

STRATEGI DAN IMPLEMENTASI TRANSFORMASI DIGITAL DALAM ORGANISASI: TANTANGAN DAN PELUANG DI ERA DIGITAL

Syita Amalia Ratry¹, Dwi Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

Email : samaliaratry@gmail.com¹, Dwiastuti@pelitabangsa.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara dunia bergerak, khususnya di dunia bisnis. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek teknis, tetapi juga cara perusahaan berpikir, merancang strategi, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Di era digital saat ini, teknologi tidak lagi hanya menjadi alat bantu, tetapi telah menjadi bagian inti dari operasional bisnis dan pengambilan keputusan. Dalam persaingan global yang semakin ketat, digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan utama agar perusahaan tetap bisa bertahan dan berkembang. Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam bagaimana transformasi digital diterapkan oleh perusahaan dari berbagai sektor, mulai dari skala besar hingga usaha kecil dan menengah (UKM). Fokus utama penelitian ini adalah melihat dampaknya terhadap efisiensi operasional, inovasi layanan, serta kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), analitik data, dan cloud computing menjadi alat penting dalam proses ini. Namun di balik peluang tersebut, perusahaan juga menghadapi tantangan besar seperti minimnya keterampilan digital tenaga kerja, ancaman keamanan siber, hingga resistensi internal terhadap perubahan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan menyeluruh dari organisasi, mulai dari teknologi, sumber daya manusia, hingga budaya kerja. Peran pemimpin yang terbuka terhadap inovasi dan mampu membangun kerja sama lintas sektor juga menjadi faktor kunci. Transformasi digital bukanlah langkah instan, tetapi perjalanan jangka panjang yang memerlukan strategi yang matang, kesiapan untuk beradaptasi, serta semangat belajar yang terus-menerus. Studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi, tantangan, dan solusi dalam menghadapi transformasi digital, serta menjadi referensi bagi organisasi yang ingin membangun bisnis yang tangguh dan relevan di masa depan.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Strategi Bisnis, Tantangan Organisasi, Pengembangan Sumber Daya Manusia

Article History

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Munculnya era digital telah mendorong terjadinya transformasi bisnis secara menyeluruh, di mana teknologi menjadi bagian integral dari operasional, strategi, dan interaksi dengan konsumen. Konsep bisnis digital tidak lagi sekadar tren, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk mempertahankan daya saing di pasar global yang terus berubah. Menurut (Manyika et al., 2017) digitalisasi memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi operasional sekaligus menciptakan nilai tambah melalui inovasi produk dan layanan berbasis teknologi.

Transformasi digital memengaruhi berbagai sektor industri, baik skala besar maupun kecil. Perusahaan kini dapat memanfaatkan teknologi seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), Internet of Things (IoT), big data analytics, dan cloud computing untuk mengoptimalkan proses bisnis, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan responsif ((Brynjolfsson & McAfee, 2014); (Brynjolfsson & McAfee, 2014; J. W. Westerman et al., 2012a) Bahkan, akses terhadap teknologi digital turut membuka peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk bersaing secara lebih adil di kancah global.

Namun, meskipun peluang yang ditawarkan cukup besar, transformasi digital juga disertai berbagai tantangan yang kompleks. Di antaranya adalah perubahan yang cepat dalam preferensi konsumen, ancaman terhadap keamanan siber, kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital tenaga kerja, serta resistensi internal terhadap perubahan organisasi (FitzGerald et al., 2013a); (Vial, 2019) Tanpa strategi yang matang, perusahaan dapat kehilangan daya saing dan bahkan mengalami kegagalan bisnis di tengah dinamika pasar yang kian disruptif.

Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya memerlukan investasi teknologi semata, tetapi juga pendekatan menyeluruh yang mencakup perubahan budaya organisasi, penguatan kapabilitas sumber daya manusia, serta pengelolaan risiko secara strategis. (Davenport & Westerman, 2018) menekankan pentingnya kepemimpinan visioner dan kolaboratif untuk mendorong keberhasilan digitalisasi. Perusahaan yang mampu membangun ekosistem inovasi melalui kolaborasi dengan startup, lembaga riset, dan komunitas teknologi akan lebih siap dalam merespons perubahan serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif berbagai peluang dan tantangan dalam transformasi bisnis di era digital, serta merumuskan strategi inovasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Melalui pendekatan literatur dan analisis studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam memahami dinamika digitalisasi dan upaya yang perlu dilakukan untuk membangun masa depan bisnis yang tangguh dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

1. Transformasi Digital di Era Digital

Transformasi digital merupakan proses strategis yang melibatkan penerapan teknologi digital guna memperkuat kinerja organisasi, menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, serta

mengubah struktur dan model bisnis yang ada (Vial, 2019) Proses ini mencakup adaptasi terhadap teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan Internet of Things (IoT), yang memungkinkan perusahaan berinovasi melalui personalisasi layanan, otomatisasi proses, serta integrasi sistem kerja yang lebih efisien. Menurut (G. Westerman et al., 2014) peran kepemimpinan menjadi krusial dalam memastikan arah transformasi digital berjalan sesuai dengan tujuan strategis organisasi. Selain itu, Brynjolfsson dan McAfee (2014) menegaskan bahwa teknologi digital tidak hanya mendorong perubahan internal perusahaan, tetapi juga mengubah peta persaingan pasar secara keseluruhan.

2. Tantangan Transformasi Digital

Di balik potensi yang besar, transformasi digital menghadirkan tantangan kompleks yang harus dihadapi oleh organisasi. (Vial, 2019) mencatat bahwa hambatan utama meliputi resistensi terhadap perubahan, kurangnya keterampilan digital di kalangan karyawan, serta ancaman terhadap keamanan siber. Dalam konteks budaya organisasi, (Davenport & Westerman, 2018) menekankan bahwa kegagalan dalam menyesuaikan nilai dan pola pikir organisasi terhadap teknologi baru dapat menjadi penghambat utama keberhasilan transformasi. Tantangan lainnya berkaitan dengan regulasi dan perlindungan data pribadi yang semakin ketat, sehingga organisasi perlu menyesuaikan praktik operasional mereka agar tetap patuh terhadap hukum yang berlaku.

3. Peluang Transformasi Digital

Meskipun penuh tantangan, transformasi digital juga membawa berbagai peluang strategis bagi organisasi. (FitzGerald et al., 2013b) menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki kualitas pengalaman pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar secara global. (Bughin et al., 2018)) menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi secara efektif dapat meningkatkan produktivitas dan menciptakan inovasi disruptif. Selain itu, pemanfaatan teknologi seperti cloud computing, data analytics, dan platform e-commerce turut mendorong terciptanya ekosistem bisnis yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Sumber data berasal dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola-pola umum dari berbagai literatur untuk merumuskan peran teknologi dalam konteks manajemen perubahan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui analisis studi kasus terhadap lima perusahaan yang berasal dari sektor berbeda: e-commerce, manufaktur, jasa keuangan, pariwisata, dan pendidikan. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan manajer tingkat senior serta telaah terhadap dokumen internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital membawa sejumlah peluang strategis, namun juga menimbulkan tantangan signifikan dalam proses implementasinya.

1. Peluang dari Transformasi Digital

a. Efisiensi Operasional

Semua perusahaan yang diteliti mengungkapkan bahwa transformasi digital telah berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan efisiensi operasional. Teknologi seperti otomatisasi dan analitik data menjadi katalis utama dalam mengurangi beban kerja manual dan meningkatkan akurasi proses. Sebagai contoh, perusahaan manufaktur melaporkan penurunan waktu produksi hingga 30% setelah mengadopsi teknologi Internet of Things (IoT) dalam rantai produksinya. Hal ini selaras dengan temuan (Vial, 2019)) (Bughin et al., 2018)), yang menekankan potensi teknologi digital dalam mendorong efisiensi dan produktivitas.

b. Peningkatan Pengalaman Pelanggan

Di sektor e-commerce, transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan layanan yang lebih personal melalui kecerdasan buatan (AI). Teknologi ini digunakan untuk memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan penawaran produk, yang berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan hingga 25%. (G. Westerman et al., 2014)) juga menyatakan bahwa personalisasi berbasis data merupakan kunci keunggulan kompetitif dalam lanskap digital saat ini.

c. Ekspansi Pasar

Transformasi digital memberikan peluang ekspansi pasar yang signifikan, khususnya bagi sektor pariwisata. Dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial, perusahaan dapat menjangkau konsumen internasional, yang dalam beberapa kasus menghasilkan peningkatan pendapatan hingga 40%. (FitzGerald et al., 2013a)) menunjukkan bahwa transformasi digital membuka akses terhadap pasar global dan memperluas jangkauan layanan tanpa batasan geografis.

2. Tantangan dalam Transformasi Digital

a. Keamanan Data

Digitalisasi juga membawa konsekuensi berupa peningkatan risiko terhadap keamanan siber. Perusahaan jasa keuangan, misalnya, menghadapi tantangan besar dalam melindungi data pelanggan dari serangan malware dan kebocoran informasi. (Vial, 2019)) dan Davenport & (J. W. Westerman et al., 2012b) menekankan bahwa keamanan data menjadi isu sentral dalam transformasi digital, mengingat tingginya nilai dan sensitivitas informasi yang dikelola secara digital.

b. Kesenjangan Keterampilan Digital

Hampir seluruh responden menyampaikan kekhawatiran atas kurangnya keterampilan digital di kalangan tenaga kerja mereka. Transformasi digital menuntut penguasaan terhadap teknologi baru yang belum sepenuhnya dikuasai oleh sebagian besar karyawan, sehingga program pelatihan dan pengembangan menjadi sangat diperlukan. Hal ini mendukung temuan Bughin et al. (2018) mengenai perlunya investasi berkelanjutan dalam pembangunan kapasitas sumber daya manusia untuk menyukseskan transformasi digital.

c. Resistensi terhadap Perubahan

Salah satu tantangan non-teknis terbesar adalah resistensi internal terhadap perubahan. Banyak organisasi menghadapi kesulitan dalam mengubah budaya kerja dan

kebiasaan lama, yang menjadi penghalang dalam penerapan teknologi baru. Ini sejalan dengan pendapat Davenport dan Westerman (2018), yang menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan budaya organisasi dan dukungan dari seluruh level internal.

PEMBAHASAN

1. Peluang dari Transformasi Digital

a. Efisiensi Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh perusahaan yang dianalisis mengalami peningkatan efisiensi operasional sebagai dampak langsung dari implementasi transformasi digital. Penggunaan teknologi seperti otomatisasi proses kerja dan analisis data menjadi elemen kunci dalam mengefisienkan aktivitas operasional serta meminimalkan ketergantungan pada pekerjaan manual. Contohnya, pada sektor manufaktur, penerapan Internet of Things (IoT) mampu memangkas waktu produksi hingga 30%, yang mencerminkan efektivitas integrasi teknologi dalam lini produksi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Vial (2019) serta Bughin et al. (2018), yang menyatakan bahwa teknologi digital berperan besar dalam mempercepat proses kerja dan meningkatkan produktivitas.

b. Peningkatan Pengalaman Pelanggan

Di sektor e-commerce, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) secara signifikan membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan serta perilaku konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan sesuai preferensi pengguna. Strategi ini terbukti meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan hingga 25%. Menurut Westerman et al. (2014), personalisasi berbasis data telah menjadi aspek strategis dalam menciptakan keunggulan bersaing di era digital yang kompetitif.

c. Ekspansi Pasar

Transformasi digital juga membuka jalan bagi perusahaan untuk memperluas cakupan pasar secara signifikan, terutama di sektor pariwisata. Dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial, perusahaan dapat menjangkau konsumen lintas negara tanpa hambatan geografis. Beberapa perusahaan bahkan mencatat peningkatan pendapatan hingga 40% berkat strategi digital ini. Fitzgerald et al. (2013) menekankan bahwa teknologi digital mampu mendorong keterbukaan pasar dan memperluas jangkauan layanan, menjadikan globalisasi digital sebagai bagian integral dari pertumbuhan bisnis modern.

2. Tantangan dalam Transformasi Digital

a. Keamanan Data

Meskipun digitalisasi menghadirkan banyak peluang, risiko terkait keamanan siber juga meningkat secara signifikan. Perusahaan yang bergerak di sektor jasa keuangan menjadi salah satu yang paling rentan terhadap serangan digital, seperti malware dan kebocoran data pelanggan. Isu ini menjadi perhatian utama, sejalan dengan pernyataan Vial (2019) dan Davenport & Westerman (2018), yang menyebutkan bahwa keamanan data merupakan tantangan utama yang harus ditangani dengan kebijakan dan sistem proteksi yang kuat.

b. Kesenjangan Keterampilan Digital

Seluruh perusahaan dalam studi ini mengungkapkan adanya kesenjangan keterampilan digital di antara tenaga kerja mereka. Transformasi digital menuntut penguasaan terhadap teknologi yang baru dan kompleks, sedangkan mayoritas karyawan belum memiliki kompetensi tersebut. Oleh karena itu, program pelatihan dan pengembangan SDM menjadi kebutuhan mendesak. Bughin et al. (2018) juga menegaskan bahwa investasi dalam pelatihan karyawan merupakan kunci sukses dalam mengoptimalkan manfaat dari teknologi digital.

c. Resistensi terhadap Perubahan

Selain tantangan teknis, hambatan yang berasal dari dalam organisasi seperti resistensi terhadap perubahan turut menjadi penghalang serius. Perubahan sistem kerja yang dibawa oleh digitalisasi sering kali ditanggapi dengan penolakan oleh karyawan karena faktor kebiasaan dan ketakutan akan ketidakpastian. Hal ini sejalan dengan pandangan Davenport dan Westerman (2018) yang menyatakan bahwa transformasi digital tidak hanya membutuhkan teknologi, tetapi juga kesiapan budaya organisasi serta keterlibatan aktif dari semua tingkatan struktur manajerial.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah menjadi katalis penting dalam mendorong perubahan signifikan dalam operasional dan strategi bisnis organisasi di berbagai sektor industri. Perusahaan yang berhasil menerapkan transformasi ini memperoleh sejumlah manfaat nyata, seperti peningkatan efisiensi kerja, penyediaan layanan yang lebih responsif dan terpersonalisasi bagi pelanggan, serta perluasan jangkauan pasar melalui platform digital. Teknologi-teknologi mutakhir seperti Internet of Things (IoT), serta berbagai sistem digital berbasis data terbukti mampu memberikan nilai tambah dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan di tengah dinamika pasar yang semakin cepat dan kompleks.

Namun, di balik berbagai peluang tersebut, transformasi digital juga membawa tantangan yang tidak dapat diabaikan. Organisasi dihadapkan pada persoalan serius seperti risiko keamanan data yang meningkat, kesenjangan keterampilan teknologi pada tenaga kerja, dan resistensi terhadap perubahan internal yang kerap memperlambat proses adopsi digital. Tantangan ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan sekadar persoalan teknis, tetapi juga menyangkut kesiapan organisasi secara menyeluruh—baik dari segi struktur, budaya kerja, maupun sumber daya manusianya.

Dengan demikian, keberhasilan dalam menjalankan transformasi digital tidak hanya bergantung pada kemampuan organisasi dalam memilih teknologi yang tepat, melainkan juga pada kematangan budaya organisasi, peran kepemimpinan yang visioner dan inklusif, serta komitmen jangka panjang untuk memberdayakan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan yang relevan. Pendekatan yang manusiawi, partisipatif, dan adaptif menjadi sangat penting agar proses perubahan ini tidak hanya bersifat mekanis, tetapi benar-benar mendorong organisasi menuju model bisnis yang lebih inovatif, berkelanjutan, dan tangguh dalam menghadapi era digital yang penuh tantangan dan ketidakpastian.

DAFTAR PUSTAKA

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & company.
- Bughin, J., Seong, J., Manyika, J., Chui, M., & Joshi, R. (2018). Notes from the AI frontier: Modeling the impact of AI on the world economy. *McKinsey Global Institute*, 4(1).
- Davenport, T. H., & Westerman, G. (2018). Digital Transformation. *Harvard Business Review*.
- FitzGerald, E., Ferguson, R., Adams, A., Gaved, M., Mor, Y., & Thomas, R. (2013a). Augmented reality and mobile learning: the state of the art. *International Journal of Mobile and Blended Learning (IJMBL)*, 5(4), 43–58.
- FitzGerald, E., Ferguson, R., Adams, A., Gaved, M., Mor, Y., & Thomas, R. (2013b). Augmented reality and mobile learning: The state of the art. *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 5(4), 43–58. <https://doi.org/10.4018/ijmb.2013100103>
- Manyika, J., Chui, M., Miremadi, M., Bughin, J., George, K., Willmott, P., & Dewhurst, M. (2017). A future that works: AI, automation, employment, and productivity. *McKinsey Global Institute Research, Tech. Rep*, 60, 1–135.
- Vial, G. (2019). *JOURNAL OF STRATEGIC INFORMATION SYSTEMS REVIEW Manuscript title: Understanding digital transformation: A review and a research agenda*.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.
- Westerman, J. W., Bergman, J. Z., Bergman, S. M., & Daly, J. P. (2012a). Are universities creating millennial narcissistic employees? An empirical examination of narcissism in business students and its implications. *Journal of Management Education*, 36(1), 5–32.
- Westerman, J. W., Bergman, J. Z., Bergman, S. M., & Daly, J. P. (2012b). Are universities creating millennial narcissistic employees? An empirical examination of narcissism in business students and its implications. *Journal of Management Education*, 36(1), 5–32.