

Peran Teknologi dan Inovasi Dalam Strategi Bisnis Di Era Digital

Ahmad Hardiono¹⁾; Lois Yunike²⁾; Ike Rachmawati³⁾; Uswatun⁴⁾

¹⁻⁴Universitas Pamulang, hardioahmad@gmail.com; lesunkunik@gmail.com; ikebungo99@gmail.com; uswatun.pusdikadm@gmail.com

Abstract. Penelitian ini merupakan studi kepustakaan yang dilakukan melalui review jurnal dan studi kepustakaan yang relevan dengan penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mereview dan menganalisis buku dan jurnal dengan kaidah terkait teknologi, inovasi dan strategi bisnis. Dari hasil penelitian tersebut diketahui teknologi dan inovasi adalah kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Teknologi dan inovasi adalah komponen esensial dari strategi bisnis di era digital, dan perusahaan juga dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi dan terus berinovasi supaya dapat menerapkan strategi bisnis yang tepat di era digital.

Keywords: Teknologi, Inovasi, Strategi Bisnis

PENDAHULUAN

Di era digital, teknologi dan inovasi memegang peranan penting dalam menentukan arah strategi bisnis. Perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan memanfaatkan inovasi demi mempertahankan daya saing. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data telah membuka peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak teknologi dan inovasi terhadap strategi bisnis serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan implementasi strategi digital.

Teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang ekonomi dan bisnis. Inovasi seperti internet, komputasi awan, big data, dan kecerdasan buatan telah memungkinkan perubahan drastis dalam cara bisnis dan ekonomi beroperasi. Transformasi digital ini memengaruhi setiap sektor, baik bisnis kecil maupun perusahaan besar, serta pemerintah dan masyarakat umum. Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi dan bisnis. Era digital yang sedang berlangsung telah membuka banyak peluang dan tantangan baru bagi pelaku bisnis dan ekonomi di seluruh dunia. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara kerja dan interaksi antar individu, tetapi juga membawa dampak besar pada struktur dan dinamika bisnis.

Teknologi telah mempermudah akses ke informasi dan memungkinkan komunikasi dan interaksi yang lebih mudah. Hal ini memungkinkan pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan. Perubahan perilaku konsumen juga terjadi, dengan banyak orang yang kini lebih memilih berbelanja secara online daripada di toko fisik. Dalam era digital yang semakin berkembang, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam konteks bisnis dan ekonomi, teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan beroperasi dan berkomunikasi dengan konsumen. Perkembangan teknologi juga membuka peluang bisnis baru dan menciptakan lapangan kerja baru. Teknologi seperti kecerdasan buatan, IoT, dan blockchain memberikan banyak peluang baru bagi pelaku bisnis dan ekonomi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing.

Namun, transformasi digital ini juga membawa tantangan baru. Salah satu tantangan utama adalah kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi yang begitu cepat dan terus berubah. Penggunaan teknologi juga berdampak pada aspek sosial dan lingkungan yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis dan ekonomi. Penelitian telah menunjukkan bahwa teknologi seperti kecerdasan buatan dan IoT memiliki dampak positif pada efisiensi dan produktivitas bisnis. Penggunaan teknologi dalam bisnis dapat meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan membuka peluang baru untuk inovasi produk dan layanan. Namun, ada juga tantangan seperti keamanan siber, ketergantungan pada teknologi, dan dampak teknologi pada pekerjaan manusia. Oleh karena itu, penelitian yang lebih mendalam dan berkelanjutan diperlukan untuk memahami peran teknologi dan inovasi dalam strategi bisnis di era digital, serta mengidentifikasi strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan yang muncul.

KAJIAN LITERATUR

Tinjauan pustaka ini mencakup literatur terbaru yang membahas peran teknologi dan inovasi dalam strategi bisnis. Menurut Porter (2023), teknologi digital dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui peningkatan efisiensi dan diferensiasi produk. Menurut Rosenzweig, (2000) teknologi adalah organisasi dan aplikasi pengetahuan untuk tercapainya tujuan praktis, ia meliputi manifestasi fisik seperti alat-alat dan mesin-mesin, tetapi juga tehnik dan proses intelektual yang dipakai untuk memecahkan masalah dan memperoleh hasil yang diinginkan. Selanjutnya, Brynjolfsson dan McAfee (2022) menekankan pentingnya inovasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan nilai baru bagi pelanggan. Menurut Harvard's Theodore Levitt dalam Suryana (2014:43) mengemukakan definisi dari inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru.

Penelitian oleh Deloitte (2023) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi bisnis mereka cenderung lebih sukses dalam menghadapi persaingan global. Menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan pustaka dan tinjauan jurnal, dimana tinjauan pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data perpustakaan, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian sedangkan tinjauan jurnal adalah kegiatan yang melibatkan pencarian referensi. atau mengulas penelitian yang telah dipublikasikan dalam jurnal ilmiah.

Metode review jurnal ini dilakukan dengan cara membandingkan jurnal satu dengan jurnal lainnya dalam arti memadukan hasil analisis jurnal penelitian berdasarkan persamaan dan perbedaan masing-masing kemudian memberikan kesimpulan baru. Langkah-langkah dalam mereview jurnal adalah sebagai berikut:

- 1) Baca Jurnal Sepenuhnya.
- 2) Menulis Identitas Jurnal.
- 3) Menulis Ringkasan Isi Jurnal sebagai Pembuka.
- 4) Menulis pendapat atau ide pribadi tentang jurnal.
- 5) Menulis Kesimpulan Dari Hasil Review.
- 6) Periksa kembali hasil review.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teknologi

Menurut Nanda, dkk dalam Springer (2019) Bisnis Digital dapat diartikan sebagai penyesuaian bisnis konvensional secara dramatis yang tidak terhindarkan dari ekosistem bisnis digital seperti Internet of Things (IoT), jasa berbasis cloud, ponsel pintar, dan lain-lain. Adanya bisnis digital mengakibatkan semua organisasi mau tidak mau harus menata ulang kembali bagaimana organisasi akan bertumbuh, bertahan, bersaing, dan berkembang di era digital.

Dalam era digital, perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki akses ke pasar yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus terus mengembangkan strategi inovatif dan berinovasi untuk memenangkan persaingan. Selain itu, teknologi juga mengubah tuntutan pelanggan. Pelanggan ingin memiliki akses ke produk dan jasa dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan mudah. Oleh karena itu, perusahaan harus terus beradaptasi dengan teknologi dan memastikan bahwa mereka dapat memenuhi tuntutan pelanggan.

Peran Teknologi Strategi Bisnis di Era Digital

1). Meningkatkan Efisiensi dan Produktivitas

Salah satu peran utama teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis adalah meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Teknologi telah memungkinkan proses bisnis menjadi lebih efisien dan otomatis, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Misalnya, dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi (TIK), bisnis dapat mengelola dan memproses data secara lebih efisien, serta meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam pengambilan keputusan.

2). Membuka Peluang Bisnis Baru

Teknologi juga telah membuka peluang bisnis baru yang sebelumnya tidak mungkin terjadi. Contohnya adalah bisnis e-commerce yang muncul berkat adanya internet. Bisnis e-commerce telah memungkinkan pelanggan untuk membeli produk dari mana saja dan kapan saja, serta memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

3). Mendorong Inovasi

Perkembangan teknologi juga telah mendorong inovasi dalam bisnis. Bisnis yang mampu memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang lebih inovatif, memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dan memenangkan pasar. Misalnya, teknologi blockchain telah memungkinkan terciptanya bisnis baru seperti cryptocurrency dan smart contract.

4). Menjadi Sarana Komunikasi dan Kolaborasi

Teknologi juga telah menjadi sarana komunikasi dan kolaborasi yang penting dalam bisnis. Teknologi komunikasi seperti email, video conference, dan platform kolaborasi online telah memungkinkan pelaku bisnis untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif tanpa terkendala waktu dan jarak.

5). Mengubah Pola Konsumsi dan Preferensi Pelanggan

Perkembangan teknologi juga telah mengubah pola konsumsi dan preferensi pelanggan. Pelanggan yang lebih terhubung dengan teknologi cenderung lebih memilih produk atau layanan yang dapat diakses secara digital atau melalui teknologi. Hal ini memaksa bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan pengalaman konsumen yang lebih baik.

Tantangan Teknologi dalam Strategi Bisnis di Era Digital

1). Kebutuhan Keterampilan Baru

Perkembangan teknologi memaksa pelaku bisnis untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan baru agar dapat memanfaatkan teknologi secara efektif. Kebutuhan keterampilan baru ini dapat menjadi tantangan bagi pelaku bisnis yang tidak terbiasa dengan teknologi atau tidak memiliki sumber daya untuk melatih karyawan dalam keterampilan baru ini.

2). Keamanan Data

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan data. Data pelanggan dan bisnis yang dikumpulkan oleh perusahaan sekarang menjadi aset penting dalam era digital. Namun, dengan semakin banyaknya data yang dikumpulkan, maka semakin besar pula risiko keamanan data yang dapat terjadi. Keamanan data menjadi masalah yang semakin penting dan kompleks di era digital ini. Perusahaan harus memperhatikan risiko keamanan data dan mengambil tindakan untuk melindungi data pelanggan dan bisnis mereka. Penyalahgunaan data dapat merusak reputasi perusahaan dan memengaruhi kepercayaan pelanggan.

3). Persaingan yang Lebih Ketat

Perkembangan teknologi juga telah membuka peluang bisnis baru, namun sekaligus juga meningkatkan persaingan yang lebih ketat. Pelaku bisnis harus mampu memanfaatkan teknologi dengan baik untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif ini. Hal ini memaksa pelakubisnis untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan yang lebih baik.

4). Regulasi yang Lebih Ketat

Perkembangan teknologi juga memicu adanya regulasi yang lebih ketat. Regulasi ini biasanya dibuat untuk mengatur penggunaan teknologi dan melindungi konsumen. Namun, regulasi yang terlalu ketat dapat membatasi inovasi dan perkembangan bisnis.

5). Tantangan Etika

Perkembangan teknologi juga memunculkan tantangan etika dalam bisnis. Misalnya, penggunaan teknologi untuk mengumpulkan data pribadi konsumen dapat menimbulkan masalah privasi dan keamanan data. Hal ini memaksa pelaku bisnis untuk mempertimbangkan etika dalam penggunaan teknologi.

2. Inovasi

Peran Inovasi dalam Kewirausahaan

Peran inovasi dalam kewirausahaan sangat penting karena inovasi dapat membantu perusahaan menemukan cara baru dan efektif dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk atau layanan, serta keuntungan. Berikut adalah beberapa peran inovasi dalam kewirausahaan.

1). Membuat Produk atau Layanan yang Unik

Inovasi dapat membantu perusahaan menciptakan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari kompetitor. Hal ini dapat membuat produk atau layanan tersebut lebih berguna bagi konsumen dan membuat perusahaan lebih menonjol dalam pasar.

2). Membuat Produk atau Layanan yang Lebih Baik

Inovasi dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah fitur baru, meningkatkan desain, atau meningkatkan nilai ergonomi dari produk atau layanan yang ditawarkan.

3). Membuat Proses Produksi yang Lebih Efisien

Inovasi dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi proses produksi, seperti dengan mengurangi biaya produksi atau meningkatkan efisiensi logistik. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

4). Membuat Produk atau Layanan yang Sesuai dengan Kebutuhan Pasar

Inovasi dapat membantu perusahaan menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar yang cukup dan memahami kebutuhan konsumen secara rinci. Dengan cara ini, perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan dapat meningkatkan penjualan.

Proses Pengembangan Inovasi

Inovasi muncul melalui proses yang panjang dan rumit. Tahapan sebuah organisasi dalam melakukan inovasi adalah sebagai berikut:

a). Pengenalan kebutuhan

Tahapan pertama dalam melakukan inovasi adalah mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang terjadi dalam masyarakat. Kebutuhan dan permasalahan tersebut dapat diamati melalui fenomena yang terjadi pada lingkungan masyarakat atau melalui beberapa penelitian sebelumnya yang mendalam. Kebutuhan merupakan barang atau jasa yang diinginkan oleh masyarakat, yang apabila dipenuhi dapat memberikan kepuasan jasmani dan rohani pada masyarakat. Dalam mengamati kebutuhan masyarakat, sebaiknya dilakukan dengan melibatkan tidak hanya oleh satu golongan, sehingga pelaku inovasi dapat melihat dari berbagai sudut pandang mengenai hal yang dibutuhkan oleh masyarakat.

b). Riset dasar dan riset aplikatif

Riset dasar dilakukan untuk menjelaskan suatu fenomena yang bersifat ilmiah, sedangkan riset aplikatif dilakukan dengan tujuan memberikan solusi terhadap masalah praktis yang ada dalam masyarakat. Kolaborasi sangatlah diperlukan pada beberapa tahap inovasi yang berbeda untuk mendapatkan ide yang inovatif dengan tujuan mempercepat kegiatan inovasi (Martinez, 2012). Dari riset dasar dan riset aplikatif yang dilakukan, maka akan dihasilkan sebuah ide ataupun gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat.

c). Pengembangan

Pada proses pengembangan, dilakukan penentuan dan meneruskan ide baru yang dihasilkan dari tahapan sebelumnya, yang diyakini dapat menjadi solusi dari permasalahan yang ada dalam masyarakat. Pada tahapan ini, perumusan sebuah inovasi dibuat untuk nantinya ditawarkan sebagai solusi permasalahan masyarakat. Agar sebuah inovasi dapat menghasilkan dampak yang besar di masyarakat, maka didukung dengan kegiatan transfer pengetahuan atau transfer teknologi, dengan mempertimbangkan ide, pengetahuan, dan teknologi dari banyak sumber, baik internal ataupun eksternal. Transfer pengetahuan yang dilakukan dapat berupa metode, strategi, atau bahkan substansi inovasi itu sendiri. Berikut ini adalah tiga kategori yang membedakan kegiatan transfer pengetahuan, diantaranya: 1) Kategori informasi mencakup ide dan pengetahuan. 2) Kategori manajerial mencakup sistem organisasi yang berlaku dalam perusahaan. 3) Kategori teknis mencakup teknologi, keahlian, dan proses bisnis perusahaan.

d). Komersialisasi

Tahapan ini dilakukan setelah inovasi telah dikembangkan dan siap didistribusikan, disebar, dan dipasarkan ke pengguna. Pada tahapan ini suatu inovasi pertama kali melakukan kontak/berinteraksi dengan pengguna melalui kegiatan sosialisasi atau pemasaran produk inovasi.

e). Difusi dan Adopsi

Merupakan tahapan terakhir dan penentu apakah suatu inovasi dapat diterima atau ditolak oleh masyarakat. Apabila suatu inovasi diterima masyarakat, maka inovasi tersebut akan

diadopsi oleh masyarakat dan selanjutnya akan berdifusi ke masyarakat yang lebih luas lagi. Terdapat empat elemen dalam difusi inovasi yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah:

- 1) Inovasi itu sendiri, yaitu ide atau produk baru yang siap diadopsi oleh masyarakat.
- 2) Saluran komunikasi, yaitu media atau fasilitas komunikasi untuk mengenalkan inovasi.
- 3) Waktu, yaitu periode di mana inovasi tersebut akan berdifusi ke masyarakat luas.
- 4) Sistem sosial, yaitu tempat di mana proses difusi inovasi terjadi. Pada sistem ini seperangkat unit akan saling berhubungan dalam memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. Strategi Bisnis

Digitalisasi dalam konteks bisnis adalah konsep operasi yang lebih otomatis dan digital. Harsono & Kiswara (2022). Semua data ditransfer ke sistem komputer dan menjadi lebih mudah diakses. Dengan demikian, pengembangan otomatisasi yang dimungkinkan oleh robotika dan kecerdasan buatan menjanjikan tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan juga efisiensi, keamanan, dan kenyamanan yang lebih baik serta mengubah dunia kerja, menciptakan jenis kerja digital atau virtual baru. Digitalisasi ini mengubah kewirausahaan dalam dua cara. Transformasi pertama adalah lokasi peluang kewirausahaan yang tidak konstan dalam perekonomian, dan yang kedua adalah transformasi praktik kewirausahaan itu sendiri.

Pengembangan strategi dipandang sebagai isu kunci dalam konteks mencapai keunggulan kompetitif. Ada beberapa pendekatan untuk merancang strategi, dan tidak ada paradigma standar yang ditetapkan, hal ini ditentukan oleh keragaman fungsional sektor usaha. Strategi bisnis digital mirip dengan strategi perusahaan, bisnis, dan pemasaran, mereka mencakup aspek-aspek berikut: 1) strategi perdagangan seluler; 2) strategi manajemen hubungan pelanggan (CRM); 3) Strategi e-procurement; 4) strategi rantai pasokan; 5) Strategi media sosial; 6) Strategi multichannel, dll.

Strategi saluran digital dikaitkan dengan berbagai model proses strategi bisnis digital yang diterapkan. Model-model ini kemungkinan dicirikan oleh fitur-fitur berikut:

- 1). Melakukan pemindaian lingkungan eksternal dan internal secara teratur (analisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi bisnis tertentu).
- 2). Menyatakan visi perusahaan dan tujuannya (berkaitan dengan nilai-nilai perusahaan) dengan jelas.
- 3). Menempatkan penekanan pada evaluasi "manfaat diferensial" yang disumbangkan oleh e-channel.
- 4). Memilih saluran yang paling sesuai untuk berbagai kegiatan bisnis dan mitra bisnis ("penyaluran hak").
- 5). Melakukan kontrol rutin untuk mengidentifikasi masalah dan mengadaptasi strategi digital dengan perubahan di pasar.

Strategi bisnis digital berisi beberapa komponen dasar prioritas bisnis digital yang relevan dengan konteks saat ini; 1) model bisnis dan pendapatan yang digunakan dalam organisasi; 2) jenis restrukturisasi yang dibutuhkan; sub-strategi yang digunakan untuk pengembangan pasar dan produk serta reorganisasi pasar; 3) strategi diferensiasi dan positioning yang diterapkan di perusahaan. Kwilinski et al, (2019).

Mengembangkan Strategi Bisnis Yang Efisien Di Era Digital

Pengembangan bisnis digital mengacu pada peningkatan kemampuan digital organisasi dan menyelaraskan aktivitas strategis, pemasaran, dan penjualan untuk mendekati pasar dan pelanggan, dan memungkinkan pertumbuhan yang menciptakan nilai.

Bisnis dapat memanfaatkan Big Data dengan menempatkan data dan analitik di pusat strategi transformasi digital mereka. Karena Internet of Things, bisnis sekarang memiliki akses ke volume data yang lebih tinggi daripada sebelumnya (IoT). Berikut ini adalah beberapa manfaat dari mengembangkan strategi bisnis yang efisien di era transformasi digital. Arifiani & Furinto, (2022):

- 1). Peningkatan dalam pengumpulan data

Sebagian besar organisasi mengumpulkan segunung data tentang konsumen mereka, tetapi manfaat sebenarnya datang dari menganalisis data itu untuk mendorong perusahaan maju. Transformasi digital menciptakan metode untuk memperoleh data yang relevan dan mengintegrasikannya dengan benar untuk wawasan bisnis tingkat tinggi. Ini menetapkan metode untuk berbagai unit fungsional organisasi untuk mengubah data mentah menjadi wawasan di beberapa titik kontak. Ini menciptakan perspektif tunggal tentang perjalanan pelanggan, operasi, produksi, keuangan, dan peluang bisnis sebagai hasilnya.

2). Manajemen Sumber Daya yang Lebih Besar

Informasi dan sumber daya dikonsolidasikan ke dalam seperangkat alat bisnis melalui transformasi digital. Daripada memiliki perangkat lunak dan database yang berbeda, ini menempatkan semua sumber daya perusahaan bersama-sama di satu lokasi. Transformasi digital dapat menyatukan aplikasi, database, dan perangkat lunak ke dalam satu repositori intelijen perusahaan. Tidak ada yang namanya departemen transformasi digital atau unit fungsional. Ini mempengaruhi setiap aspek perusahaan dan dapat menghasilkan inovasi proses dan efisiensi di seluruh departemen.

3). Mendorong Budaya Digital

Transformasi digital mendukung budaya digital dengan memberi anggota tim alat yang diperlukan, yang disesuaikan dengan konteks mereka. Meskipun alat ini mempermudah kolaborasi, alat ini juga membantu transformasi digital seluruh perusahaan. Budaya digital ini akan menjadi semakin penting di masa depan. Ini membutuhkan peningkatan keterampilan dan pembelajaran digital anggota tim untuk menuai manfaat dari transformasi digital.

4). Meningkatkan produktivitas

Memiliki alat TI yang tepat yang beroperasi bersama dapat membantu Anda meningkatkan produktivitas dan mengoptimalkan alur kerja Anda. Hal ini memungkinkan anggota tim untuk bekerja lebih efisien dengan mengotomatisasi banyak prosedur yang membosankan dan menghubungkan data di seluruh perusahaan.

5). Meningkatkan Kelincahan

Organisasi menjadi lebih gesit sebagai hasil dari transformasi digital. Bisnis dapat meningkatkan kelincahan mereka dengan transformasi digital untuk meningkatkan kecepatan-ke-pasar dan merangkul teknik Continuous Improvement (CI) dengan meminjam dari bidang pengembangan perangkat lunak. Ini memungkinkan inovasi dan kemampuan beradaptasi yang lebih cepat, serta jalan menuju perbaikan. Ini adalah beberapa manfaat utama dari transformasi digital dalam bisnis.

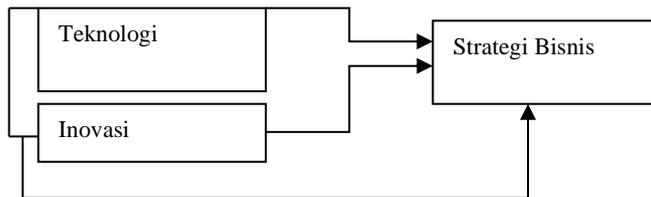
Digitalisasi dalam bisnis telah terbukti hampir penting untuk kesuksesan bisnis saat ini. Itu terjadi ketika bisnis mulai menggunakan teknologi digital untuk mengubah model bisnisnya dan memberikan peluang baru yang menghasilkan nilai. Digitalisasi bisnis membantu meningkatkan efisiensi proses, konsistensi, dan kualitasnya. Sunarsi, (2020).

4 . Kerangka Berpikir

Di era digital yang semakin maju, teknologi telah menjadi faktor kunci dalam dunia bisnis. Perusahaan-perusahaan harus dapat mengadopsi teknologi baru dan beradaptasi dengan perubahan yang terus terjadi di lingkungan bisnis dan pasar. Teknologi dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi, inovasi, dan strategi bisnis dalam bersaing di pasar global.

Perusahaan yang sukses adalah mereka yang mampu beradaptasi dengan perubahan, mengadopsi teknologi baru dengan cepat, dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Penting bagi perusahaan untuk tetap fleksibel dan terbuka terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis dan pasar agar mereka dapat tetap relevan dan bersaing di masa depan.

Dari penjelasan di atas maka kerangka tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa perusahaan harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis dan pasar agar dapat bertahan dan berkembang. Adopsi teknologi dan pengembangan kemampuan baru menjadi kunci untuk menyiapkan strategi bisnis dalam menghadapi tantangan dan meningkatkan efisiensi serta pengalaman pelanggan. Namun, perusahaan juga harus siap mengatasi tantangan yang terkait dengan pengadopsian teknologi, seperti biaya dan keamanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa teknologi dan inovasi adalah komponen esensial dari strategi bisnis di era digital. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan teknologi dalam operasional mereka dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan nilai tambah, dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan mengembangkan strategi bisnis yang efisien di era digital, akan dapat membantu mengintegrasikan catatan atau file konvensional ke dalam bentuk digital, menghilangkan redundansi dan memperpendek rantai komunikasi. Meningkatkan dan memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih baik.

2. Saran

Mengembangkan bisnis yang efisien di era digital dapat menjadi batu loncatan untuk penelitian lebih lanjut. Diperlukan pemahaman yang lebih rinci tentang berbagai peran teknologi informasi (TI), manajemen sumber daya, dan pemanfaatan Internet of Things (IoT). Peningkatan Investasi Teknologi perusahaan harus terus berinvestasi dalam teknologi baru dan pengembangan kapabilitas digital. Mendorong Budaya Inovasi menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan eksperimen. Pelatihan dan Pengembangan SDM mengembangkan keterampilan digital karyawan untuk mendukung transformasi digital. Pengelolaan Perubahan menerapkan strategi manajemen perubahan yang efektif untuk mengatasi resistensi dan memastikan adopsi teknologi yang sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiani, L., & Furinto, A. (2022). TRANSFORMASI MODEL BISNIS Konsep, Strategi, dan Antisipasi Menyongsong Era Metaverse. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2022). "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies." W.W. Norton & Company.
- David, Fred R, 2011. Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Deloitte. (2023). "Digital Transformation: Strategies for a Successful Digital Journey." Deloitte Insights.
- Harsono, H., & Kiswara, G. J. (2022). Pengaruh Rantai Pasokan Digital pada Kinerja Organisasi: Studi Empiris di Industri Pertahanan. Journal of Industrial Engineering & Management Research, 3(6), 80-90
- Johnson, R., & Brown, L. (2023). "Innovative Business Models in the Digital Era." International Journal of Innovation Management, 27(1), 112-135.

- Kwilinski, A., Dalevska, N., Kravchenko, S., Hroznyi, I., & Kovalenko, O. (2019). Formation of the entrepreneurship model of e-business in the context of the introduction of information and communication technologies. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-7.
- Levitt, Theodore Harvard's. (1980), "Marketing Success Through Differentiation of Anything," *Harvard Business Review*, 58, (January-February), 83-91.
- Nanda, R., Evanita, S. and Septrizola, W. (2019). 'Pengaruh Kepuasan Pelanggan , Hambatan Beralih dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang', *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 01(01), pp. 207–217.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Porter, M. E. (2023). "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance." *Harvard Business Review*.
- Rosenzweig, S. (2000). *Smart telemarketing*. United States: Quality Books, Inc.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., & Dkk. (2021). *Pemasaran: Dasar dan Konsep* (A. Karim & J. Simarmata (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Smith, A., & Anderson, J. (2023). "The Impact of Technology on Business Strategy." *Journal of Business Research*, 125, 45-60.
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi UMKM. *Digitalisasi UMKM*, 57.