasi. Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi data dan member check.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi utama yang diterapkan perusahaan dalam menghadapi transformasi digital. Strategi-strategi ini tidak hanya berkaitan dengan penerapan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan mendasar dalam cara berpikir, beroperasi, dan menciptakan nilai bagi pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya.

### Visi Digital yang Jelas

Perusahaan yang berhasil dalam transformasi digital umumnya memiliki visi digital yang jelas, konkret, dan terukur. Visi ini berfungsi sebagai peta jalan yang mengarahkan seluruh kegiatan transformasi, mulai dari penentuan prioritas investasi hingga pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan visi digital yang kuat, organisasi dapat menyelaraskan strategi bisnis dengan kebutuhan pasar yang terus berubah, serta memastikan bahwa seluruh unit dan karyawan memahami arah transformasi yang ingin dicapai. Selain itu, visi digital juga membantu perusahaan menetapkan indikator kinerja utama (KPI) yang relevan untuk

mengukur keberhasilan implementasi digitalisasi.

### **Integrasi Teknologi Digital**

Salah satu pilar utama dalam proses transformasi digital adalah integrasi teknologi modern ke dalam seluruh aspek operasional bisnis. Teknologi seperti Artificial Intelligence (AI), big data analytics, cloud computing, dan otomatisasi proses (process automation) terbukti memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan pengambilan keputusan. Dengan memanfaatkan data secara optimal, perusahaan dapat melakukan analisis prediktif untuk memahami perilaku pelanggan, mengidentifikasi peluang pasar baru, serta meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam pengambilan keputusan strategis. Lebih jauh, integrasi teknologi digital juga memungkinkan peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan yang lebih personal, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan mereka.

### **Pengembangan Kapabilitas SDM dan Budaya Organisasi**

Keberhasilan transformasi digital tidak dapat dicapai tanpa dukungan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital yang memadai. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang fokus pada pengembangan kapabilitas karyawan melalui berbagai program pelatihan, sertifikasi, mentoring, dan pembelajaran berkelanjutan. Selain meningkatkan keterampilan teknis, perusahaan juga membangun budaya organisasi yang adaptif dan inovatif. Budaya ini mendorong karyawan untuk terbuka terhadap perubahan, berani bereksperimen dengan ide baru, serta mampu bekerja lintas fungsi dalam lingkungan digital yang dinamis. Penerapan budaya belajar berkelanjutan menjadi faktor penting untuk memastikan organisasi tetap relevan di tengah percepatan perkembangan teknologi.

### **Inovasi Model Bisnis dan Kolaborasi Eksternal**

Transformasi digital tidak hanya sebatas mengadopsi teknologi, tetapi juga mendorong perusahaan untuk memikirkan kembali model bisnis mereka. Banyak organisasi mulai beralih ke model berbasis platform digital, langganan (subscription-based), atau ekosistem kolaboratif yang melibatkan mitra eksternal, seperti startup teknologi, universitas, maupun penyedia solusi digital. Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk mempercepat proses inovasi, memperoleh akses ke teknologi baru, serta memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya menghasilkan efisiensi internal, tetapi juga membuka peluang baru bagi pertumbuhan bisnis dan penciptaan nilai yang berkelanjutan.

### **Tantangan dan Hambatan dalam Transformasi Digital**

Meski potensi manfaatnya besar, proses transformasi digital sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan. Beberapa hambatan yang umum muncul meliputi resistensi internal terhadap perubahan, keterbatasan kompetensi digital di kalangan karyawan, integrasi sistem IT lama (legacy systems), serta meningkatnya risiko keamanan dan privasi data. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan perlu menerapkan strategi manajemen perubahan (change management) yang terencana dengan baik. Komunikasi yang efektif, keterlibatan pimpinan puncak, dan dukungan terhadap karyawan dalam beradaptasi menjadi kunci keberhasilan. Selain itu, perusahaan juga harus memastikan adanya kebijakan keamanan siber yang kuat untuk melindungi data dan menjaga kepercayaan pelanggan.

Secara keseluruhan, transformasi digital bukan sekadar proyek teknologi, melainkan perjalanan strategis yang melibatkan seluruh aspek organisasi. Keberhasilan dalam transformasi digital ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk menyeimbangkan antara penerapan teknologi, pengembangan manusia, dan pembentukan budaya inovatif yang

berorientasi pada masa depan.

## HASIL PEMBAHASAN

Dalam konteks perubahan yang semakin kompleks dan dinamis, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berfokus pada adopsi teknologi, tetapi juga membangun strategi digital yang bersifat holistik dan berkelanjutan. Transformasi digital yang berhasil tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil dari integrasi menyeluruh antara teknologi, inovasi model bisnis, pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM), serta pembentukan budaya organisasi yang adaptif terhadap perubahan.

### Strategi Digital Holistik

Keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan seluruh elemen tersebut ke dalam satu kesatuan strategi yang terpadu. Pendekatan digital holistik memastikan bahwa setiap aspek organisasi mulai dari visi, proses bisnis, teknologi, hingga perilaku karyawan bergerak dalam arah yang sama menuju tujuan transformasi. Dengan strategi ini, digitalisasi tidak hanya dilihat sebagai proyek teknis atau inisiatif sementara, tetapi sebagai fondasi utama dalam membangun daya saing jangka panjang dan ketahanan organisasi menghadapi disrupsi pasar.

### Kapabilitas SDM sebagai Katalis Transformasi

Teknologi yang canggih tidak akan memberikan dampak optimal tanpa dukungan sumber daya manusia yang kompeten, kreatif, dan adaptif. Oleh karena itu, pengembangan kapabilitas SDM menjadi prioritas utama dalam strategi digital perusahaan. Karyawan tidak hanya perlu memahami cara menggunakan teknologi, tetapi juga harus memiliki pola pikir digital (digital mindset) yaitu kemampuan untuk berpikir analitis, berinovasi, dan mengambil keputusan berbasis data. Perusahaan yang sukses umumnya membangun ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan melalui pelatihan digital, program mentoring, dan pengembangan kepemimpinan berbasis inovasi. Dengan cara ini, setiap individu di dalam organisasi dapat berperan aktif dalam mendorong perubahan dan menciptakan nilai baru melalui teknologi.

### Inovasi Berkelanjutan dalam Model Bisnis

Selain mengandalkan teknologi dan SDM, perusahaan juga harus terus berinovasi dalam model bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif. Inovasi berkelanjutan menjadi kunci utama dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah cepat. Perusahaan perlu secara rutin mengevaluasi strategi digital dan menyesuaikannya dengan perkembangan teknologi serta preferensi pelanggan. Misalnya, banyak organisasi kini mengadopsi model bisnis berbasis platform digital, subscription-based services, dan penggunaan analisis data untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang untuk mengembangkan sumber pendapatan baru dan memperkuat posisi perusahaan di pasar global.

### Kolaborasi Eksternal sebagai Pendorong Percepatan Digitalisasi

Dalam era ekosistem digital, kolaborasi menjadi elemen penting untuk mempercepat transformasi, terutama bagi perusahaan skala menengah dan kecil yang mungkin memiliki keterbatasan sumber daya. Kolaborasi dengan mitra eksternal seperti startup teknologi, lembaga penelitian, universitas, maupun penyedia layanan digital memungkinkan perusahaan untuk mengakses inovasi, keahlian teknis, dan solusi baru dengan lebih cepat dan efisien. Melalui kemitraan strategis ini, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan jaringan (network

effect), mempercepat pengembangan produk digital, serta memperluas jangkauan pasar tanpa harus membangun seluruh kemampuan tersebut secara internal.

Dengan demikian, transformasi digital yang sukses menuntut pendekatan yang menyeluruh dan kolaboratif. Teknologi hanyalah salah satu komponen dari perubahan besar yang melibatkan strategi bisnis, manusia, budaya, dan kemitraan. Perusahaan yang mampu memadukan keempat aspek tersebut secara seimbang akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta kesiapan untuk beradaptasi di tengah perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Transformasi digital menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi bisnis yang adaptif, inovatif, dan menyeluruh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan yang berhasil memiliki: Visi digital yang jelas dan didukung oleh pimpinan. Integrasi teknologi secara strategis ke dalam proses bisnis. Pengembangan kapabilitas SDM dan budaya organisasi yang mendukung inovasi. Model bisnis inovatif yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar.

Perusahaan perlu memperkuat kepemimpinan digital dan komunikasi visi transformasi digital secara jelas ke seluruh level organisasi. Investasi dalam pelatihan SDM dan pengembangan budaya organisasi adaptif sangat penting. Inovasi model bisnis berbasis platform digital dan kolaborasi dengan ekosistem eksternal perlu ditingkatkan. Manajemen risiko, keamanan data, dan integrasi sistem harus menjadi fokus utama untuk mengatasi hambatan transformasi. Evaluasi strategi digital secara berkala diperlukan agar perusahaan tetap relevan dan kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotarba, M. (2018). Digital Transformation of Business Models. *Foundations of Management*, 10(1), 123-142.
- Türk, A. (2022). Digital leadership role in developing business strategy suitable for digital transformation. *Frontiers in Psychology*, 13:1066180.
- Rêgo, B. S., Jayantilal, S., Ferreira, J. J., & Carayannis, E. G. (2022). Digital Transformation and Strategic Management: a Systematic Review of the Literature. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(4).
- Rasyad, R. Z., & Mawardah, P. N. (2024). Effective Digital Business Management Strategy: A Structured Approach to Turning Challenges into Opportunities for Sustainable Growth and Innovation. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 366-375.
- Musahid, F. N., et al. (2023). Digital Transformation: A Strategic Imperative for Modern Enterprises. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 2(1).
- Ardiansyah, H., Hastuti, J., & Sarno, Y. (2025). Digital Business Model Development Strategy in the Era of Digital Transformation: A Case Study on Technology Startups. *Journal Informatic, Education and Management*, 7(1).
- Johnson, E., Fernandez, C., Chavez, M., Müller, H., Tanaka, Y. (2024). The Influence of Digital Transformation on Business Model Innovation in Traditional Industries. *International Journal of Management, Business, and Economics*, 1(1).
- Zhang, P., & Wang, Y. (2024). Digital transformation: A systematic review and bibliometric analysis from the corporate finance perspective. *arXiv pre-print*.
- O'Higgins, D. (2023). Impacts of Business Architecture in the Context of Digital Transformation: An Empirical Study Using PLS-SEM Approach. *arXiv pre-print*.
- Xu, J., Naseer, H., Maynard, S., & Fillipou, J. (2022). Leveraging Data and Analytics for Digital Business Transformation through DataOps: An Information Processing Perspective. *arXiv pre-print*