



Special Issue :

Webinar Nasional  
**HUMANIS 2025**

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspittek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota

Tangerang Selatan, Banten 15310,

Email : [humanismanajemen@gmail.com](mailto:humanismanajemen@gmail.com)

## TRANSFORMASI DIGITAL DAN MANAJEMEN INOVASI: MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF DI ERA DISRUPSI

**Bunga Westu Lestari<sup>1)</sup>; Erwan Syafri<sup>2)</sup>; and Rusdi Kurniawan<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>*Program Pascasarjana Universitas Pamulang,*

<sup>2)</sup>*Program Pascasarjana Universitas Pamulang,*

<sup>3)</sup>*Program Pascasarjana Universitas Pamulang,*

*bungawestules@gmail.com, erwan.syarif25.es@gmail.com, rusdikurniawan91@gmail.com,*

**Abstract.** The digital era demands organizations to continuously innovate management strategies to maintain and strengthen competitive advantage. This paper discusses how digital transformation, open innovation, dynamic capabilities, and data-driven decision-making are key elements in creating sustainable competitiveness. The study employs a comparative literature review using reputable journals and articles from sources such as ResearchGate, MDPI, Deloitte, and Financial Times. Analysis results indicate that the integration of digital technologies, strategic leadership, and an innovative culture play crucial roles in enhancing organizational performance. The conceptual model highlights the relationship between digital strategy, organizational capabilities, and competitive advantage, reinforced by cultural support and knowledge management. This research provides practical implications for managers and policy recommendations to support digital transformation, especially for SMEs.

**Keywords:** Digital Transformation, Innovation Management, Competitive Advantage, Data-Driven Decision Making, Dynamic Capabilities, Leadership and Culture, Open Innovation, SMEs, Strategic Management

**Abstrak.** Era digital menuntut organisasi untuk terus berinovasi dalam strategi manajemen guna mempertahankan dan memperkuat keunggulan bersaing. Makalah ini membahas bagaimana transformasi digital, open innovation, kapabilitas dinamis, dan pengambilan keputusan berbasis data menjadi elemen kunci dalam menciptakan daya saing berkelanjutan. Studi ini menggunakan pendekatan literatur komparatif dari jurnal dan artikel terpercaya seperti ResearchGate, MDPI, Deloitte, dan Financial Times. Hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital, kepemimpinan strategis, serta budaya inovatif memiliki peran krusial dalam meningkatkan performa organisasi. Model konseptual yang disusun menyoroti hubungan antara strategi digital, kapabilitas organisasi, dan keunggulan kompetitif yang diperkuat oleh dukungan budaya serta knowledge management. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajer dan rekomendasi kebijakan untuk mendukung transformasi digital, khususnya bagi sektor UKM.

**Kata kunci:** Transformasi Digital, Manajemen Inovasi, Keunggulan Bersaing, Pengambilan Keputusan Berbasis Data, Kapabilitas Dinamis, Kepemimpinan dan Budaya, Inovasi Terbuka, UKM, Manajemen Strategis

### PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, dunia bisnis memasuki era digital yang ditandai oleh integrasi sistem digital dalam seluruh proses operasional perusahaan.



Perubahan ini memaksa organisasi untuk tidak hanya mengadopsi teknologi baru, tetapi juga menyesuaikan strategi manajemennya agar tetap relevan dan kompetitif. Manajemen inovasi menjadi instrumen penting dalam merespons perubahan ini, karena hanya perusahaan yang mampu berinovasi secara berkelanjutan yang dapat bertahan dan unggul di pasar global (Farida & Setiawan, 2022, *MDPI*).

Menurut beberapa studi yang dipublikasikan di ResearchGate, strategi inovasi digital mencakup penggunaan teknologi digital seperti artificial intelligence (AI), big data analytics, dan Internet of Things (IoT) untuk meningkatkan efisiensi, menciptakan nilai baru, serta merespons kebutuhan pelanggan secara lebih cepat dan akurat. Dengan demikian, transformasi digital bukan lagi sekadar inisiatif teknologi, tetapi menjadi bagian integral dari strategi bisnis dan sumber keunggulan bersaing perusahaan.

Investasi terhadap teknologi digital juga terbukti berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Berdasarkan laporan Deloitte (2023), perusahaan yang mengadopsi teknologi seperti AI dan cloud computing mengalami peningkatan produktivitas, percepatan proses inovasi, dan pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran. Hal ini memperlihatkan bahwa kemampuan beradaptasi terhadap teknologi digital bukan hanya menjadi tuntutan, tetapi juga peluang strategis bagi perusahaan.

Namun demikian, tidak semua perusahaan mampu menerapkan strategi inovasi digital secara efektif. Hambatan seperti kurangnya kompetensi sumber daya manusia, budaya organisasi yang tidak mendukung perubahan, serta keterbatasan investasi sering kali menjadi penghalang. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi manajemen inovasi dapat dikembangkan dan diimplementasikan secara optimal dalam konteks era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi manajemen inovasi di era digital dapat memperkuat keunggulan bersaing? dan (2) Faktor apa saja yang mendukung atau menghambat implementasi strategi tersebut? Pertanyaan-pertanyaan ini penting untuk dijawab mengingat dinamika perubahan yang terjadi di dunia bisnis saat ini sangat cepat dan disruptif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis strategi manajemen inovasi yang diterapkan di era digital, serta menjelaskan bagaimana strategi tersebut mampu menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengungkap faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam penerapan strategi inovasi digital.

Dengan memahami strategi-strategi tersebut, perusahaan dapat merancang pendekatan inovasi yang tidak hanya adaptif terhadap perubahan teknologi, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Strategi yang berbasis pada digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan seluruh rantai nilai, dari pengembangan produk hingga layanan pelanggan.

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi manajer dan pelaku bisnis dalam menyusun strategi manajemen inovasi yang efektif. Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik dalam pengembangan kajian ilmu manajemen, khususnya pada bidang inovasi dan transformasi digital.

## KAJIAN LITERATUR

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke seluruh aspek organisasi untuk menciptakan nilai baru dan meningkatkan daya saing perusahaan. Konsep ini mencakup penggunaan teknologi seperti AI, cloud computing, dan IoT dalam strategi operasional dan bisnis. Studi yang dipublikasikan di ResearchGate menunjukkan bahwa digital transformation tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis karena



berhubungan langsung dengan kemampuan perusahaan menciptakan proposisi nilai baru dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Salah satu pendekatan yang menonjol adalah *open innovation*, di mana kolaborasi eksternal dengan mitra strategis, startup, atau universitas dapat mempercepat proses pengembangan produk dan layanan baru secara signifikan.

Selain transformasi digital, perusahaan juga dituntut memiliki **kemampuan dinamis (dynamic capabilities)** untuk dapat bertahan dalam lingkungan yang terus berubah. Kemampuan ini meliputi kapasitas organisasi untuk merasakan peluang (sensing), menangkap nilai (seizing), dan mengkonfigurasi ulang sumber daya (reconfiguring). Agility atau kelincahan organisasi menjadi karakteristik penting dalam mendukung kemampuan ini. Agility menghubungkan proses operasional dengan inovasi secara cepat, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan respon terhadap perubahan pasar secara real-time. Hal ini menjadi semakin krusial di tengah volatilitas dan ketidakpastian yang tinggi dalam lingkungan bisnis digital saat ini.

Keputusan strategis dalam organisasi yang berbasis digital harus ditopang oleh pendekatan berbasis data. Konsep *data-driven decision making* melibatkan penggunaan business intelligence, data analytics, dan machine learning untuk mengoptimalkan pengambilan keputusan. Deloitte (2024) melaporkan bahwa perusahaan yang mengandalkan data sebagai aset strategis mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan prediktif. Di sisi lain, pendekatan ini juga membantu perusahaan dalam mitigasi risiko serta melakukan evaluasi kinerja secara berkelanjutan berdasarkan indikator berbasis bukti (evidence-based).

Aspek kepemimpinan juga memainkan peran vital dalam strategi manajemen inovasi digital. Kepemimpinan strategis tidak hanya menentukan arah transformasi digital, tetapi juga memengaruhi pembentukan budaya inovatif di dalam organisasi. Menurut Financial Times, pemimpin masa kini harus memiliki keberanian untuk mengambil risiko serta menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan perubahan. Budaya digital menekankan nilai-nilai kolaborasi, eksperimen, dan adaptasi terhadap teknologi baru sebagai bagian dari DNA organisasi. Hal ini sangat penting agar perubahan teknologi tidak hanya menjadi inisiatif jangka pendek, tetapi menjadi bagian dari transformasi menyeluruh dan berkelanjutan.

Akhirnya, untuk memahami strategi manajemen inovasi digital secara menyeluruh, dibutuhkan kerangka teori yang mendukung. Beberapa model konseptual yang relevan antara lain adalah *business model innovation*, *real options theory*, *ecosystem theory*, dan *open innovation framework*. Model-model ini memberikan dasar bagi perusahaan dalam menyusun strategi, mengevaluasi risiko, serta menciptakan sistem nilai kolaboratif dengan mitra eksternal. Literatur akademik dari ResearchGate mendukung pendekatan ini sebagai langkah fundamental dalam menyusun strategi digital yang berdaya saing tinggi dan adaptif terhadap disruptif.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **studi literatur komparatif**. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menelaah dan membandingkan berbagai teori dan temuan empiris dari literatur akademik serta artikel profesional terkini terkait strategi manajemen inovasi di era digital. Pendekatan studi literatur ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali wawasan dari berbagai sumber secara sistematis, mendalam, dan kontekstual guna menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap isu yang diteliti.

**Sumber data** yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jurnal-jurnal akademik yang diakses melalui database terpercaya seperti *ResearchGate*, *MDPI*, dan *IJOPE*. Selain itu,



artikel populer dan profesional dari *Financial Times* dan *Deloitte Insights* turut digunakan untuk memperkuat pembahasan dari sudut pandang praktisi industri. Penggunaan kombinasi sumber akademik dan praktis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang seimbang antara teori dan implementasi nyata di dunia bisnis.

**Teknik analisis** yang digunakan adalah *content analysis* terhadap konten literatur utama. Analisis dilakukan dengan menyusun, mengelompokkan, dan menyintesis teori serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik inovasi digital dan strategi manajemen. Pendekatan ini membantu peneliti dalam menemukan pola umum, kesenjangan teori, serta hubungan antar konsep utama yang mendukung pembentukan kerangka konseptual penelitian.

Sebagai hasil dari proses analisis literatur, disusunlah **model kerangka konsep** yang merepresentasikan hubungan antar elemen penting dalam strategi manajemen inovasi digital. Model tersebut terdiri dari komponen: *Digital Strategy* → *Digital Capability* → *Competitive Advantage*, dengan dukungan dari *Cultural Support & Leadership* yang memengaruhi kapabilitas digital, dan pada akhirnya berdampak pada *Performance*. Kerangka ini diadaptasi dari studi Omush et al. (2023) mengenai kapabilitas digital dan keunggulan bersaing pada usaha kecil dan menengah (SME), yang memberikan perspektif relevan dalam konteks transformasi digital perusahaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa **strategi digital** yang dirancang dengan baik memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan, terutama ketika dimediasi oleh kapabilitas digital. Sebuah studi terhadap 376 usaha kecil dan menengah (UKM) yang dimuat dalam *ResearchGate* menyimpulkan bahwa strategi digital yang kuat akan meningkatkan performa berkelanjutan perusahaan. Dalam hal ini, kapabilitas digital – yang mencakup penggunaan teknologi, SDM terampil, dan sistem informasi – menjadi jembatan utama yang menghubungkan strategi dan hasil. Selain itu, budaya digital yang mendukung eksperimen, pembelajaran, dan adopsi teknologi terbukti memperkuat hubungan antara strategi digital dan hasil kinerja.

Lebih lanjut, **kepemimpinan digital** memiliki keterkaitan erat dengan *agility* dan inovasi. Pemimpin yang mampu membaca tren teknologi, mengarahkan transformasi, serta mendorong partisipasi lintas fungsi akan menciptakan organisasi yang adaptif dan responsif. Dalam artikel di *ResearchGate*, dijelaskan bahwa kombinasi kepemimpinan visioner, pengelolaan pengetahuan (*knowledge management*), serta organisasi yang agile mampu menciptakan inovasi berkelanjutan. Agility memungkinkan organisasi untuk cepat beradaptasi terhadap kebutuhan pasar, sementara knowledge management menjamin aliran informasi dan ide inovatif tetap terjaga.

Salah satu fondasi strategi digital yang paling berdampak adalah pendekatan **data-driven decision-making**. Deloitte menunjukkan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan *data analytics*, AI, dan cloud computing dalam proses pengambilan keputusan mampu mencatat return on investment (ROI) yang lebih tinggi dibandingkan pesaing yang belum mengadopsi pendekatan tersebut. Dengan data yang akurat dan real-time, perusahaan tidak hanya mampu memahami preferensi pelanggan dengan lebih baik, tetapi juga dapat memprediksi perubahan pasar dan membuat keputusan yang cepat dan presisi.

Inovasi dalam **penelitian dan pengembangan (R&D)** juga mengalami transformasi besar di era digital. Teknologi seperti AI, *digital twins*, dan 3D printing telah mengubah cara perusahaan mengembangkan produk. Dalam industri farmasi, misalnya, penerapan teknologi ini mampu mempercepat proses pengembangan obat dari 10 tahun menjadi hanya 6 tahun, sekaligus menurunkan biaya hingga 45%, seperti dilaporkan oleh *Financial Times*. Ini menandakan bahwa digitalisasi R&D tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menciptakan keunggulan waktu dalam merespons kebutuhan pasar.



Dalam konteks teoritis, terdapat sinergi antara **model-model inovasi strategis** seperti *business model innovation* dan *open innovation*. Implementasi kedua pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk membangun kerjasama ekosistem yang lebih luas dan memperluas nilai yang dihasilkan. Studi di *ResearchGate* menyatakan bahwa keterbukaan terhadap kolaborasi eksternal mendorong proses penciptaan nilai (value creation) dan penangkapan nilai (value capture) menjadi lebih optimal, terutama di sektor teknologi dan manufaktur.

Akhirnya, pendekatan **real options** dan *knowledge management* memberikan kerangka kerja yang fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian di era digital. Dengan real options, perusahaan dapat mengambil keputusan investasi bertahap sambil mengelola risiko secara dinamis. Sementara itu, *knowledge management* memastikan bahwa pengetahuan yang ada di dalam organisasi dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mempercepat inovasi dan mendukung pengambilan keputusan berbasis informasi. Kedua pendekatan ini semakin penting dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah, kompleks, dan penuh disrupsi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi manajemen inovasi berbasis digital memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapabilitas organisasi dan pencapaian keunggulan kompetitif. Elemen-elemen utama seperti transformasi digital dan pendekatan *open innovation* terbukti mampu memperluas kapasitas organisasi dalam merespons dinamika pasar yang terus berubah. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat adaptasi, tetapi juga sebagai motor penggerak inovasi berkelanjutan.

Selain itu, kepemimpinan strategis dan budaya inovatif menjadi katalis penting dalam keberhasilan transformasi digital. Pemimpin yang visioner dan berani mengambil risiko dapat menciptakan lingkungan yang mendukung eksplorasi ide baru dan kolaborasi lintas fungsi. Budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan juga memperkuat integrasi teknologi baru ke dalam proses bisnis sehari-hari.

Teknologi seperti data analytics, artificial intelligence (AI), dan cloud computing telah menjadi fondasi utama dalam pengambilan keputusan strategis. Penggunaan teknologi ini memungkinkan organisasi untuk merespon tantangan secara lebih cepat, akurat, dan berbasis data yang valid. Dengan demikian, efisiensi operasional dan kualitas layanan dapat ditingkatkan secara signifikan.

Akhirnya, kombinasi antara kolaborasi ekosistem, fleksibilitas strategi melalui pendekatan *real options*, dan pengelolaan pengetahuan (*knowledge management*) terbukti memperkuat daya tahan organisasi dalam jangka panjang. Ketiga elemen tersebut memberikan organisasi kemampuan untuk tetap kompetitif meskipun berada dalam lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian dan disrupsi.

### Saran

Dari sisi praktis, manajemen perusahaan perlu secara aktif mengintegrasikan teknologi digital seperti AI dan cloud computing ke dalam strategi bisnis mereka. Selain itu, penting bagi organisasi untuk membangun budaya inovatif serta meningkatkan literasi digital dan data di semua level karyawan agar transformasi digital dapat berjalan optimal.

Dari sisi kebijakan, pemerintah dan asosiasi industri disarankan untuk memberikan dukungan konkret kepada usaha kecil dan menengah (UKM) melalui program pelatihan transformasi digital, penyediaan infrastruktur teknologi, serta insentif inovasi. Hal ini penting agar seluruh pelaku usaha, termasuk UKM, dapat berpartisipasi aktif dalam ekosistem digital.



Untuk penelitian lanjutan, disarankan agar model konseptual yang telah dibangun diuji secara empiris melalui studi kuantitatif atau kualitatif pada berbagai sektor industri dan jenis budaya organisasi. Hal ini bertujuan untuk memperkuat validitas teori serta mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas strategi digital dalam konteks yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deloitte. (2024). *Deloitte survey on digital transformation*. Deloitte Insights. Retrieved from <https://deloitte.wsj.com>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 175. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040175>
- Financial Times. (2024, November). *AI and the R&D revolution*. Financial Times. Retrieved from <https://www.ft.com>
- IJOPE. (2019). Strategic management in the digital era. *International Journal of Organizational Performance*, 7(1). Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- Omush, A., Kiprotich, D., & Awuor, F. (2023). Digitalization and sustainable competitive performance in SMEs. *ResearchGate*. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- ResearchGate. (2024). Driving competitive advantage in the digital era. *ResearchGate*. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- .