

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

Oleh:

Reza Anjaska¹

Mirzam Arqy Ahmadi²

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Alamat: JL. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah (57162).

Korespondensi Penulis: b100210356@student.ums.ac.id

Abstract. *Digital transformation has changed the way companies operate, interact with customers, and manage internal processes. Many companies face challenges in adapting their business strategies to remain competitive and meet the ever-evolving expectations of customers. With the rapid advancement of technology, companies need to understand how business strategy innovation can enhance operational efficiency and customer satisfaction. This study aims to analyze the impact of business strategy innovation in the era of digital transformation. The research employs a literature review method by collecting and analyzing various relevant sources. The analysis is conducted to identify trends, challenges, and best practices in the implementation of digital business strategies. The findings indicate that companies that implement digital business strategy innovations experience significant improvements in operational efficiency, evidenced by reduced costs and processing times. Additionally, there is an increase in customer satisfaction through faster services and personalized experiences. Market reach has also expanded through the use of digital platforms, enabling access to new market segments. This study has several limitations, including reliance on literature sources that may not encompass all the latest perspectives, potential limitations in generalizing findings to specific industry sectors, and a focus on theoretical analysis that provides less practical insight for real-world applications.*

Keywords: *Innovation, Business Strategies, Digital Transformation.*

Received December 09, 2024; Revised December 17, 2024; December 20, 2024

*Corresponding author: b100210356@student.ums.ac.id

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

Abstrak. Transformasi digital telah mengubah cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola proses internal. Banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mengadaptasi strategi bisnis mereka untuk tetap kompetitif dan memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, perusahaan perlu memahami bagaimana inovasi strategi bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak inovasi strategi bisnis di era transformasi digital. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi tren, tantangan, dan praktik terbaik dalam penerapan strategi bisnis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan inovasi strategi bisnis digital mengalami peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional, yang ditunjukkan oleh pengurangan biaya dan waktu proses. Selain itu, terdapat peningkatan kepuasan pelanggan melalui layanan yang lebih cepat dan personalisasi pengalaman. Ekspansi jangkauan pasar juga terwujud melalui penggunaan platform digital yang memungkinkan akses ke segmen pasar baru. Penelitian ini memiliki beberapa limitasi, meliputi ketergantungan pada sumber literatur yang mungkin tidak mencakup semua perspektif terbaru, potensi generalisasi temuan yang terbatas pada sektor industri tertentu, dan fokus pada kajian teoretis yang kurang memberikan *insight* praktis untuk aplikasi di dunia nyata.

Kata Kunci: Inovasi, Strategi Bisnis, Inovasi Digital.

LATAR BELAKANG

Digitalisasi bisnis telah menjadi keharusan bagi organisasi maupun perusahaan di seluruh dunia sebagai proses transformasi dengan adanya revolusi digital. Perubahan tidak terjadi pada interaksi dengan teknologi saja, melainkan merambah ke perancangan, pengembangan, dan manajemen bisnis secara menyeluruh. Kemajuan teknologi digital tidak hanya mengubah cara kerja, tetapi juga memengaruhi tuntutan pasar dan perilaku konsumen. Sebagai hasilnya, organisasi harus mengadopsi pendekatan yang inovatif dalam mengembangkan dan merencanakan bisnis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin global dan dinamis. Era digital saat ini membawa banyak peluang baru seiring dengan tantangan yang signifikan bagi pelaku bisnis dan

ekonomi. Transformasi ekonomi dan bisnis yang terjadi bukan hanya sekedar mengubah cara interaksi antar individu melainkan segala aspek unsur bisnis.

Teknologi telah memudahkan akses ke informasi, memungkinkan komunikasi yang lebih efisien, dan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Teknologi informasi canggih seperti *Big Data*, *Internet of Things (IoT)*, dan *Blockchain* telah merevolusionalisasi cara perusahaan beroperasi dan mengelola bisnis (Fadillah et al., 2023). Transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi arus informasi dan alokasi faktor-faktor produksi, tetapi juga meningkatkan daya saing inti perusahaan melalui penggunaan teknologi mutakhir.

Dalam lanskap digital yang terus berubah, metodologi bisnis konvensional semakin tidak cukup untuk memastikan keberlanjutan suatu perusahaan (Ahmadi et al., 2024). Organisasi kontemporer diharuskan untuk melengkapi diri mereka untuk menghadapi hambatan yang ditimbulkan oleh meningkatnya persaingan melalui perumusan strategi bisnis digital perintis. Pendekatan strategis ini menekankan tidak hanya perluasan kegiatan bisnis tetapi juga integrasi solusi teknologi informasi mutakhir, sehingga membangun kerangka kerja jangka panjang yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan.

Pasar global saat ini menuntut perusahaan untuk memiliki visi dan misi yang jelas. Perusahaan harus dapat memahami permintaan pasar dan memanfaatkan teknologi untuk memenuhi tujuan bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan layanan pelanggan dan mempercepat pertumbuhan bisnis *e-commerce* dan aplikasi digital telah menjadi fenomena yang dominan di Indonesia, menunjukkan potensi besar bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnis aplikasi digital (Barus et al., 2024).

Strategi bisnis digital yang inovatif memprioritaskan tidak hanya keuntungan finansial langsung tetapi juga keberlanjutan operasional jangka panjang. Dalam inisiatif global untuk memenuhi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), perumusan strategi bisnis digital yang efisien dan sesuai dengan persyaratan masyarakat modern sangat penting (Angelia Putriana, 2023). Namun, hal tersebut tidak terlepas dari berbagai macam tantangan atau isu-isu keorganisasian, Pemimpin memiliki peran penting baik dari segala aspek yang mengharuskan memiliki kemampuan komunikasi efektif dan efisien, maupun mampu untuk memotivasi para karyawannya dalam. Perusahaan yang dapat

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

mengintegrasikan teknologi digital dengan strategi bisnis yang berkelanjutan mampu memberikan hasil yang signifikan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis digital yang inovatif guna meningkatkan efektivitas operasional dan keberlanjutan perusahaan di era transformasi digital. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa transformasi digital telah menjadi kebutuhan murni bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi canggih. Sehingga, penelitian ini akan fokus pada pengembangan strategi bisnis digital yang inovatif dan efisien untuk meningkatkan keberlanjutan operasional perusahaan.

KAJIAN TEORITIS

Inovasi Strategi Bisnis

Inovasi bisnis mencakup pengenalan konsep baru, produk, layanan, atau proses yang meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan nilai yang diberikan kepada konsumen. Inovasi tersebut dapat bermanifestasi dalam berbagai bentuk, termasuk inovasi produk, inovasi proses, inovasi model bisnis, atau inovasi pemasaran. Inovasi merupakan elemen penting dalam menumbuhkan keunggulan kompetitif dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Baihaqi & Huda, 2023). Dalam kerangka perdagangan kontemporer, inovasi melampaui pengembangan produk belaka dan melibatkan organisasi strategis sumber daya dan cara perusahaan terlibat dengan pelanggan mereka.

Strategi bisnis merupakan kerangka kerja jangka panjang yang komprehensif yang dirancang untuk memenuhi aspirasi dan tujuan organisasi. Strategi ini mencakup penentuan mengenai metode di mana perusahaan akan memposisikan dirinya secara kompetitif di pasar, sumber daya yang akan dialokasikan, dan cara perusahaan akan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Ramadhani et al., (2024) mengidentifikasi tiga jenis strategi kompetitif: diferensiasi, biaya rendah, dan fokus. Setiap strategi memiliki pendekatan unik untuk mencapai keunggulan kompetitif. Strategi bisnis tidak hanya berfokus pada bagaimana perusahaan akan mencapai keuntungan finansial, tetapi juga bagaimana mereka akan memposisikan diri mereka di pasar, bagaimana mereka akan memanfaatkan keunggulan kompetitif mereka. (Arnold et al., 2022).

Inovasi strategi bisnis adalah pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai baru dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasar yang terus berubah. Di era digital, inovasi ini semakin penting, karena teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengakses data dan informasi yang lebih luas untuk mendukung keputusan strategis.

Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan inisiatif strategis yang memberdayakan organisasi untuk memanfaatkan teknologi seperti komputasi awan, *big data*, dan *Internet of Things* (IoT) untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Proses ini tidak hanya melibatkan penerapan teknologi baru, tetapi juga memerlukan perubahan budaya organisasi dan model bisnis yang ada (Utami et al., 2024). Bisnis digital adalah model bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan interaksi antara produsen dan konsumen integrasi antara teknologi dan strategi bisnis menjadi fenomena yang dikenal sebagai strategi bisnis digital

Transformasi ini menimbulkan perubahan besar dalam metodologi operasional perusahaan dan nilai yang mereka berikan kepada pelanggan mereka. Manfaat Transformasi Digital (Triwijayati et al., 2023)

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional: Melalui otomatisasi proses bisnis, transformasi digital membantu organisasi menghemat waktu dan pengeluaran sekaligus meningkatkan produktivitas karyawan
2. Mendorong Inovasi: Integrasi teknologi digital memfasilitasi pengambilan keputusan yang unggul dan inovatif
3. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Transformasi digital memberdayakan organisasi untuk menyebarkan informasi produk dengan kecepatan dan efisiensi yang lebih besar, sehingga memperkaya pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk menyediakan informasi produk dengan lebih cepat dan efisien, meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
4. Memasuki Pasar Baru: memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat membuka peluang untuk memasuki pasar baru.

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

5. Mengurangi Risiko Kecurangan: Penggunaan teknologi digital dalam proses bisnis dapat membantu mengurangi risiko kecurangan dengan meningkatkan transparansi dan akurasi data.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi literatur dengan pendekatan analisis sistematis. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis informasi yang relevan dari berbagai sumber untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai inovasi strategi bisnis di era transformasi digital. Dalam konteks penelitian ini, studi literatur digunakan untuk mengidentifikasi konsep, teori, dan praktik terbaik terkait inovasi strategi bisnis dan transformasi digital. Dengan menggunakan metode studi literatur dan analisis sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang inovasi strategi bisnis di era transformasi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan berbagai perspektif dan temuan yang ada, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengadopsi strategi baru di tengah perkembangan teknologi yang cepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi dalam Strategi Bisnis Digital

Inovasi dalam strategi bisnis digital meliputi penggunaan alat-alat seperti media sosial, konten digital berkualitas, dan *influencer marketing* untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Pemilihan strategi yang tepat sangat penting untuk mencapai hasil yang diharapkan dalam pemasaran digital. Misalnya, penggunaan media sosial tidak hanya meningkatkan popularitas produk tetapi juga menciptakan konsumen yang loyal (Ahmadi, 2023). Inovasi bukan hanya sekadar pilihan, melainkan suatu kebutuhan mendesak bagi perusahaan untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif. Perusahaan harus terus menerus berinovasi dalam produk, layanan, dan proses operasional mereka untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus berubah.

Kolaborasi dengan mitra eksternal, termasuk *startup* dan penyedia teknologi, terbukti menjadi kunci dalam memperkuat daya saing. Hal ini memberikan akses kepada

perusahaan terhadap inovasi dan sumber daya tambahan yang diperlukan untuk mendukung strategi bisnis mereka. Tingkat kesiapan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar juga menjadi faktor penting. Perusahaan yang memiliki budaya inovatif dan dukungan dari manajemen cenderung lebih sukses dalam menerapkan strategi digital. Banyak perusahaan yang mulai mengembangkan model bisnis baru yang lebih fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Ini termasuk penggunaan platform digital untuk menjangkau pelanggan secara langsung dan memperluas saluran distribusi *online*.

Transformasi Digital dalam Bisnis

Transformasi digital telah menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan di berbagai sektor. Teknologi juga mendorong perusahaan untuk mengadopsi model bisnis berlangganan dan berbasis layanan. Selain perubahan dalam cara produk dan layanan disampaikan kepada pelanggan, teknologi juga telah mengubah model bisnis dalam hal monetisasi data. Perusahaan kini dapat mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data pelanggan untuk menghasilkan pendapatan tambahan melalui berbagai cara, seperti penargetan iklan yang lebih tepat dan penawaran produk yang disesuaikan. Namun, perubahan model bisnis ini juga membawa risiko tersendiri. Misalnya, perusahaan harus mempertimbangkan masalah privasi data dan keamanan informasi saat mengumpulkan dan menggunakan data pelanggan.

Novendra et al., (2024) menyatakan bahwa pergeseran dari pemasaran tradisional ke digital memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persyaratan konsumen dan meningkatkan proses yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Pemasaran digital tidak hanya memperluas keterlibatan *audiens* tetapi juga menumbuhkan hubungan interaktif yang lebih mendalam dengan konsumen (Syamsudin et al., 2024). Transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan melalui beberapa cara yang signifikan:

1. Otomatisasi Proses Bisnis: Dengan mengimplementasikan teknologi otomatisasi, perusahaan dapat mengurangi intervensi manual dalam proses bisnis yang kompleks dan repetitif. Sistem informasi yang terintegrasi dapat mempercepat waktu pengerjaan dan meminimalkan kesalahan manusia, sehingga meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

2. Pengambilan Keputusan Berbasis Data: Proses transformasi digital memberikan akses ke data instan yang mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat. Melalui pemanfaatan analitik canggih, organisasi dapat menentukan tren pasar dan kebutuhan konsumen, sehingga memungkinkan respons yang lebih efektif terhadap fluktuasi.
3. Peningkatan Kolaborasi dan Komunikasi: Teknologi digital memfasilitasi kolaborasi yang lebih baik antara tim internal dan eksternal. Dengan platform kolaborasi berbasis *cloud*, karyawan dapat bekerja dari mana saja, berbagi informasi secara efisien, dan berkoordinasi dalam proyek-proyek yang kompleks.
4. Pengurangan Biaya Operasional: Implementasi teknologi digital seperti *cloud computing* mengurangi ketergantungan pada infrastruktur fisik dan mengurangi pengeluaran pemeliharaan. Hal ini memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan mengurangi biaya operasional secara keseluruhan.
5. Peningkatan Produktivitas Karyawan: Melalui otomatisasi tugas rutin, karyawan diberi kesempatan untuk berkonsentrasi pada upaya yang lebih strategis dan kreatif. Ini tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga menumbuhkan lingkungan kerja yang lebih dinamis dan inovatif.
6. Fleksibilitas dan Kelincahan Bisnis: Transformasi digital memberi organisasi kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan pasar yang berfluktuasi dan preferensi pelanggan yang berkembang. Dengan sistem yang lebih mudah beradaptasi, organisasi dapat segera memodifikasi strategi bisnis mereka sesuai dengan dinamika pasar.
7. Kualitas Produk dan Layanan: Dengan memanfaatkan teknologi, seperti *Internet of Things* (IoT), untuk memantau kualitas produk secara *real-time*, organisasi dapat melakukan pemeliharaan preventif dan memastikan bahwa produk yang diproduksi mematuhi tolok ukur kualitas tertinggi.

Akibatnya, transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberdayakan organisasi untuk terlibat dengan pelanggan secara global, meningkatkan respons terhadap pergeseran pasar, dan mengembangkan produk yang lebih selaras dengan kebutuhan konsumen (Fadillah et al., 2023). Transformasi digital memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai sektor bisnis.

Berikut adalah beberapa cara bagaimana transformasi digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. **Percepatan Proses Layanan:** Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk mempercepat proses layanan, sehingga pelanggan dapat menerima produk dan layanan dengan lebih cepat. Penggunaan teknologi seperti aplikasi *mobile* dan *platform online* mempermudah akses pelanggan terhadap layanan yang mereka butuhkan, yang berujung pada pengalaman yang lebih baik.
2. **Interaksi yang Lebih Baik:** Dengan adopsi teknologi digital, perusahaan dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial dan *chatbot*. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dan dukungan secara langsung, meningkatkan kepuasan mereka karena merasa didengarkan dan diperhatikan.
3. **Personalisasi Layanan:** transformasi digital memfasilitasi organisasi dalam memanfaatkan data analitis untuk membedakan preferensi dan persyaratan pelanggan mereka yang berbeda. Berbekal kecerdasan ini, perusahaan mampu memberikan pengalaman yang lebih disesuaikan, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.
4. **Aksesibilitas yang Ditingkatkan:** Penyediaan layanan digital yang tersedia memungkinkan konsumen untuk terlibat dengan perusahaan kapan saja dan dari lokasi mana pun. Faktor ini sangat penting dalam menumbuhkan pengalaman pelanggan yang menguntungkan karena mereka tidak terikat oleh waktu atau lokasi fisik.
5. **Umpan Balik yang Responsif:** Dengan saluran komunikasi digital, pelanggan dapat memberikan umpan balik dengan mudah. Perusahaan yang responsif terhadap umpan balik ini dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.
6. **Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan:** Transformasi digital juga berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan layanan melalui otomatisasi dan penggunaan teknologi canggih. Hal ini membantu perusahaan dalam menjaga standar kualitas tinggi, yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan.
7. **Kompetisi yang Lebih Sehat:** Dengan adanya transformasi digital, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan pelayanan mereka. Hal ini

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

menciptakan lingkungan kompetitif yang mendorong perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan secara lebih baik.

Hubungan antara Inovasi Bisnis dan Strategi Bisnis

Inovasi bisnis dan strategi bisnis saling terkait erat. Inovasi sering kali menjadi pendorong utama dalam pengembangan strategi bisnis yang efektif (Fahmi, 2024). Berikut adalah beberapa cara di mana inovasi memengaruhi strategi bisnis:

1. **Penciptaan Nilai:** Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan, yang dapat menjadi dasar untuk strategi diferensiasi. Misalnya, perusahaan teknologi yang mengembangkan produk baru dengan fitur unik dapat menarik pelanggan yang mencari solusi yang lebih baik.
2. **Respons terhadap Perubahan Pasar:** Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, inovasi bisnis membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Strategi bisnis yang sukses harus mampu mengintegrasikan inovasi untuk tetap relevan.
3. **Peningkatan Efisiensi:** Inovasi proses, seperti otomatisasi dan penggunaan teknologi digital, dapat meningkatkan efisiensi operasional. Ini memungkinkan perusahaan untuk menurunkan biaya dan mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif, yang pada gilirannya memengaruhi strategi biaya rendah.

Tantangan dalam Penerapan Strategi Digital

Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan, transformasi digital juga menghadapi berbagai tantangan. Banyak perusahaan mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan perubahan ini karena keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan dari karyawan, serta kebutuhan untuk mengembangkan keterampilan baru di dalam organisasi (Barus et al., 2024). Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang cepat juga memerlukan adaptasi yang signifikan dari perusahaan untuk tetap relevan di pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa inovasi dalam strategi bisnis, terutama selama era transformasi digital, sangat penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, organisasi dapat menghasilkan proposisi nilai baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan beradaptasi dengan variasi pasar yang cepat. Tinjauan literatur yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi melampaui produk dan layanan belaka; itu juga mencakup proses bisnis dan model bisnis yang lebih fleksibel. Akibatnya, perusahaan yang secara mahir menerapkan inovasi dalam strategi bisnis akan memperoleh keunggulan kompetitif yang substansif di pasar. Transformasi digital melengkapi organisasi dengan kemampuan untuk mengotomatiskan proses, meningkatkan interaksi pelanggan, dan merangkul model bisnis yang lebih mudah beradaptasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat dengan cepat menanggapi pergeseran pasar dan meningkatkan kualitas penawaran mereka. Selain itu, transformasi digital secara signifikan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan inovasi pada skala nasional..

Saran

1. Bagi pebisnis:
 - a. Investasi dalam Teknologi: Perusahaan disarankan untuk terus berinvestasi dalam teknologi terbaru yang mendukung transformasi digital, seperti kecerdasan buatan (AI), analitik data, dan *platform e-commerce*. Ini akan membantu meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.
 - b. Pelatihan Karyawan: Karyawan yang terampil dalam menggunakan alat digital akan lebih mampu memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan.
 - c. Fokus pada Pengalaman Pelanggan: Perusahaan harus terus memprioritaskan pengalaman pelanggan dalam setiap aspek bisnis mereka.
 - d. Kolaborasi dan Kemitraan: Perusahaan dianjurkan untuk menjalin kemitraan dengan *startup* teknologi atau penyedia layanan digital untuk mempercepat proses inovasi dan mendapatkan akses ke sumber daya baru.
2. Bagi peneliti selanjutnya:

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

- a. Eksplorasi Praktik Terbaik: Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi praktik terbaik dalam penerapan inovasi strategi bisnis di berbagai industri, sehingga hasilnya dapat memberikan panduan yang lebih konkret bagi perusahaan.
 - b. Analisis Kasus Nyata: Penelitian selanjutnya dapat mengkaji studi kasus perusahaan yang sukses dalam transformasi digital untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendukung keberhasilan mereka.
 - c. Fokus pada Sumber Daya Manusia: Mengingat pentingnya keterampilan dan budaya organisasi dalam inovasi, penelitian lebih lanjut sebaiknya memfokuskan pada pengembangan sumber daya manusia dan strategi manajerial yang mendukung inovasi.
3. Limitasi Penelitian
- a. Keterbatasan Literatur: Penelitian ini bergantung pada sumber-sumber literatur yang ada, sehingga mungkin tidak mencakup semua perspektif atau perkembangan terbaru dalam inovasi strategi bisnis.
 - b. Generalisasi Temuan: Hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke semua sektor industri, mengingat konteks dan dinamika yang berbeda di setiap industri.
 - c. Fokus pada Teori: Penelitian ini lebih berfokus pada kajian teoretis, sehingga kurang memberikan *insight* praktis yang dapat langsung diterapkan oleh perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmadi, M. A. (2023). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>
- Ahmadi, M. A., Shobahiya, M., Prakosa, B. P., Hidayah, J. N., Sulistianingsih, E., & Surakarta, M. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN INFLUENCER MARKETING DALAM PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OUTLET OLEH-OLEH Di Indonesia*. 02(1), 1–17.

- Angelia Putriana. (2023). Analisis Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 223–232. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i3.2105>
- Arnold, Dewi Ratna Sari, Wijaya Indah Sukmawati, & Sugiyanti Dewi Fitri. (2022). Dampak E- Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dan Strategi Bisnis. *Manajemen Pemasaran Internasional*, 1 no 2(2), 57–58.
- Baihaqi, A., & Huda, M. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Umkm Di Kabupaten Pasuruan. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 120–130. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/294>
- Barus, D. R., Simangunsong, J. S., Engelika, S., Ginting, B., & Saragih, S. (2024). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Pasar Global The Influence Of Information Technology Developments On Global Markets*. 495–500.
- Fadillah, S., Marpaung, Zulkaidah Siregar, H., Abdillah, F., Fadilla, H., Arif, M., & Manurung, P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111–6122. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2827>
- Fahmi, D. (2024). Inovasi Bisnis dan Transformasi Digital Kunci Kesuksesan di Era Kontemporer. *AsbaK: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 6–8. <https://loddosinstitute.org/journal/index.php/asbak/article/view/96%0Ahttps://loddosinstitute.org/journal/index.php/asbak/article/download/96/98>
- Novendra, R., Turnandes, Y., Nugroho, G., Revnu, M., & Manahan, M. R. (2024). *Systematic Literature Review : Digital Marketing Strategy Tinjauan Pustaka Sistematis : Strategi Digital Marketing*. 5(2), 9075–9094.
- Ramadhani, S. N., Lestari, M. D., Sianturi, A. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Inovatif Dalam Menghadapi Daya Saing Bisnis Di Era Digital. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 434–437.
- Syamsudin, U., Nurjanah, S., Zamuri, S. A., & Oktaviani, N. (2024). PENGEMBANGAN DAN OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BASO VIRAL TEH

INOVASI STRATEGI BISNIS SEBAGAI TAHAPAN ADAPTASI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL

NOVI Submit : 1 Mei 2024 Diterima : 12 Mei 2024 Online : 27 Mei 2024. *Jurmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 23–29.

Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>

Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, vina. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *JurnalEkonomidanBisnisDigital*, 2(01), 423–431.