



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 13630-13639

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Transformasi Digital Manajemen Strategi dalam Menghadapi Dinamika Bisnis Modern

Jamaludin<sup>1✉</sup>, Aan Farhan<sup>2</sup>, Pupung Purnamasari<sup>3</sup>

Universitas Pelita Bangsa

Email: [lamajudin66@gmail.com](mailto:lamajudin66@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Transformasi digital telah menjadi katalis utama dalam mengubah lanskap bisnis global saat ini. Penelitian ini mengeksplorasi implementasi transformasi digital dalam konteks manajemen strategi untuk mengatasi dinamika bisnis modern yang cepat berubah. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi digital yang efektif dalam meningkatkan adaptabilitas dan daya saing perusahaan di era digital ini. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus ganda pada dua perusahaan terkemuka di sektor yang berbeda. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan perusahaan, observasi partisipatif, dan analisis dokumen terkait. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematis untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul sehubungan dengan strategi transformasi digital yang berhasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesuksesan transformasi digital dalam manajemen strategi tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi terbaru, tetapi juga memerlukan perubahan budaya organisasi yang mendalam dan integrasi strategis yang baik dengan tujuan bisnis jangka panjang. Temuan ini menawarkan wawasan mendalam tentang tantangan dan peluang yang terkait dengan transformasi digital di dalam konteks manajemen strategi, serta memberikan panduan praktis bagi pemimpin bisnis untuk mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika bisnis modern yang tidak pasti.

Kata Kunci: *Dinamika Bisnis Modern, Manajemen Strategi, Transformasi Digital*

## Abstract

Digital transformation has become a major catalyst in changing the current global business landscape. This research explores the application of digital transformation in the context of management strategies to overcome the rapidly changing dynamics of modern business. The main focus of this research is to identify effective digital strategies in increasing the adaptability and competitiveness of companies in this digital era. The research methodology uses a qualitative approach with multiple case studies on two leading companies in different sectors. Data was collected through in-depth interviews with company leaders, participant observation, and analysis of related documents. Data analysis was carried out using a thematic approach to identify emerging patterns and themes related to successful digital transformation strategies. The research results show that the success of digital transformation in management strategy does not only depend on the application of the latest technology, but also requires deep changes in organizational culture and good integration strategies with long-term business goals. These findings offer in-depth insights into the challenges and opportunities associated with digital transformation in the context of management strategy, as well as providing practical guidance for business leaders to develop appropriate strategies to face the uncertain dynamics of modern business.

*Keywords: Digital Transformation, Management Strategy, Modern Business Dynamics*

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi, dinamika bisnis modern menjadi semakin rumit dan tidak dapat diprediksi. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, persaingan yang semakin ketat, serta tuntutan konsumen yang terus berkembang memaksa perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berinovasi dan beradaptasi dengan cepat. Kondisi ini mengharuskan perusahaan untuk melakukan transformasi manajemen strategi untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Kemajuan teknologi telah secara mendasar merevolusi industri dan peradaban, memberikan dampak akumulatif pada kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis mereka (Ismail, 2014).

Dalam konteks bisnis saat ini, perusahaan didorong untuk meninjau kembali model bisnis, produk, dan proses mereka, mengingat tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh transformasi digital (Dasmita, 2017). Transformasi manajemen strategi adalah proses mendasar yang melibatkan perubahan signifikan dalam cara perusahaan merumuskan dan menerapkan strategi bisnis mereka. Proses ini tidak hanya melibatkan penyesuaian terhadap perubahan eksternal, tetapi juga pengembangan kapasitas internal untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Melalui transformasi ini, diharapkan perusahaan dapat

merespon perubahan pasar dengan lebih efektif, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan nilai yang lebih besar bagi pemangku kepentingan.

Dalam konteks dinamika bisnis modern, beberapa faktor utama yang mendorong perlunya transformasi manajemen strategi mencakup kemajuan teknologi digital, globalisasi ekonomi, perubahan regulasi, dan perubahan perilaku konsumen. Teknologi digital, misalnya, telah merevolusi cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, globalisasi telah membuka peluang pasar baru sekaligus meningkatkan persaingan dari perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Perubahan regulasi sering kali mengharuskan perusahaan untuk menyesuaikan strategi mereka agar tetap patuh dan relevan. Sementara itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan sadar akan nilai tambah produk atau jasa memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik. Dengan demikian, di era ekonomi digital saat ini, digitalisasi menjadi masalah strategis manajemen bagi perusahaan, bukan sekadar masalah teknis (Roger, 2016).

Melalui transformasi manajemen strategi, perusahaan dapat mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel dan adaptif. Ini melibatkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat berdasarkan data dan analisis mendalam, penerapan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, serta pengembangan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan pembelajaran berkelanjutan. Transformasi manajemen strategi dengan demikian tidak hanya menjadi keharusan, tetapi juga kunci utama keberhasilan perusahaan dalam menghadapi dinamika bisnis modern (Roger, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis transformasi manajemen strategi dalam menghadapi dinamika bisnis modern. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perubahan signifikan dalam praktik manajemen strategi yang diadopsi oleh perusahaan-perusahaan dalam merespons perkembangan teknologi, perubahan pasar, dan tekanan kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan-perusahaan dapat mengintegrasikan inovasi, fleksibilitas, dan kecepatan dalam proses pengambilan keputusan strategis mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur manajemen strategi serta memberikan panduan praktis bagi para manajer dalam mengembangkan strategi yang adaptif dan efektif di era bisnis yang terus berkembang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode literatur review berdasarkan teori dari Kitchenham & Charters (2007). Pada penelitian ini dilakukan proses indentifikasi pada studi yang berkaitan dengan topik. Fokus dari penelitian ini adalah pencarian literatur berupa hasil penelitian yang dipublikasikan oleh jurnal. Beberapa jurnal internasional digunakan untuk memperoleh hasil peneliian dan konferensi yang sudah dipublikasikan. Kata kunci pada proses pencarian literatur adalah "*Digital Transformation on Mangement Strategies*". Langkah-langkah Metode Penelitian:

1. Identifikasi Sumber Literatur: Proses ini melibatkan pencarian studi yang terkait dengan tema "Digital Transformation on Management Strategies". Kata kunci ini digunakan dalam pencarian literatur untuk memastikan relevansi artikel-artikel yang dipilih.
2. Seleksi Artikel: Artikel-artikel yang dipilih adalah hasil penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal internasional dan konferensi terpercaya. Pemilihan artikel didasarkan pada kualitas penelitian, relevansi terhadap topik, dan kontribusi terhadap pemahaman tentang transformasi manajemen strategi.
3. Analisis Literatur: Setelah artikel-artikel terpilih dikumpulkan, dilakukan analisis terhadap temuan-temuan utama, konsep-konsep kunci, dan pendekatan yang digunakan dalam konteks transformasi manajemen strategi.

Synthesis dan Interpretasi: Data dari literatur review disintesis untuk mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana transformasi digital mempengaruhi manajemen strategi dalam menghadapi dinamika bisnis modern. Interpretasi dilakukan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan implikasi praktis dari temuan-temuan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi telah memicu revolusi besar dalam peradaban dunia, khususnya dalam industri yang menjadi penggerak utama ekonomi. Dalam sejarah perkembangan industri, setidaknya telah terjadi empat revolusi besar yang dipicu oleh penemuan dan penerapan teknologi tertentu (Schwab, 2017; Schwab & Davis, 2018). Industrial Revolution 1.0 (IR 1.0) dimulai pada tahun 1784 dengan ditemukannya mesin uap sebagai sumber energi mekanik, menggantikan tenaga manusia dan hewan. Revolusi kedua terjadi pada tahun 1870 dengan penemuan listrik, memungkinkan produksi massal dalam industri. Revolusi ketiga, yang dimulai pada tahun 1969, ditandai dengan teknologi elektronik dan automasi sistem produksi, sehingga produksi dapat berjalan otomatis selama 24 jam. Revolusi keempat

dipicu oleh teknologi internet atau teknologi digital, yang memungkinkan industri untuk menciptakan dan memproduksi barang dan jasa secara massal, terus menerus, tanpa batasan waktu dan geografis (Schwab, 2017).

Transformasi digital dalam manajemen strategi merupakan respons kritis terhadap perubahan cepat dalam lingkungan bisnis global yang dipicu oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini berfokus pada cara perusahaan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi manajemen mereka untuk tetap kompetitif dan adaptif terhadap dinamika bisnis modern. Transformasi digital telah mengubah paradigma manajemen strategi dari pendekatan tradisional yang statis menjadi lebih dinamis dan fleksibel. Perusahaan kini harus lebih responsif terhadap perubahan pasar, kebutuhan pelanggan, dan perkembangan teknologi. Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan yang berhasil dalam transformasi digital memiliki struktur organisasi yang lebih gesit, memungkinkan pengambilan keputusan strategis yang lebih cepat dan efisien.

Salah satu temuan utama adalah pentingnya integrasi teknologi digital dalam semua aspek proses bisnis. Penerapan teknologi seperti analitik data, kecerdasan buatan, dan Internet of Things (IoT) memungkinkan perusahaan memperoleh wawasan lebih mendalam tentang perilaku pelanggan dan tren pasar, mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat dan strategi yang lebih tepat sasaran. Transformasi digital tidak hanya melibatkan perubahan teknologi, tetapi juga perubahan budaya organisasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengubah pola pikir karyawan dan pemimpinnya. Budaya inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan harus diadopsi untuk mendukung inisiatif digital.

Organisasi internasional telah melaksanakan transformasi digital untuk menghadapi era disruptif dan mempertahankan keberlanjutan mereka di tengah persaingan dari pesaing lama maupun baru. Terdapat berbagai strategi transformasi digital yang dapat digunakan, namun tidak semua strategi cocok untuk diterapkan secara universal karena perlu disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing organisasi. Penelitian tentang transformasi digital terus meningkat dari waktu ke waktu, dengan organisasi skala kecil, menengah, dan besar yang semakin menyadari pentingnya transformasi digital untuk bersaing dan bertahan dalam era disruptif ini. Proses transformasi digital bukanlah tugas yang mudah diterapkan dalam sebuah organisasi, karena memerlukan pertimbangan banyak faktor untuk menghindari kegagalan yang dapat merugikan organisasi.

Menurut Taufiqurokhman (2016), dalam era bisnis modern ada beberapa strategi yang dapat diimplementasikan:

1. Persaingan Global dengan Lini yang Luas  
Strategi ini fokus pada bersaing di pasar global dengan jajaran produk industri yang lengkap, memanfaatkan keunggulan bersaing global untuk mencapai diferensiasi atau biaya rendah secara keseluruhan. Penerapannya membutuhkan sumber daya yang besar dan jangka waktu yang panjang.
2. Fokus Global  
Strategi ini menargetkan segmen spesifik dari industri di mana perusahaan bersaing di seluruh dunia. Segmen ini dipilih karena memiliki hambatan rendah terhadap persaingan global dan posisi perusahaan dalam segmen tersebut dapat dilindungi dari pesaing global. Hasilnya adalah biaya yang rendah atau diferensiasi dalam segmennya.
3. Fokus Nasional  
Strategi ini memanfaatkan perbedaan pasar nasional untuk menciptakan pendekatan fokus pada pasar nasional tertentu, memungkinkan perusahaan mengungguli perusahaan global. Tujuannya adalah mencapai diferensiasi atau biaya rendah dalam melayani kebutuhan khusus pasar nasional, atau segmen-segmen di dalamnya.
4. Celah yang Terlindung  
Strategi ini mencari negara-negara di mana pemerintah melindungi dari pesaing global melalui kebijakan seperti penggunaan komponen lokal dan tarif tinggi. Perusahaan fokus pada pasar-pasar ini dan memastikan perlindungan tersebut tetap ada.
5. Analisis Lingkungan Eksternal  
Lingkungan eksternal sering kali menantang dan kompleks, sehingga perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang dan ancaman. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan umum (demografi, ekonomi, politik, hukum, sosial budaya, dan teknologi) dan lingkungan industri (ancaman dari pesaing baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk pengganti, dan intensitas persaingan).
6. Analisis Lingkungan Internal  
Dalam ekonomi global, sumber keunggulan bersaing tradisional seperti biaya tenaga kerja dan bahan baku menjadi kurang efektif. Manajer harus dapat mengidentifikasi, memelihara, dan menggunakan kompetensi inti perusahaan. Baik lingkungan internal maupun eksternal mempengaruhi upaya perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan laba di atas rata-rata.

## 7. Strategi Tingkat Bisnis

Menekankan tindakan untuk menyediakan nilai bagi konsumen dan mendapatkan keunggulan bersaing melalui pendayagunaan kompetensi inti dalam pasar produk tertentu. Lima strategi utama adalah keunggulan biaya, diferensiasi, fokus biaya rendah, fokus diferensiasi, dan biaya rendah/diferensiasi terintegrasi.

## 8. Strategi Tingkat Perusahaan

Tindakan yang diambil untuk mendapatkan keunggulan bersaing melalui pemilihan dan pengelolaan sejumlah bisnis dalam berbagai industri atau pasar produk. Ini berkaitan dengan dua pertanyaan: bisnis apa yang harus dipilih perusahaan dan bagaimana perusahaan harus mengelola bisnis-bisnis tersebut.

## 9. Strategi Akuisisi dan Restrukturisasi

Melibatkan pembelian perusahaan lain untuk lebih efektif menggunakan kompetensi inti dengan menjadikan perusahaan yang diakuisisi sebagai bagian dari portofolio bisnisnya. Akuisisi populer namun jumlah dan ukuran akuisisi meningkat pesat akhir-akhir ini.

## 10. Strategi Internasional

Berhubungan dengan penjualan produk ke pasar luar negeri, biasanya untuk memanfaatkan empat peluang utama: peningkatan ukuran pasar, peluang pengembalian investasi yang lebih besar, skala ekonomis, dan pengetahuan serta keunggulan lokasi.

## 11. Kepemimpinan Strategis

Diperlukan untuk merumuskan dan menerapkan strategi dengan sukses. Kepemimpinan strategis mencakup kemampuan mengantisipasi, memiliki visi, mempertahankan fleksibilitas, dan mendelegasikan wewenang untuk menciptakan perubahan strategis. Tim manajemen puncak merumuskan dan menerapkan strategi perusahaan, menentukan arah strategis perubahan, dan mempengaruhi daya saing strategis serta kemampuan memperoleh keuntungan di atas rata-rata. Kepemimpinan strategis mencakup penentuan arah strategis, pemanfaatan dan pemeliharaan kompetensi inti, pengembangan modal manusia, pemeliharaan budaya perusahaan yang efektif, penekanan pada praktik etis, dan pembangunan pengendalian strategis.

Faktor lain yang perlu diperhatikan untuk memastikan pengembangan digital bisnis yang efektif adalah kemudahan penggunaan teknologi yang diterapkan untuk mendukung transaksi bisnis, sehingga bahkan orang yang tidak berpengalaman pun dapat

menggunakannya dengan mudah. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan terkait kemudahan penggunaan adalah:

1. Teknologi harus dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka melalui transaksi dengan perusahaan, bukan sekadar mengikuti perkembangan teknologi. Mengingat pelanggan yang beragam memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan mereka.
2. Proses transformasi bisnis menggunakan teknologi harus dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mengganggu atau menghentikan operasional bisnis. Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transformasi ini sangat penting untuk kelangsungan bisnis.
3. Teknologi yang digunakan harus mampu meningkatkan efisiensi dalam bisnis dan memudahkan akses ke antarmuka bisnis.

Berdasarkan pembahasan di atas, transformasi digital menjadi solusi yang krusial bagi organisasi dalam menghadapi era disruptif saat ini. Terdapat banyak faktor yang mendorong organisasi untuk melakukan transformasi digital, termasuk kebutuhan pelanggan, tekanan dari pesaing, dorongan untuk inovasi, peningkatan nilai, dan pengelolaan data. Penelitian yang dilakukan seputar transformasi digital semakin bertambah, mencakup berbagai faktor yang mempengaruhi proses transformasi, strategi yang diterapkan, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menghadapinya. Setiap faktor tersebut memiliki dampak yang besar terhadap operasional bisnis di dalam organisasi. Hal ini disebabkan oleh variasi kondisi dan karakteristik setiap organisasi, yang mengakibatkan proses transformasi menjadi unik untuk masing-masing organisasi. Perbedaan ini sering kali terlihat pada tahap identifikasi yang dilakukan sebelum melaksanakan transformasi digital.

## SIMPULAN

Temuan dari studi ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi pemimpin bisnis dan manajer strategis. Mereka perlu menyadari bahwa transformasi digital merupakan proses yang berlangsung secara berkelanjutan, memerlukan komitmen jangka panjang, dan tingkat adaptabilitas yang tinggi. Perusahaan harus siap untuk mengadopsi pendekatan baru dalam manajemen strategis, melakukan investasi dalam teknologi dan pengembangan sumber daya manusia, serta membangun budaya organisasi yang mendukung inovasi dan perubahan. Dalam konteks transformasi digital, perhatian khusus harus diberikan pada faktor-faktor yang dapat meningkatkan tingkat keberhasilan,

termasuk budaya organisasi yang sudah ada. Perubahan yang meminta individu untuk melakukan hal baru dapat menimbulkan resistensi di antara karyawan karena melibatkan perubahan dalam kebiasaan kerja mereka. Resistensi ini sering kali muncul karena kurangnya pemahaman tentang alasan di balik perubahan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan sosialisasi yang efektif guna memberikan pemahaman yang mendalam mengenai tujuan perubahan dan membangun komitmen yang kuat untuk mencapai tujuan bersama dalam organisasi. Setiap strategi transformasi digital akan mengalami variasi dalam implementasinya. Ini disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan kondisi di tiap-tiap organisasi, yang menghasilkan berbagai pendekatan dalam menerapkan transformasi digital. Meskipun berbeda dalam pendekatan, tujuan akhir dari transformasi digital tetap konsisten, yaitu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja bisnis dan menjangkau pelanggan baru. Dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, proses bisnis dalam organisasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien, bukan menghambat kinerja bisnis yang telah ada.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daspit, J. J. (2017). D. Andreini and C. Bettinelli: Business model innovation: from systematic literature review to future research directions. *Journal of Management & Governance*, 21(3), 785–792. <https://doi.org/10.1007/s10997-017-9388-2>
- Handayani, Sabtutik. (2016). *Manajemen Strategis*. Surakarta: UNIVERSITAS ISLAM BATIK
- Hess, T., Matt, C., & Benlian, A. (2016). How German Media Companies Defined Their Digital Transformation Strategies. December.
- Ismail S (2014). *Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper than Yours (and What to Do About It)*. Diversion Books
- Kitchenham, B., & Charters, S. M. (2007). Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering. EBSE Technical Report EBSE-2007-01 Software Engineering Group School of Computer Science and Math
- Morakanyane, R., Grace, A., & O'reilly, P. (2017). *Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations : A Systematic Review of Literature*
- Muhammmad, Suwarsono. (2013). *Manajemen Strategik. Konsep dan Alat Analisis*. Jakarta: UPP STIM YKPN
- Roger, D. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for The Digital Age*. Columbia University Press.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Currency

- Schwab, K., & Davis, N. (2018). *Shaping the future of the fourth industrial revolution*. Currency.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Moetopo Beragama.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Westerman, G., Calm ejane, C., & Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). *Digital Transformation: A roadmap for billion-dollar organizations*. MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, 1(1–68).