

Pentingnya Digitalisasi dalam Upaya Mendukung Pengembangan Bisnis

Angela Clarisa Wijaya & Sonja Andarini

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010076@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan mendesak bagi perusahaan untuk tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Perkembangan teknologi telah mendorong perusahaan dari berbagai sektor untuk mengadopsi digitalisasi demi mempertahankan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Tujuan artikel ini yaitu membahas mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan bisnis yang meliputi manfaat, dampak positif, tantangan, serta studi kasus UMKM maupun perusahaan yang menerapkan digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data berasal dari studi literatur yang mengacu pada jurnal, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Temuan menunjukkan bahwasanya digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan memperbaiki kualitas produk atau layanan perusahaan. Meskipun demikian, perusahaan juga menghadapi sejumlah tantangan seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, masalah keamanan, dan perubahan budaya kerja. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan data sekunder tanpa melibatkan wawancara atau data primer langsung.

Kata Kunci: Digitalisasi, Transformasi Digital, Pengembangan Bisnis.

ABSTRACT

Digital transformation has become an urgent need for companies to stay relevant in an increasingly dynamic business environment. Technological developments have encouraged companies from various sectors to adopt digitalization to maintain competitiveness and expand market reach. The purpose of this article is to discuss the importance of digitalization in business development which includes benefits, positive impacts, challenges, and case studies of MSMEs and companies that implement digitalization. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data sources come from literature studies that refer to relevant journals, books, and other sources. The findings show that digitalization can increase productivity, expand markets, and improve the quality of the company's products or services. However, companies also face a number of challenges such as limited technological knowledge, security issues, and changes in work culture. The limitation of this study lies in the use of secondary data without involving interviews or direct primary data.

Keywords: Digitalization, Digital Transformation, Business Development.



PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi mulai merambah ke berbagai sektor yang ada, salah satunya yaitu sektor ekonomi dan bisnis (Hilmiana & Kirana, 2022). Pada era digitalisasi yang semakin berkembang, perusahaan telah dihadapkan oleh tantangan untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Hal ini menunjukkan bahwasanya transformasi digital sudah bukan lagi suatu pilihan melainkan suatu keharusan untuk mempertahankan relevansi dan daya saing perusahaan tersebut (Harto & dkk, 2023).

Transformasi digital telah melaju dengan begitu pesat dan telah mengubah paradigma masyarakat dan ekonomi. Terdapat sejumlah hal positif yang muncul dari adanya transformasi digital ini, yang mencakup pemanfaatan digitalisasi guna mencapai tujuan bisnis (Purba & dkk, 2023).

Perangkat-perangkat teknologi yang meliputi komputer, gadget, jaringan internet, dan lain sebagainya merupakan hal yang penting dalam digitalisasi bisnis. Para pelaku usaha dapat memanfaatkan sistem informasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan meningkatkan fleksibilitas, integrasi, kecepatan, hingga ketepatan informasi yang dihasilkan. Digitalisasi bisnis telah memudahkan mereka untuk melakukan pengembangan terhadap usahanya. Perusahaan berorientasi pada keuntungan sehingga kecepatan dan ketepatan menjadi hal yang penting, kebutuhan ini dapat dipenuhi dengan perangkat teknologi. Oleh karena itu, digitalisasi bisnis dengan teknologi yang efektif menjadi penting untuk mendukung operasional perusahaan (Gani dalam (Kurniawan, 2022)).

Soegoto, dkk dalam (Laziva, 2024) menyatakan bahwa proses digitalisasi sendiri merupakan suatu sistem informasi yang

didukung oleh teknologi internet yang menyatukan seluruh aspek dan proses dalam suatu perusahaan. Hal ini mencakup berbagai kegiatan bisnis, baik yang berhubungan dengan pelanggan maupun yang berlangsung di dalam perusahaan itu sendiri. Proses ini melibatkan perdagangan, komunikasi, kolaborasi, komputasi, dan koneksi, serta menciptakan peluang untuk personalisasi, penemuan modal dan harga, serta peningkatan pengetahuan dan inovasi dalam bisnis.

Artikel ini memiliki tujuan untuk mengetahui pentingnya digitalisasi dalam upaya mendukung pengembangan bisnis, yang meliputi pembahasan mengenai manfaat yang didapatkan perusahaan dari adanya digitalisasi guna membantu untuk mengembangkan bisnis, dampak positif yang dirasakan oleh perusahaan apabila menerapkan digitalisasi dengan baik, sejumlah tantangan yang dihadapi oleh berbagai bidang bisnis dalam menerapkan digitalisasi, serta contoh studi kasus UMKM maupun perusahaan yang menerapkan digitalisasi.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Sumber data dari penelitian berasal dari studi kepustakaan atau studi literatur. Penulis mencari referensi dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Tujuan dari studi ini adalah untuk memahami konsep, teori, hingga hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat Digitalisasi dalam Upaya Mendukung Pengembangan Bisnis

Tidak sedikit pelaku usaha, baik itu UMKM maupun perusahaan besar telah melakukan transformasi digital demi

mempertahankan dan meningkatkan layanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Hal ini tentunya tidak terlepas dari berbagai manfaat yang dapat mereka rasakan dari penerapan digitalisasi tersebut. Digitalisasi bisnis memungkinkan para pelaku usaha untuk melakukan transaksi dengan para pelanggan tanpa harus berhadapan dengan mereka secara langsung, hal ini mendorong layanan menjadi lebih cepat karena transaksi diproses secara cepat. Manfaat lainnya yang dapat dirasakan yaitu jangkauan pasar menjadi lebih luas. Interaksi yang terjalin dalam ruang lingkup yang luas memberikan pelaku usaha peluang untuk berinteraksi dengan para pelanggan dari berbagai tempat, bahkan pelanggan yang jauh sekalipun. Selain itu, digitalisasi bisnis juga memungkinkan suatu pekerjaan akan menjadi lebih sistematis. Penerapan ini memainkan peran penting dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan secara lebih efisien dan cepat dalam satu waktu. (Dalan, 2023).

Memanfaatkan aplikasi atau platform digital dapat membantu perusahaan untuk membuat segmentasi yang semakin spesifik serta meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka berikan agar menjadi lebih dekat dengan calon pelanggan. Pemanfaatan digitalisasi juga dapat mendorong perusahaan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, perusahaan juga dapat lebih mengerti dan memahami pain point dari seorang pelanggan, hal ini tentunya dapat mendorong loyalitas pelanggan (Tannady, 2024).

Pagani dan Pardi mengemukakan bahwasanya dengan memanfaatkan digitalisasi, perusahaan dapat menerapkan teknologi digital guna mengoptimalkan proses bisnis mereka agar menjadi lebih efisien antara proses dengan menciptakan nilai bagi

pelanggan melalui pengalaman pelanggan yang lebih baik (Verhoef & dkk, 2021).

Dampak Positif Digitalisasi terhadap Pengembangan Bisnis

Digitalisasi tentunya akan membawa dampak positif apabila dikelola dengan baik. Berikut beberapa dampak positif dari digitalisasi bisnis yang disampaikan oleh (Rupianti & dkk, 2023), yaitu:

- a. Meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional perusahaan dengan cara melakukan otomatisasi terhadap pekerjaan yang sebelumnya diselesaikan secara manual. Hal ini dapat menghemat waktu, biaya, serta dapat mengurangi risiko kesalahan yang dilakukan oleh manusia.
- b. Mempercepat proses bisnis yang meliputi beberapa hal, seperti produksi, pemasaran, dan distribusi, yang dilakukan dengan cara mengotomatisasi pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual. Hal ini dapat mempercepat waktu peluncuran produk-produk baru dan meningkatkan kecepatan dalam mencukupi permintaan dari para pelanggan.
- c. Meningkatkan kualitas produk atau jasa dengan memanfaatkan penggunaan teknologi digital untuk mengamati dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan hubungan bisnis yang lebih baik dalam jangka waktu yang panjang.
- d. Memungkinkan terjadinya kolaborasi dan komunikasi yang lebih baik di tempat kerja dengan menggunakan alat digital. Hal ini dapat berdampak kepada meningkatnya inovasi, efisiensi, dan kepuasan pelanggan.
- e. Memungkinkan suatu organisasi atau perusahaan untuk mengumpulkan dan melakukan analisis terhadap data dengan

lebih efisien agar mereka dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar dengan lebih tanggap.

Dampak positif lainnya yang dapat dirasakan oleh perusahaan yaitu mendapatkan kesempatan atau peluang untuk akses pasar yang lebih luas. Adanya platform e-commerce dan pasar digital dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk melakukan penjualan terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada pelanggan di berbagai belahan dunia yang ada. Hal ini juga dapat mendorong UMKM untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya dan menjangkau audiens yang lebih luas. Adanya pengembangan model bisnis yang baru juga merupakan salah satu dampak positif dari digitalisasi bisnis. Digitalisasi hadir untuk memunculkan model bisnis baru yang didukung oleh penggunaan teknologi. Selain itu, digitalisasi bisnis memungkinkan perusahaan untuk memiliki pengalaman pelanggan atau customer experience yang lebih baik dan personal. Perusahaan dapat memanfaatkan data pelanggan dan teknologi agar dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi dari para pelanggan (Ariq & dkk, 2023).

Tantangan Digitalisasi dalam Berbagai Bidang Bisnis

Terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi oleh berbagai bidang bisnis yang ada dalam menerapkan digitalisasi. Berikut adalah beberapa contohnya, yaitu:

a. Bidang Pemasaran: Tantangan dalam penerapan digitalisasi pemasaran yaitu masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM terkait dengan media digital yang ada (Yuniarti & dkk, 2022). Kesulitan dalam mengikuti

perkembangan teknologi, ketika telah mengikuti pelatihan ternyata kurang mampu untuk membuat konten pemasaran yang menarik dan tidak mampu untuk mengelolanya (Tiarapuspa & dkk, 2024).

- b. Bidang Keuangan: OJK dalam (Tambunan & Nasution, 2023) menyatakan bahwasanya perbankan Indonesia menghadapi tiga tantangan dalam layanan perbankan digital yaitu mengevaluasi percobaan layanan perbankan digital Bank Indonesia dari sisi sistem informasi, kesiapan jaringan, serta edukasi dan pengamanan pelanggan. Selain itu, juga terdapat tantangan dalam bidang keamanan.
- c. Bidang Sumber Daya Manusia: Tantangan sumber daya manusia (SDM) di era digital dalam (Malihah & Normala, 2024) meliputi perubahan budaya kerja, pengelolaan aplikasi yang terintegritas dan fleksibilitas, dan tuntutan terhadap keterampilan teknologi.

Studi Kasus Penerapan Digitalisasi Bisnis

Berikut contoh UMKM maupun perusahaan yang menerapkan digitalisasi bisnis, yaitu:

- a. PT Astra International Tbk. sendiri adalah salah satu perusahaan terkemuka yang ada di Indonesia. Perusahaan yang satu ini bergerak di berbagai sektor yang meliputi otomotif, pertambangan, alat berat, dan perkebunan. Mereka berhasil mengadopsi digitalisasi bisnis melalui pengembangan platform e-commerce dan solusi digital yang lainnya. Penerapan ini telah membantu mereka guna membantu meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, juga meningkatkan kepuasan pelanggan, hingga memperbesar cakupan bisnis (Rupianti & dkk, 2023).

b. UMKM Gribig yang berlokasi di Kota Malang. UMKM ini telah menarik lima pelaku usaha pada bidang kerajinan tangan. Digitalisasi yang dilakukan pada UMKM tersebut berfokus kepada digitalisasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial, bertujuan untuk meningkatkan pendapatan mereka. Beberapa hasil digitalisasi yang telah dilakukan yaitu dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan limbah perca tenun ikat menjadi aneka handy craft yang bernilai ekonomis, meningkatkan pemahaman dan penggunaan social media marketing, hingga meningkatkan kemampuan UMKM dalam memasarkan produk mereka melalui platform online serta membuat kemasan yang menarik (Asiyah & Rachmadi, 2022).

KESIMPULAN

Digitalisasi telah menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah perubahan bisnis yang dinamis. Penerapannya membawa banyak manfaat, seperti menyelesaikan transaksi dengan cepat, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai pelanggan yang baik. Dampak positif dari digitalisasi, yaitu dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta meningkatkan kualitas produk atau layanan kepada pelanggan. Namun, ada sejumlah tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, masalah keamanan, dan penyesuaian budaya kerja. Untuk itu, perusahaan disarankan meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan digital, memperkuat sistem keamanan, dan berinvestasi dalam infrastruktur digital yang tepat. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya menggunakan data sekunder yang berasal dari studi literatur, tanpa

melibatkan data primer atau wawancara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariq, M. A., & dkk. (2023). Dampak Digitalisasi Terhadap Bisnis Dan Perdagangan. *Journal of Comprehensive Science*, 2(6): 1801-1816.
- Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2): 442-448.
- Dalan, U. A. (2023, June 24). *Digitalisasi Bisnis dan Artificial Intelligence di Indonesia*. Retrieved from Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta: <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/digitalisasi-bisnis-dan-artificial-intelligence-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2024
- Harto, B., & dkk. (2023). Strategi Bisnis Berkelanjutan Melalui Inovasi Model Operasional Di Era Digitalisasi Bisnis. *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2): 243-251.
- Hilmiana, & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1): 74-81.
- Kurniawan, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Digitalisasi Pada Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3): 1050-1064.

- Laziva, N. d. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Management Business Inovation Conference* (pp. 1050-1079). Pontianak: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
- Malihah, L., & Normala, S. (2024). Peluang Dan Tantangan Sumber Daya Manusia di Era Digital : Sebuah Tinjauan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1): 505-512.
- Purba, A. A., & dkk. (2023). Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada Era Digitalisasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11): 328-333.
- Rupianti, R., & dkk. (2023). *Manajemen Bisnis Dalam Era Digital Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Malang: Penerbit Litnus.
- Tambunan, R. T., & Nasution, M. I. (2023). Tantangan dan Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi Di Era 4.0. *Sci-Tech Journal*, 2(2): 148-156.
- Tannady, H. (2024). Peran Digitalisasi Untuk Meningkatkan Performa Bisnis: Sesi Pemaparan Bagi Anggota Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis. *Community Development Journal*, 5(5): 8851-8855.
- Tiarapuspa, & dkk. (2024). Pelatihan Digitalisasi dan Pemasaran Dalam Mendukung Peluang dan Menghadapi Tantangan bagi UMKM. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1): 1-12.
- Verhoef, P. C., & dkk. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122: 889-901.
- Yuniarti, T., & dkk. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra*, 2(2): 121-126.