

## **Penerapan Transformasi Digital sebagai Upaya dalam Membangun Keunggulan Kompetitif pada *Sociolla***

Afnenda Khansa Tsaabitah<sup>1</sup>, Lia Nirawati<sup>2</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

[afnendakt@gmail.com](mailto:afnendakt@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Teknologi yang berkembang dengan pesat turut mendorong segala jenis kegiatan manusia, baik itu individu, kelompok, ataupun organisasi tidak dapat terlepas dari teknologi. Untuk dapat memasarkan produknya ke khalayak yang lebih luas, tiap perusahaan perlu menerapkan strategi bisnis, dan salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan teknologi. Transformasi digital memainkan peranan yang penting bagi suatu perusahaan, karena melalui adanya hal ini, perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya dan dapat mempermudah segala aktivitas yang dilakukan. Sociolla adalah salah satu dari banyaknya bisnis e-commerce produk kecantikan yang ada di Indonesia. Untuk mengoptimalkan serta membangun keunggulan yang kompetitif, diperlukan adanya penerapan akan transformasi digital yang mumpuni agar dapat bersaing dengan kompetitor lain yang memiliki bisnis serupa.

Kata kunci: transformasi digital; keunggulan kompetitif; teknologi digital; strategi bisnis; e-commerce

### **ABSTRACT**

Rapidly developing technology also encourages all types of human activities, whether individuals, groups or organizations cannot be separated from technology. To be able to market their products to a wider audience, each company needs to implement a business strategy, and one strategy that can be implemented is by implementing technology. Digital transformation plays an important role for a company, because through this, the company can develop its business and make all the activities it carries out easier. Sociolla is one of the many beauty product e-commerce businesses in Indonesia. To optimize and build a competitive advantage, it is necessary to implement a capable digital transformation so that it can compete with other competitors who have similar businesses.

Keywords: digital transformation; competitive advantage; digital technology, business strategy; e-commerce



## **PENDAHULUAN**

Perkembangan akan teknologi yang pesat turut serta memengaruhi segala kegiatan yang dilakukan sehari-hari, baik itu berpengaruh bagi tiap individu, kelompok, maupun organisasi. Teknologi yang semakin berkembang menyebabkan ketergantungan pada penggunaan akan teknologi itu sendiri, terutama bagi tiap perusahaan. Adanya peran dari teknologi mendorong berbagai perusahaan untuk menerapkan serta mengadopsi perannya dalam bisnis yang mereka miliki.

Adanya teknologi digital menyebabkan segala kegiatan yang dilakukan baik itu oleh individu ataupun kelompok tidak terikat ruang dan waktu. Kegiatan transaksi dan komunikasi ini dapat dilakukan secara digital, di mana saja dan kapan saja, tanpa perlu bertemu secara langsung (Danuri, 2019) dalam (Rahmadyah & Aslami, 2022).

Transformasi digital memainkan peranan yang penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Transformasi digital merupakan suatu proses yang melibatkan penerapan dari teknologi digital untuk mengubah proses yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat menghasilkan inovasi atau sistem yang baru (Panggabean, 2021). Melalui transformasi digital ini, perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar, karena adanya inovasi baru yang telah diciptakan. Selain itu, melalui transformasi digital, perusahaan dapat meningkatkan kinerja yang telah mereka miliki sehingga dapat menjadi lebih efektif dan efisien disaat menjalankan bisnis yang mereka miliki.

Peran teknologi dalam suatu bisnis dapat menjadi salah satu strategi perusahaan untuk memasarkan produknya ke masyarakat yang lebih luas. Transformasi digital dapat menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan terutama dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor lainnya. Adanya transformasi digital dapat memberikan keunggulan bagi suatu perusahaan dengan kompetitor lain, terutama apabila kompetitor tersebut belum mengadopsi transformasi digital dalam bisnis yang mereka miliki.

Transformasi digital menyebabkan perubahan yang signifikan, terutama terhadap perkembangan bisnis, hal ini dikarenakan dengan adanya transformasi digital, memudahkan segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia, terutama bagi perusahaan untuk memasarkan produknya. Apabila dahulu ketika melakukan proses jual beli hanya bisa menggunakan uang kertas atau koin, saat ini mulai beralih ke uang digital yang bisa digunakan dimana saja dan memiliki penyimpanan yang praktis, yaitu di media elektronik seperti handphone. Selain itu, melalui adanya transformasi digital, perusahaan dapat memaksimalkan bisnis yang mereka jalankan dengan membuka bisnis secara online yaitu bisnis e-commerce. Sociolla merupakan salah satu bisnis online yang cukup dikenal oleh

masyarakat Indonesia khususnya wanita karena menjual berbagai macam merek produk kecantikan. Untuk memaksimalkan penjualan produk yang mereka miliki, Sociolla menerapkan adanya transformasi digital dalam bisnis mereka, sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibanding pesaingnya.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana penerapan transformasi digital yang diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu Sociolla, untuk memasarkan produknya sebagai upaya dalam membangun keunggulan kompetitif dengan kompetitor lain dengan bisnis yang serupa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Strategi Bisnis**

Strategi berasal dari bahasa Yunani yakni *strategos* yang memiliki arti seni atau rencana untuk menghancurkan musuh melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif. Dalam ranah bisnis, strategi didefinisikan sebagai perilaku yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menghadapi persaingan dan sebagai metode bisnis yang digunakan dalam hal pengembangan bisnis agar bisnis tersebut menarik, dapat memuaskan pelanggan, bersaing dengan sukses, serta mencapai target kinerja perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi bisnis harus menciptakan keunggulan kompetitif pada pasar. Abdulwase et al., (2020) dalam (Arif & Anggraeni, 2023) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif atau *competitive advantage* sebagai hal yang utama dari setiap strategi. Bisnis yang memiliki keunggulan kompetitif adalah bisnis yang mampu memberikan keuntungan lebih banyak dibanding pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan kompetitif ini, diperlukan adanya strategi bisnis yang tepat agar dapat menjangkau sepenuhnya pada pelanggan yang ingin dituju.

### **b. Transformasi Digital**

Transformasi mengacu pada suatu perubahan yang terdapat dalam organisasi, dan berdampak besar pada struktur organisasi itu sendiri. (Panggabean, 2021). Transformasi digital adalah proses perubahan besar dalam hal pemanfaatan serta penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan bisnis dengan cara optimalisasi proses bisnis, pemanfaatan penggunaan data, serta pengembangan akan produk dan layanan yang lebih inovatif. (Kirana et al., 2023).

Peningkatan akan efisiensi, produktivitas, serta daya saing di pasar dapat dilakukan melalui adanya penerapan transformasi digital. Transformasi digital juga dapat diartikan sebagai proses yang bertujuan untuk memperbaiki suatu organisasi

tertentu, yang menghasilkan perubahan signifikan dalam karakteristiknya melalui kombinasi dari teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas. (Vial, 2019) dalam (Kirana et al., 2023).

Verhoef, et al., (2022) dalam (Pangandaheng et al., 2022) mendefinisikan transformasi digital sebagai proses perubahan yang mengikutsertakan penggunaan teknologi digital atau pengembangan bisnis digital model baru, dimana proses ini dapat menghasilkan serta menyajikan nilai lebih bagi perusahaan.

**c. E-Commerce**

E-commerce atau electronic commerce merupakan suatu bisnis yang diterapkan oleh perusahaan dimana transaksi jual beli yang biasanya dilakukan secara langsung, menjadi online dengan adanya pemanfaatan akan internet sebagai alat komunikasi. (Kamila & Ilfitriah, 2024).

E-commerce adalah proses transaksi komersial yang dilakukan secara digital, baik antara organisasi maupun individu. Transaksi yang dilakukan pada e-commerce ini berlangsung di internet dan melibatkan pertukaran nilai (seperti uang) tanpa adanya batasan antara organisasi atau individu, sebagai hasil dari produk dan jasa yang diberikan. (Toruan, 2022).

Konsep utama dari e-commerce yaitu merancang pasar secara digital sehingga jutaan manusia di seluruh dunia dapat bertukar informasi dalam jumlah yang besar secara instan dan gratis. Internet mengubah cara perusahaan dalam mengoperasikan bisnisnya dan memperluas jangkauan global (Laudon & Laudon, 2014) dalam (Toruan, 2022).

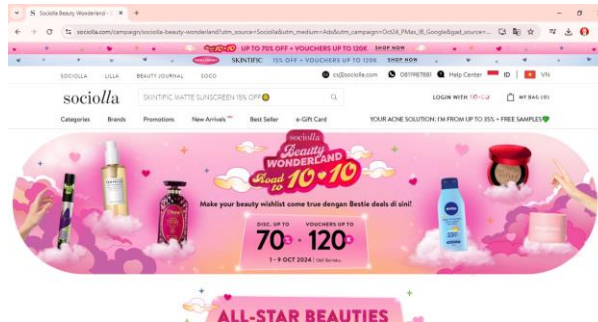
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT Social Bella atau Sociolla merupakan salah satu perusahaan e-commerce yang menawarkan berbagai produk kecantikan, seperti kosmetik, skincare, hair care, parfum, dan beberapa alat kecantikan lainnya yang dapat menunjang penampilan pada wanita. Sociolla merupakan pencetus e-commerce produk kecantikan, pertama kali didirikan di Indonesia sejak tahun 2015. Berawal dari sebuah ruko kecil, Sociolla kini sudah memiliki lebih dari 60 toko offline di 35 kota di Indonesia dan 4 kota di Vietnam.

Produk kecantikan yang ada di Sociolla ini tidak hanya menawarkan produk lokal, tetapi juga produk internasional, sehingga akan sangat memudahkan para wanita yang ingin mencari berbagai macam produk kecantikan. Sebagai bentuk penerapan dari transformasi digital, Sociolla terus berupaya menciptakan berbagai inovasi pada platform nya, dengan

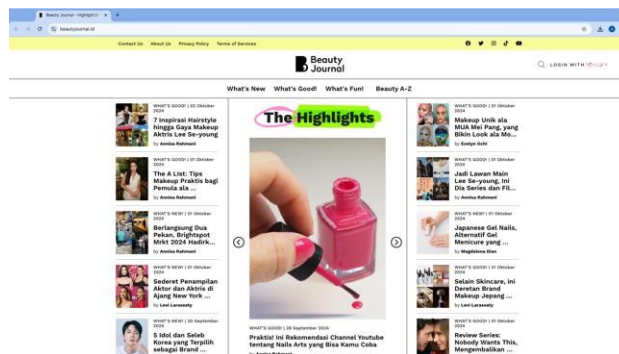
**Jurnal Sinabis**  
**Volume 1 Nomor 1 Februari 2025**

memanfaatkan perkembangan akan teknologi dan menggabungkannya ke industri kecantikan.



Gambar 1. Website Resmi Sociolla Sumber: sociolla.com

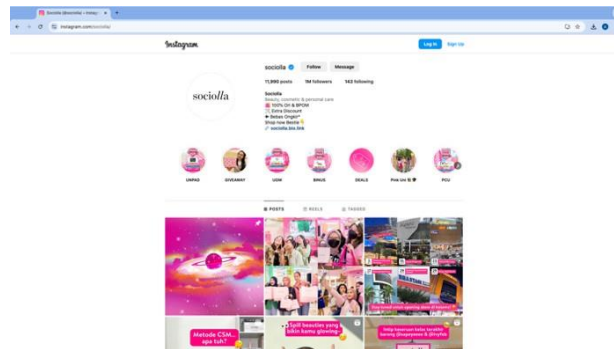
Sociolla selalu berupaya menawarkan berbagai promosi mengenai produk yang mereka jual pada website nya. Tampilan website yang dimiliki oleh Sociolla juga termasuk mudah untuk dioperasikan dan dipahami, sehingga pelanggan yang ingin berbelanja melalui website resmi mereka tidak mengalami kesulitan dalam penggunaannya. Untuk semakin memudahkan penggunaannya, website Sociolla telah mengkategorikan beberapa produk berdasarkan kegunaannya ataupun berdasarkan brand yang mereka cari. Selain itu juga disediakan kategori produk mana saja yang terdapat promosi, new arrivals, serta produk best sellers' yang ada pada website ini.



Gambar 2. Komunitas Beauty Enthusiast  
pada Website Sociolla Sumber: beautyjournal.id

Sociolla menyadari akan banyaknya beauty enthusiast yang ada di Indonesia, sehingga mereka mewadahi dengan menciptakan komunitas khusus beauty enthusiast pada website mereka, yang dijuluki dengan "Beauty Journal." Website ini menyediakan berbagai tips khususnya yang terkait mengenai kecantikan. Melalui "Beauty Journal" para

penggunanya juga bisa saling bertukar informasi ataupun menulis ulasan terkait produk yang telah mereka gunakan.



Gambar 3. Akun Instagram Sociolla Sumber: [Instagram.com/sociolla/](https://www.instagram.com/sociolla/)

Untuk mengoptimalkan penerapan transformasi digital dalam bisnisnya, Sociolla terus mengupayakan mengikuti terkait perkembangan teknologi yang ada. Hal ini dapat dilihat melalui salah satu akun media sosial yang mereka miliki, yaitu Instagram. Memiliki pengikut sebanyak 1 juta orang, hal ini membuktikan bahwa promosi dan pengoptimalan penerapan transformasi digital yang dilakukan oleh Sociolla telah berhasil. Melalui transformasi digital, Sociolla dapat membangun keunggulan kompetitif dibanding kompetitor lainnya.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan akan teknologi yang pesat mendorong segala aktivitas manusia, baik itu individu, kelompok, ataupun organisasi bergantung pada teknologi. Transformasi digital menjadi salah satu strategi yang diperlukan dalam bisnis oleh suatu perusahaan dan menjadi faktor utama untuk menghadapi persaingan dengan kompetitor lain. Sociolla, sebagai salah satu platform e-commerce produk kecantikan yang ada di Indonesia turut serta menerapkan transformasi digital ini dalam bisnis yang mereka miliki. Melalui adanya penerapan transformasi digital, Sociolla dapat membangun keunggulan kompetitif dibanding para pesaingnya. Oleh karena itu, transformasi digital merupakan strategi yang penting dilakukan oleh perusahaan untuk beradaptasi dan berkembang terutama dalam era digital saat ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arif, M.E dan Anggraeni, R. 2023. Strategi Bisnis. Edisi ke 1. UB Press. Malang.
- Kamila, A. C., & Ilfitriah, A. M. (2024). Peran desain web, kualitas informasi, layanan pengiriman dalam peningkatan kepuasan elektronik dan niat beli kembali produk Sociolla. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 23–36.  
<https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1142>
- Kirana, A. Y., Saifudin, M., Mukhlisin, M. M., Fatmawati, N., & Ansori, M. I. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Lumban, E. P. (2022). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi E-commerce: Bisnis, Internet dan Teknologi (Literature Review Petilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 621–628.  
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1106–1115. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41388>
- Panggabean, A. N. (2018). Memahami Dan Mengelola Transformasi Digital. *E-Business Strategy and Implementation*, 15(Suppl.1), 388–393.
- Rahmadyah, N., & Aslami, N. (2022). Strategi Manajemen perubahan perusahaan di era transformasi digital. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(2), 78–83.  
<https://doi.org/10.56456/jebdeker.v2i2.117>
- Koryonda, A.R. 2021. 5 Rekomendasi Beauty E-Commerce Terpercaya di Indonesia. <https://gadis.co.id/Make-Up/105639/5->, diakses tanggal 02 Oktober 2024.
- Nabila, M. 2023. Mengenal Sosok di Balik Sociolla, Ketika Teknologi dan Kecantikan Bertemu. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20231027/265/1708659/mengenal-sosok-di-balik-sociolla-ketika-teknologi-dan-kecantikan-bertemu>, diakses tanggal 02 Oktober 2024.