

Digitalisasi: Konsep Transformasi Bisnis di Era Digital

Durotun Nafisah, & Lia Nirawati

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010082@student.upnjatim.ac.id.

ABSTRAK

Transformasi bisnis digital telah menjadi salah satu kebutuhan strategis bagi banyak pelaku bisnis di seluruh dunia. Transformasi bisnis digital adalah proses strategis yang melibatkan penerapan teknologi digital dalam operasional perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk membahas konsep transformasi bisnis di era digital. Penelitian ini adalah sebuah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan menggunakan metode studi kepustakaan. Hasil menunjukkan bahwa transformasi bisnis digital didorong oleh berbagai faktor, seperti perubahan regulasi, perkembangan teknologi, serta pergeseran perilaku dan harapan konsumen. Manfaat utama dari transformasi digital meliputi peningkatan pengumpulan data yang lebih baik, manajemen sumber daya yang lebih efisien, mendorong budaya digital dalam organisasi, serta peningkatan produktivitas dan kelincahan perusahaan. Namun, transformasi ini juga menghadirkan tantangan, termasuk ancaman terhadap keamanan siber, privasi data, persaingan yang ketat, serta kebutuhan akan keterampilan digital yang terus berkembang. Untuk berhasil, perusahaan perlu mengembangkan strategi digital yang adaptif, inovatif, dan responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi.

Kata Kunci: Transformasi Bisnis; Digital; Bisnis Digital

ABSTRACT

Digital business transformation has become a strategic need for many business people around the world. Digital business transformation is a strategic process that involves the application of digital technology in company operations to increase efficiency, productivity and competitiveness. This research aims to discuss the concept of business transformation in the digital era. This research is a descriptive study that uses a qualitative approach. Data collected used the literature study method. The results show that digital business transformation is driven by various factors, such as regulatory changes, technological developments, and shifts in consumer behavior and expectations. The main benefits of digital transformation include improved data collection, more efficient resource management, fostering a digital culture within the organization, and increased productivity and agility of the company. However, this transformation also presents challenges, including threats to cybersecurity, data privacy, intense competition, and the need for ever-evolving digital skills. To succeed, companies need to develop digital strategies that are adaptive, innovative, and responsive to market and technological changes.

Keywords: Bussines Transformation; Digital; Digital Bussines



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa dunia ke dalam era digital, di mana teknologi digital dan jaringan internet mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi, politik, sosial, dan budaya (Ngafifi, 2014). Salah satu bidang yang sangat terdampak oleh kemajuan teknologi ini adalah sektor bisnis (Rocmawati, Hatimatunnisani, & Veranita, 2023). Teknologi informasi berperan sebagai katalis utama dalam mengubah proses bisnis tradisional menjadi lebih efisien, terintegrasi, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan yang terus berkembang (Firdaus, et al., 2023).

Dalam konteks bisnis, transformasi digital merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk mengubah cara pelaku bisnis beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, serta menciptakan nilai tambah dalam layanan yang mereka berikan (Aisyah, et al., 2021). Transformasi ini melibatkan integrasi teknologi informasi ke dalam semua aspek bisnis, mulai dari operasional, produksi, pemasaran, hingga layanan pelanggan. Proses transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang untuk model bisnis baru yang lebih relevan dengan perkembangan zaman (Hadiono & Noor Santi, 2020). Contoh paling nyata dari transformasi digital adalah kemunculan e-commerce, yang telah mengubah secara radikal cara konsumen berbelanja. Tren ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan pola perilaku konsumen yang menginginkan layanan serba digital, cepat, dan mudah diakses (Maghfiroh, Natalina & Effendi, 2023).

Menurut Hammer dan Champy (1993) yang dikutip dari (Habib & Shah, 2013). Dalam upaya transformasi digital, terdapat tiga faktor tekanan utama yang mendorong pelaku bisnis untuk berinovasi. Pertama, pelanggan modern semakin mengharapkan kemudahan akses terhadap informasi dan layanan yang lebih cepat serta personal. Konsumen kini cenderung mencari pengalaman yang serba instan, relevan, dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka, sehingga pelaku bisnis harus mampu memenuhi ekspektasi tersebut. Kedua, faktor kompetisi juga menjadi pendorong utama. Persaingan yang semakin ketat di pasar global menuntut pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi terbaru agar tetap relevan dan kompetitif. Inovasi ini mencakup perubahan dalam produk, layanan, serta proses operasional yang lebih efisien. Ketiga, perubahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis memaksa pelaku bisnis untuk terus beradaptasi dengan cepat.

Transformasi bisnis digital telah menjadi salah satu kebutuhan strategis bagi banyak pelaku bisnis di seluruh dunia (Utami, Rohaeni & Yuliana, 2024). Dengan kemajuan

teknologi yang sangat cepat dan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, pelaku bisnis yang ingin tetap kompetitif harus mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari operasional harian mereka (Aisyah, et al., 2021). Transformasi ini tidak hanya melibatkan penerapan teknologi baru, tetapi juga perubahan mendasar dalam cara pelaku bisnis beroperasi, menciptakan nilai bagi pelanggan, dan berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (Astuti, Sayudin, & Muharam, 2023).

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan konsep transformasi digital dalam bisnis, manfaat yang dihasilkan, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam proses transformasi tersebut.

METODE

Penelitian ini adalah sebuah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuannya untuk menganalisis karakteristik suatu obyek penelitian tertentu, kemudian digunakan untuk mengungkap atau memperjelas permasalahan yang sedang berlangsung dengan mengumpulkan informasi seperti data, analisis, klasifikasi, hasil, dan kesimpulan. Metodologi penelitian kualitatif adalah suatu metode pengumpulan data yang menghasilkan statistik deskriptif berupa laporan tertulis atau laporan tidak dipublikasikan dari penelitian yang sedang berlangsung. Penelitian kualitatif lebih efektif menggunakan data yang berasal dari landasan teoritis sebagai titik awal penelitian berbasis fakta. Hal ini untuk mengumpulkan informasi dan statistik yang akurat mengenai transformasi bisnis digital. Adapun peneliti menggunakan sumber data sekunder yang dikumpulkan melalui metode studi kepustakaan (library research) dari buku, artikel, tesis, makalah penelitian, dan sumber lain yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan mengolah data-data yang diperlukan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengertian Transformasi Bisnis Digital

Transformasi digital merupakan bagian dari proses teknologi yang lebih luas, yang mencakup penerapan teknologi digital di berbagai aspek kehidupan masyarakat (Prihatin, 2023). Sementara itu, menurut penelitian Oktaviani, et al (2023) transformasi digital adalah fenomena yang bersifat multidimensional, didorong oleh perkembangan teknologi, serta memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat, politik, dan ekonomi.

Warner & wa'ger (2019) menyatakan bahwa transformasi digital adalah proses berkelanjutan yang melibatkan pembaruan strategis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk membangun kemampuan baru atau menggantikan

model bisnis, pendekatan kolaborasi, dan budaya organisasi. Transformasi bisnis digital terus berkembang dan tumbuh setiap tahun, didorong oleh berbagai faktor seperti peningkatan akses internet, pergeseran pelaku bisnis ke operasi online, serta meningkatnya minat konsumen untuk berbelanja daring. Transformasi digital memungkinkan pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan industri dan pasar, serta mengintegrasikan teknologi terbaru ke dalam budaya dan operasional mereka. Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga menggabungkan teknologi dengan budaya untuk mencapai perubahan dalam pelaku bisnis (Firdaus, et al., 2023)

Faktor Pendorong Bisnis Digital

Menurut Osmundsen, Iden & Bygstad (2018) terdapat 4 (empat) faktor pendorong terjadinya transformasi digital, diantaranya adalah:

a. Perubahan regulasi

Perubahan regulasi adalah penyesuaian atau pembaruan kebijakan, aturan, atau hukum yang mengatur berbagai aspek kehidupan di tingkat lokal, nasional, atau global, mencakup sektor bisnis, keuangan, kesehatan, lingkungan, dan teknologi. Perubahan ini bertujuan untuk memperbaiki kelemahan sistem, merespons perkembangan teknologi atau sosial, dan mencapai tujuan kebijakan tertentu. Regulasi baru dapat berupa revisi aturan lama, penerapan aturan baru atau penegakan yang lebih ketat, dan berdampak pada pelaku bisnis, individu, pemerintah, serta masyarakat. Pemahaman dan adaptasi terhadap perubahan regulasi menjadi keterampilan penting di berbagai sektor (Hadiono & Noor Santi, 2020).

b. Perubahan Lanskap persaingan

Lanskap persaingan menggambarkan peta persaingan dalam suatu pasar atau industri tertentu, dengan cangkupan mengidentifikasi pesaing utama, dinamika kompetitif, serta faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap interaksi antar pelaku bisnis. Lanskap ini berubah karena perkembangan teknologi, regulasi, preferensi konsumen, dan strategi pesaing. Memahami lanskap ini penting untuk menyusun strategi bisnis yang efektif, seperti pemasaran, penetapan harga, diferensiasi produk dan penyesuaian strategi agar pelaku bisnis tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang (Utami, et, al, 2024)

c. Perubahan ke bentuk digital

Pergeseran menuju digital dalam industri merupakan transformasi signifikan dalam struktur, proses, atau model bisnis, dipicu oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku

konsumen, dan regulasi baru. Contohnya termasuk otomatisasi dalam manufaktur dan peralihan dari ritel konvensional ke e-commerce.

d. Perubahan perilaku konsumen

Perubahan perilaku adalah pergeseran dalam cara individu atau kelompok berinteraksi dengan lingkungannya, termasuk kebiasaan, preferensi, atau sikap. Di sisi lain, harapan konsumen adalah ekspektasi atau keinginan konsumen terhadap produk, layanan, atau pengalaman berbelanja mereka, yang sering kali berubah seiring dengan waktu dan pengalaman yang mereka dapatkan.

Manfaat Transformasi Digital

Beberapa manfaat utama dari pengembangan strategi bisnis yang baik di era transformasi digital menurut Arifiani & Furinto (2022):

- a. Peningkatan pengumpulan data: Banyak pelaku bisnis yang mengumpulkan data dalam jumlah besar yang berkaitan dengan konsumen mereka, namun nilai sebenarnya terletak pada kemampuan untuk analisis data tersebut untuk mendorong kemajuan pelaku bisnis. Transformasi digital memungkinkan pengumpulan dan integrasi data yang lebih relevan sehingga menghasilkan wawasan bisnis yang mendalam. Ini membantu berbagai unit fungsional dalam mengubah data mentah menjadi wawasan yang dapat digunakan di berbagai titik interaksi, seperti dalam produksi, operasi, perjalanan pelanggan, peluang serta keuangan bisnis.
- b. Manajemen sumber daya yang lebih baik: Melalui transformasi digital, informasi dan sumber daya pelaku bisnis dapat dikonsolidasikan menjadi satu set alat bisnis. Daripada menggunakan perangkat lunak atau database yang terpisah, semua sumber daya pelaku bisnis dapat ditempatkan dalam satu lokasi terpadu. Transformasi digital juga mengintegrasikan perangkat lunak, database dan aplikasi menjadi satu repositori intelijen pelaku bisnis yang terpusat. Hal ini tidak hanya memengaruhi departemen tertentu, tetapi juga memicu inovasi dan efisiensi proses di seluruh organisasi.
- c. Mendorong budaya digital: Transformasi digital mendukung terciptanya budaya digital dengan menyediakan alat-alat yang relevan bagi anggota tim, sesuai dengan konteks mereka. Alat ini tidak hanya memudahkan kolaborasi, tetapi juga berkontribusi pada transformasi digital di seluruh organisasi. Di masa depan, budaya digital ini akan semakin penting, dengan kebutuhan akan peningkatan keterampilan dan pembelajaran digital bagi anggota tim guna memaksimalkan manfaat transformasi digital.
- d. Meningkatkan produktivitas: Penggunaan alat teknologi informasi yang tepat dan terintegrasi dapat membantu membuat produktivitas menjadi meningkat serta

terciptanya alur kerja yang optimal. Hal ini membuat anggota tim menjadi lebih efisien dalam bekerja dengan mengotomatisasi berbagai prosedur yang repetitif dan menghubungkan data di seluruh organisasi.

- e. Meningkatkan kelincahan: Transformasi digital membuat organisasi lebih gesit. Pelaku bisnis dapat meningkatkan kelincahan mereka untuk mempercepat waktu menuju pasar serta menerapkan teknik *Continuous Improvement* (CI) dengan mengadaptasi pendekatan dari pengembangan perangkat lunak. Ini mendorong inovasi yang lebih cepat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, menciptakan jalan menuju perbaikan berkelanjutan.

Tantangan Perkembangan Bisnis Di Era Digital

Menurut Astuti, Sayudin & Muharam (2023) terdapat beberapa tantangan utama dalam perkembangan bisnis di era digital, yaitu:

- a. Keamanan siber: Ancaman terhadap keamanan siber semakin meningkat. Pelaku bisnis perlu melindungi data sensitif dan sistem mereka dari serangan, peretasan, dan pencurian data.
- b. Privasi data: Regulasi perlindungan data, seperti GDPR di Eropa, memperketat aturan mengenai penggunaan dan penyimpanan data pelanggan. Pelaku bisnis harus mematuhi aturan ini dan menjaga privasi pelanggan.
- c. Persaingan yang ketat: Dunia bisnis digital sering kali sangat kompetitif. Pelaku bisnis perlu mengembangkan strategi yang kuat untuk membedakan diri dari pesaing dan mempertahankan pangsa pasar.
- d. Perkembangan teknologi yang cepat: Teknologi terus berubah dengan cepat, sehingga pelaku bisnis harus selalu mengikuti perkembangan terbaru agar tidak ketinggalan.
- e. Ketergantungan pada teknologi: Meskipun teknologi memberikan banyak manfaat, pelaku bisnis juga menjadi sangat bergantung padanya. Risiko gangguan teknologi atau pemadaman sistem harus dipertimbangkan.
- f. Kurangnya keterampilan digital: Tidak semua karyawan memiliki keterampilan digital yang memadai. Pelaku bisnis perlu berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan untuk mengatasi kekurangan ini.
- g. Adopsi oleh pelanggan: Tidak semua pelanggan siap untuk mengadopsi teknologi baru atau berbelanja secara online. Pelaku bisnis harus mempertimbangkan bagaimana mengatasi segmen pelanggan yang lebih tradisional.

- h. Keamanan dan kepercayaan pelanggan: Dalam dunia digital, membangun kepercayaan pelanggan menjadi lebih penting. Keamanan data, transparansi, dan kebijakan privasi yang jelas adalah kunci untuk menjaga kepercayaan mereka.
- i. Kepatuhan hukum: Bisnis digital harus mematuhi berbagai regulasi dan hukum yang berlaku, khususnya terkait perlindungan data dan pajak.
- j. Perubahan perilaku konsumen: Konsumen dalam lingkungan digital sering mengalami perubahan perilaku. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut.

KESIMPULAN

Transformasi bisnis digital merupakan langkah krusial bagi pelaku bisnis untuk tetap kompetitif di era yang terus berkembang pesat. Proses ini melibatkan adopsi teknologi baru, perubahan model bisnis, dan penyesuaian budaya organisasi agar dapat beradaptasi dengan regulasi, teknologi, serta preferensi konsumen yang berubah. Meskipun menawarkan manfaat seperti peningkatan produktivitas, manajemen sumber daya yang lebih efisien, dan kelincahan operasional, transformasi digital juga menghadirkan tantangan signifikan, termasuk keamanan siber, privasi data, dan persaingan ketat. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu menyusun strategi yang kuat, mengembangkan keterampilan digital, serta terus berinovasi untuk sukses di lingkungan bisnis digital yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N., Fauji, D. A., Ismayantika, Puspasari, D., Rahadjeng, E. R., Nurjannah, D., Mahmud., Saptaria, L., Rahman, F., Subhan, E.S., Utami, A. B. (2021). *Transformasi Bisnis Digital*. Kediri: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Anjani, R. W. (2024). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(01): 29-40.
- Arifiani, L., & Furinto, A. (2022). *TRANSFORMASI MODEL BISNIS Konsep, Strategi, dan Antisipasi Menyongsong Era Metaverse*. Surabaya: SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Astuti, A. W., Sayudin, & Muharam, A. (2023). PERKEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(09): 2787-2792 .
- Firdaus, R., Margutomo, S. A. ., Dulame, I. ., Hastuti, D., Yulhendri, Yendri, O., Bayu, Setiawan, I., Hernando, R., Hidayat, S., Efitra, Ridwan, A., Lutfi, M., & Bakhar, M. (2023). *Tren*

Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Habib, M. N., & Shah, D. A. (2013). Business Process Reengineering: Literature Review of Approaches and Applications. *Proceedings of 3rd Asia-Pacific Business Research Conference* 25-26 February 2014. Kuala Lumpur, Malaysia
- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding Sendiu*. 22 July 2020, 978-979.
- Maghfiroh, F. M., Natalina. S. A., Efendi. R. (2023). Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration E-Commerce Dan S-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*. 2(01):1-10
- Marpaung, S. F., Siregar, H. Z., Abdillah, F., Fadilla, H., & Marunung, M. A. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(03): 6111-6122.
- Ngafifi, Muhammad. (2014). KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*. 2(01): 33- 47
- Oktaviani, E., Wasono, A., Prakoso, I., Manajemen, M. M., Jakarta, U., Manajemen, D. M., & Jakarta, U. (2023). Transformasi Digital Dan Strategi. 16 : 16-26.
- Osmundsen, K., Iden, J., & Bygstad, B. (2018). Digital Transformation: Drivers, Success Factors, and Implications. *Mediterr. Conf. Inf. Syst. Proc*, 12: 1-15.
- Prihatin, P. N. (2023). BUDAYA PEMBELAJARAN DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL Learning Culture in the Era of Digital Transformation. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 2(06).
- Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, V. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(01): 423-431.