

## INOVASI DALAM MANAJEMEN STRATEGI: “MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS DI ERA DIGITAL”

Mohamad Afrizal Miradji , Walbertus Agung Setio Vercelly, Marita Kholifatul  
Aisyah, Amelia Yuherda, Rizky Muhammad Faiz  
[walbertusvercelly@gmail.com](mailto:walbertusvercelly@gmail.com)  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

### ABSTRAK

Di era digital yang berubah dengan cepat, perusahaan harus memprioritaskan inovasi untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Esai ini mengeksplorasi pentingnya inovasi dalam pengelolaan strategi perusahaan di era digital. Inovasi mencakup lebih dari sekadar pengembangan produk atau layanan baru; inovasi juga mencakup transformasi proses operasional perusahaan, meningkatkan interaksi konsumen, dan menghasilkan nilai yang bertahan lama. Abstrak ini menjelaskan pentingnya inovasi dalam mengatasi kesulitan dan prospek era digital, cara-cara di mana inovasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan, dan teknik-teknik yang dapat digunakan organisasi untuk meningkatkan potensi inovasi mereka. Kami juga menampilkan contoh-contoh organisasi terkemuka yang telah secara efektif menjalankan teknik perintis untuk membangun keunggulan kompetitif di era digital, seperti Apple, Amazon, Airbnb, dan Gojek. Dengan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pentingnya inovasi dalam manajemen strategis, para pembaca akan dapat merumuskan rencana inovasi yang efisien untuk meningkatkan daya saing perusahaan mereka dan menjadi pemenang dalam persaingan di pasar global yang semakin rumit. Artikel ini menawarkan wawasan yang signifikan bagi para pemimpin bisnis dan profesional yang ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya inovasi di era digital.

**Kata Kunci:** Inovasi, manajemen strategi, keunggulan kompetitif, dan era digital.

### ABSTRACT

In a rapidly changing digital era, companies must prioritize innovation to build and maintain a competitive advantage in an increasingly tight marketplace. This essay explores the importance of innovation in managing corporate strategy in the digital era. Innovation includes more than just the development of new products or services; innovation also includes transforming a company's operational processes, improving consumer interactions, and generating lasting value. This abstract explains the importance of innovation in overcoming the difficulties and prospects of the digital era, the ways in which innovation can increase a company's competitiveness, and the techniques that organizations can use to increase their innovation potential. We also feature examples of leading organizations that have effectively implemented pioneering techniques to build competitive advantage in the digital era, such as Apple, Amazon, Airbnb, and Gojek. By gaining a deep understanding of the importance of innovation in strategic management, readers will be able to formulate efficient innovation plans to increase their company's competitiveness and become winners in competition in an increasingly complex global market. This article offers significant insights for business leaders and professionals who want to gain a deeper understanding of the importance of innovation in the digital era.

**Keywords:** Innovation, strategic management, competitive advantage and digital era.

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan-perusahaan saat ini menghadapi tantangan yang hingga kini belum pernah terjadi sebelumnya di era digital yang sangat kompetitif. Para eksekutif perusahaan menghadapi masalah yang disebabkan oleh perilaku konsumen yang berubah dengan cepat, teknologi yang berkembang dengan cepat, dan pasar yang sangat kompetitif setiap hari. Dalam konteks ini, inovasi telah menjadi pendekatan yang paling populer bagi bisnis untuk berkembang dan mengalahkan saingan mereka.

Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam ekonomi digital modern, bisnis perlu meningkatkan pendekatan manajemen strategis mereka. Selain penciptaan produk atau layanan baru, penting untuk mempertimbangkan operasi perusahaan, koneksi dengan klien, dan penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan saat merumuskan strategi inovatif.

Esai ini akan membahas pentingnya inovasi dalam memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di era digital. Kami akan membahas perlunya inovasi, dampak transformatif yang mungkin terjadi pada lanskap bisnis, dan langkah-langkah tepat yang harus diadopsi oleh perusahaan untuk berhasil memanfaatkan kapasitas inovatif mereka.

Dengan mendalami topik inovasi dalam manajemen strategis, para pembaca akan mendapatkan wawasan dan strategi yang berharga untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital secara efektif. Mereka akan meningkatkan kapasitas mereka untuk membuat pilihan strategis yang terinformasi dan berpandangan jauh ke depan yang akan menguntungkan perusahaan mereka.

## **LANDASAN TEORI**

Keunggulan kompetitif di era globalisasi ini akan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk membangun rantai pasokan yang tangguh dan berkelanjutan (Dominic Barton, 2021). Perusahaan yang dapat memastikan pasokan bahan baku dan produk yang andal dan bertanggung jawab akan lebih baik dalam menghadapi risiko dan membangun kepercayaan pelanggan. Pada dasarnya, keunggulan kompetitif perusahaan menentukan seberapa sukses perusahaan tersebut dapat beroperasi di pasar yang kompetitif. Salah satu sumber utama keunggulan kompetitif perusahaan adalah kapasitasnya untuk menawarkan nilai atau keunggulan kepada kliennya. Revolusi digital telah mengantarkan era transformatif dalam lanskap bisnis, mendefinisikan ulang cara organisasi beroperasi, bersaing, dan tumbuh (Fachrurazi, 2023). Seperti yang tertulis dalam buku karya Adelina Suryati (2022), "Keunggulan kompetitif adalah tingkat daya tarik yang lebih tinggi dari apa yang ditawarkan perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya dalam pandangan pelanggan". Setiap perusahaan yang berada dalam suatu industri dan menghadapi persaingan harus memiliki keunggulan kompetitif (Ernawati, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif dapat menciptakan nilai ekonomi dan daya tarik yang lebih baik dibanding para pesaingnya, sehingga perusahaan dituntut agar selalu berinovasi demi memenangkan kompetisi. Inovasi merupakan suatu proses penciptaan gagasan ide baru yang dapat menciptakan nilai tambah (Adelina Suryati, 2022). Empat jenis sumber daya yang berbeda dapat dibedakan berdasarkan fokus pasar terhadap kualitas: sumber daya proses, yang membantu mengurangi biaya; sumber daya produk, yang meningkatkan kinerja; sumber daya

waktu, yang memungkinkan pengiriman nilai tepat waktu sesuai dengan permintaan pasar; dan sumber daya inovasi, yang membentuk teknologi. Inovasi bertumpu pada pendekatan sumber daya yang diposisikan sebagai basis dalam meraih keunggulan kompetitif, dimana suatu perusahaan mampu menciptakan kompetensi pada tingkat yang lebih tinggi diantara pesaingnya (Lestari, 2019). Meskipun inovasi memiliki banyak bentuk yang berbeda saat ini, “inovasi” pada dasarnya selalu merupakan upaya untuk meningkatkan teknik yang ada saat ini atau mengembangkan sesuatu yang sama sekali baru dengan tujuan yang jelas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan pada industri dimana lingkungan persaingan sangat tinggi dan perilaku pasar yang selektif adalah melalui strategi inovasi (Rofi Rofaida, 2019). Setiap model bisnis kreatif membutuhkan perancang untuk dapat memisahkan elemen-elemen penting, membedahnya menjadi bagian-bagian penyusunnya, dan kemudian membuat hubungan di antara mereka.

Membuat sesuatu yang lebih segar dan lebih unggul dari apa yang sekarang tersedia-produk, layanan, atau model bisnis-dikenal sebagai inovasi dalam bisnis. Peningkatan profitabilitas, peningkatan pelanggan, dan kepemimpinan industri adalah tujuan dari inovasi bisnis. Di sektor korporat, inovasi dapat membuat bisnis selangkah lebih maju dalam persaingan, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Produk dan prosedur, rencana pemasaran, dan bahkan model bisnis semuanya dapat dikembangkan di dalam perusahaan. Inovasi model bisnis berkelanjutan dapat menjadi strategi pertumbuhan untuk perkembangan bisnis (Nathaniela, 2022).

Tahun 2019 merupakan tahun terbitnya sebuah buku dari Endah Rahayu Lestari, yang bertuliskan bahwa inovasi tidak hanya introduksi produk dan proses baru, melainkan juga perubahan dalam praktik-praktik manajemen, struktur bisnis, organisasi atau strategi pemasaran, dan investasi sebagai kontribusi dari kinerja bisnis. Selain itu mungkin juga perlu menggunakan teknologi baru, teknik yang lebih efektif, atau pendekatan yang lebih fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar.

Inovasi di sektor korporat adalah penciptaan dan pengenalan ide-ide baru atau modifikasi terhadap produk, layanan, proses, atau model bisnis yang ada saat ini. Produk yang lebih baik, teknologi baru, atau efisiensi operasional yang lebih tinggi adalah cara-cara yang dapat dilakukan oleh bisnis untuk berinovasi. Studi Anda menunjukkan bahwa inovasi perusahaan merupakan bagian penting dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis yang terus berubah. Lebih dari inovasi produk, inovasi manajemen strategis dapat mengidentifikasi perubahan yang diperlukan untuk memposisikan ulang perusahaan dalam mencari taktik yang akan menjamin perusahaan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Keberhasilan dalam manajemen inovasi ini berbanding lurus dengan posisi perusahaan untuk unggul dalam persaingan yang ketat (Lestari, 2019). Kesimpulannya, teknologi memainkan peran penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dan mendorong pertumbuhan organisasi. (Fachrurazi, 2023)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang mendalam untuk memahami dan menganalisis fenomena inovasi dalam konteks manajemen strategi di era digital. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam kompleksitas, dinamika, dan konteks sosial dari inovasi dalam manajemen strategi, serta dampaknya terhadap keunggulan kompetitif perusahaan dalam menghadapi tantangan era digital.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi subjektivitas, nuansa, dan makna yang terkandung dalam literatur terkait dengan inovasi dalam manajemen strategi. Hal ini melibatkan analisis yang mendalam terhadap narasi, konsep, dan kerangka kerja yang digunakan dalam literatur terkait untuk memahami secara lebih baik dinamika dan implikasi inovasi dalam manajemen strategi di era digital.

Dalam pengumpulan data, penelitian ini akan mengandalkan jurnal akademis, artikel ilmiah, dan publikasi terkait yang membahas topik inovasi dalam manajemen strategi di era digital. Penggunaan teknik snowballing akan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi sumber-sumber tambahan yang relevan secara iteratif, memastikan kelengkapan dan keragaman dalam pemahaman terhadap topik penelitian.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara tematik, dengan fokus pada pengidentifikasian pola, tren, dan temuan kunci terkait dengan inovasi dalam manajemen strategi di era digital. Analisis tematik akan memungkinkan peneliti untuk mengungkap struktur makna dan hubungan antar konsep, serta mengidentifikasi implikasi praktis dan teoritis dari temuan-temuan tersebut.

Dengan pendekatan kualitatif yang mendalam ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran baru dan wawasan yang mendalam tentang peran inovasi dalam membangun keunggulan kompetitif bisnis di era digital. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengembangkan strategi inovatif yang relevan di era digital yang terus berubah.

## **HASIL DISKUSI**

Di era digital yang dinamis dan kompetitif ini, inovasi menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan dan mengembangkan strategi inovatif akan memiliki peluang lebih besar untuk sukses.

Inovasi dalam manajemen strategi adalah proses mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru yang meningkatkan nilai bagi perusahaan dan membedakannya dari pesaing. Inovasi dapat terjadi dalam berbagai aspek, seperti:

1. Produk dan layanan: Menciptakan produk dan layanan baru yang menjawab kebutuhan pasar atau meningkatkan pengalaman pelanggan.
2. Model bisnis: Mengembangkan model bisnis baru yang lebih efisien dan efektif.
3. Proses: Menyempurnakan proses internal untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

4. Teknologi: Mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan peluang baru.
5. Organisasi: Membangun budaya organisasi yang mendukung inovasi dan kreativitas.

Di era digital, perubahan terjadi dengan cepat dan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan. Perusahaan yang tidak berinovasi akan tertinggal dan kehilangan pangsa pasar. Inovasi penting untuk:

1. Memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.
2. Menciptakan produk dan layanan yang unik dan menarik.
3. Meningkatkan efisiensi dan profitabilitas.
4. Menarik dan mempertahankan talenta terbaik.
5. Membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif melalui inovasi:

1. Membangun budaya inovasi: Ciptakan budaya yang mendukung pengambilan risiko, kreativitas, dan kolaborasi.
2. Berfokus pada pelanggan: Pahami kebutuhan dan keinginan pelanggan menggunakan informasi tersebut untuk mengembangkan produk dan layanan baru.
3. Berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan: Alokasikan sumber daya untuk mengembangkan ide-ide baru dan menguji coba teknologi baru.
4. Membangun kemitraan: Berkolaborasi dengan perusahaan lain, universitas, dan lembaga penelitian untuk mendapatkan akses ke ide-ide baru dan sumber daya.
5. Melindungi kekayaan intelektual: Amankan ide-ide inovatif untuk mencegah peniruan oleh pesaing.

Beberapa contoh perusahaan yang berhasil berinovasi dalam manajemen strategi dan membangun keunggulan kompetitif di era digital antara lain:

1. Apple: Apple terkenal dengan produk-produk inovatifnya, seperti iPhone, iPad, dan MacBook. Perusahaan ini terus berinovasi dengan mengembangkan fitur-fitur baru dan teknologi yang canggih.
2. Amazon: Amazon telah merevolusi industri e-commerce dengan model bisnisnya yang inovatif. Perusahaan ini terus berinovasi dengan mengembangkan layanan baru, seperti Amazon Web Services dan Amazon Prime.
3. Airbnb: Airbnb telah mengubah cara orang bepergian dengan platformnya yang menghubungkan wisatawan dengan tuan rumah yang menawarkan akomodasi di seluruh dunia.
4. Gojek: Gojek adalah perusahaan ride-hailing asal Indonesia yang telah sukses mengembangkan berbagai layanan inovatif, seperti GoFood, GoSend, dan GoPay.

Penjelasan lebih lengkap mengenai strategi penting dalam memperkuat inovasi dan membangun keunggulan kompetitif di era digital sebagai berikut :

1. Kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat inovasi dan membangun keunggulan kompetitif di era digital.

Melalui kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi perusahaan dapat memperoleh akses ke keahlian dan teknologi baru yang mungkin tidak dimiliki secara internal. Mitra strategis yang sudah mapan dan startup yang inovatif dapat membawa perspektif baru, ide-ide segar, dan solusi teknologi yang relevan untuk meningkatkan bisnis perusahaan. Kolaborasi dalam riset dan pengembangan juga penting untuk menggandeng mitra strategis dan startup di bidang teknologi memungkinkan perusahaan untuk berkolaborasi dalam riset dan pengembangan produk atau layanan baru. Dengan menggabungkan sumber daya dan pengetahuan, perusahaan dapat mengakselerasi proses inovasi, mengurangi risiko, dan menghasilkan solusi yang lebih baik dan lebih cepat. Akses ke pasar baru ini adalah sebuah kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi dapat membuka peluang untuk memasuki pasar baru atau segmen pasar yang sebelumnya belum dijelajahi. Mitra strategis yang memiliki jaringan luas atau startup dengan akses ke pasar yang spesifik dapat membantu perusahaan memperluas cakupan bisnis dan menjangkau konsumen baru.

Meningkatkan daya saing dalam era digital yang terus berubah kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi dapat membantu perusahaan tetap berada di garis depan persaingan. Dengan mengadopsi teknologi baru menciptakan produk atau layanan inovatif dan memanfaatkan keunggulan komparatif mitra strategis perusahaan dapat memperkuat posisi kompetitifnya dan membedakan diri dari pesaing.

Namun, penting untuk mencatat bahwa kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi juga dapat menghadirkan tantangan seperti perbedaan budaya organisasi, kesulitan mengelola hubungan yang kompleks, atau risiko kegagalan kolaborasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pemilihan mitra yang tepat, menjalin kerjasama yang saling menguntungkan, dan memiliki mekanisme pengelolaan risiko yang efektif. Jadi kesimpulannya kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi dapat menjadi strategi penting dalam memperkuat inovasi dan membangun keunggulan kompetitif di era digital. Dengan menggabungkan keahlian dan sumber daya, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan inovasinya, mengakses teknologi baru, memasuki pasar baru, dan meningkatkan daya saingnya dalam industri yang terus berkembang.

## 2. Mengadopsi strategi peluncuran produk yang cepat (rapid prototyping) dan siklus pengembangan yang pendek.

Mengadopsi strategi peluncuran produk yang cepat (rapid prototyping) dan siklus pengembangan yang pendek adalah pendekatan yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar yang cepat dan meningkatkan kecepatan inovasi. Berikut adalah beberapa poin penting terkait strategi ini:

- a. Iterasi cepat: Dalam rapid prototyping, perusahaan fokus pada pengembangan prototipe produk yang dapat segera diuji dan diperbaiki secara cepat. Dengan mengadopsi siklus pengembangan yang pendek, perusahaan dapat mengumpulkan umpan balik pengguna lebih awal dalam proses, mengidentifikasi kekurangan atau kesalahan, dan membuat perbaikan yang cepat. Ini membantu meminimalkan risiko pengembangan produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar atau pengguna.

- b. Pendekatan berbasis pengguna: Dalam pengembangan produk yang cepat, fokus diberikan pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan pemecahan masalah yang dihadapi oleh mereka. Dengan mengadopsi pendekatan yang berpusat pada pengguna, perusahaan dapat menciptakan produk yang lebih relevan, memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih akurat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Pengurangan biaya dan waktu: Dengan mengadopsi siklus pengembangan yang pendek, perusahaan dapat mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk mengembangkan produk baru. Dalam pendekatan ini, pembaruan dan perbaikan dilakukan secara bertahap berdasarkan umpan balik pengguna, yang memungkinkan perusahaan untuk menghindari pengembangan produk yang mahal dan tidak berhasil.
- d. Fleksibilitas dan adaptabilitas: Dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah, strategi rapid prototyping memungkinkan perusahaan untuk menjadi lebih fleksibel dan adaptif. Dengan kemampuan untuk dengan cepat menguji dan memodifikasi prototipe, perusahaan dapat menyesuaikan produk dengan perubahan lingkungan pasar, tren industri, atau kebutuhan pengguna yang berkembang.
- e. Mendorong inovasi dan eksperimen: Pendekatan rapid prototyping mendorong budaya inovasi dan eksperimen di dalam perusahaan. Dengan mempercepat siklus pengembangan, tim pengembangan dapat mencoba berbagai ide dan konsep secara lebih cepat, mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang tidak, serta memperoleh wawasan berharga yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk dan proses di masa depan.
- f. Kolaborasi tim yang kuat: Strategi peluncuran produk yang cepat membutuhkan kolaborasi yang erat antara berbagai fungsi dan tim di dalam perusahaan. Tim desain, pengembangan, pemasaran, dan operasional perlu bekerjasama untuk memastikan pengembangan produk yang efisien dan peluncuran yang sukses. Adopsi strategi peluncuran produk yang cepat dan siklus pengembangan yang pendek juga memiliki tantangan sendiri. Beberapa tantangan yang mungkin timbul termasuk koordinasi yang intensif, risiko kurangnya validasi yang memadai sebelum peluncuran, dan kebutuhan untuk mengelola harapan pelanggan terkait perbaikan dan pembaruan produk yang terus-menerus. Dalam kesimpulannya, mengadopsi strategi peluncuran produk yang cepat (rapid prototyping) dan siklus pengembangan yang pendek dapat membantu perusahaan meningkatkan kecepatan inovasi, mengurangi risiko pengembangan produk, dan meningkatkan kepuasan pengguna. Dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah, fleksibilitas, adaptabilitas, dan fokus pada kebutuhan pengguna menjadi kunci keberhasilan dalam strategi ini.

Pengembangan bisnis digital adalah tentang meningkatkan kemampuan digital perusahaan dan memadukan strategi, pemasaran, dan upaya penjualan untuk mendekati pasar dan konsumen serta memungkinkan pertumbuhan yang menciptakan nilai. Yang pasti, kebutuhan untuk menciptakan ide orisinal dan mengubahnya menjadi bisnis yang menguntungkan telah meningkat secara dramatis. Inovasi dipaksa menjadi latar belakang dan pengembangan bisnis didekati

lebih seperti eksperimen ketika perusahaan pertama kali dimulai. Saat ini, perusahaan yang sudah ada tidak dapat berfungsi tanpanya karena inovasi merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan yang berkelanjutan. Di banyak industri, baik klien korporat maupun konsumen mengalami perubahan perilaku. Perluasan perusahaan secara aktif diperlukan untuk memenuhi tuntutan baru ini dengan kecepatan yang mungkin tidak dapat dilakukan oleh perusahaan jika mencoba mengubah karakter dasarnya. Revolusi digital dalam dunia bisnis telah melipatgandakan peluang kreatif di setiap industri. Barang, jasa, dan pengalaman baru mulai bermunculan di sektor ritel, ilmu pengetahuan hayati, farmasi, dan keuangan. Perusahaan yang ingin tetap sukses di pasar saat ini perlu menggunakan saluran digital untuk berinteraksi dengan para pemangku kepentingan utama mereka. Jaga diri Anda tetap up-to-date dan pandu diskusi di jalur yang tepat. “Untuk sukses di era digital, (perusahaan) harus menjadi perusahaan digital, memikirkan kembali setiap aspek bisnis mereka,” demikian hasil penelitian terbaru dari World Economic Forum tentang transformasi digital. Bisnis yang melihat ke depan harus memberikan prioritas utama pada komunikasi yang disesuaikan dan pengembangan bisnis digital. Dengan pesan yang dipilih dengan baik, sebuah bisnis dapat mempengaruhi opini publik dan meningkatkan penjualan. Banyak perusahaan telah menciptakan dan menerapkan teknik-teknik pesan pemasaran secara efektif. Namun, mereka membutuhkan tenaga ahli yang diperlukan untuk merealisasikan strategi ini dan memiliki cukup banyak uang untuk beriklan. Big Data dapat membantu rencana transformasi digital perusahaan jika perusahaan memberikan prioritas utama pada data dan analisis. Jumlah data yang lebih besar yang dapat diakses oleh bisnis adalah salah satu keuntungan utama dari Internet of Things. Data ini dapat diubah menjadi wawasan bisnis yang penting dengan kombinasi alat analitik yang tepat, mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Semakin banyak perusahaan mengintegrasikan dan mempengaruhi prosesnya, semakin dalam alat analitik tertanam. Teknologi berkembang dengan sangat cepat saat ini. Setiap bisnis harus beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang selalu berubah dan memanfaatkan perkembangan teknologi ini. Strategi dan teknik yang sudah ketinggalan zaman diragukan akan berhasil di masa depan. Di dunia digital saat ini, setiap organisasi perlu mendapatkan keenam komponen yang bergerak ini-proses, platform, orang, produk, pemasaran, dan pengalaman pelanggan-dalam keselarasan yang sempurna. Bahkan salah satu saja yang tertinggal dari revolusi digital akan menjadi bencana bagi bisnis. Bisnis-bisnis ini merupakan perintis dalam penggunaan teknik komunikasi holistik. Meskipun mereka belum menjadi terkenal, sejumlah kecil perusahaan pasar menengah adalah pelopor industri. Dengan demikian, perusahaan kecil dan menengah dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan dengan mengatur dan melaksanakan rencana komunikasi mereka terlebih dahulu. Untuk perusahaan rintisan, efisiensi proses yang dimungkinkan oleh teknologi memungkinkan mereka untuk berkembang dengan cepat tanpa mengorbankan kualitas. Peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan pangsa pasar merupakan hasil dari hal ini.

Metode-metode yang digunakan para pengusaha untuk memanfaatkan teknologi untuk memasuki pasar baru dan menciptakan model bisnis yang inovatif



juga dibahas. Selera konsumen selalu berubah, oleh karena itu mereka harus cepat menangkap peluang dan mengikuti tren. Teknologi jelas memungkinkan pertumbuhan yang progresif dan revolusioner. Berikut ini adalah beberapa manfaat dari mengembangkan strategi bisnis yang efisien dan inovasi di era transformasi digital :

Peningkatan dalam akuisisi data Banyak perusahaan mengumpulkan data dalam jumlah besar tentang konsumen mereka, tetapi keuntungan sebenarnya adalah menafsirkan data tersebut untuk mendorong kemajuan perusahaan. Transformasi digital memungkinkan akuisisi dan integrasi yang tepat dari data yang relevan untuk menghasilkan wawasan bisnis yang canggih. Transformasi digital mengembangkan prosedur untuk berbagai unit fungsional di dalam perusahaan untuk mengubah data mentah menjadi wawasan yang berharga di banyak titik kontak. Hal ini menghasilkan sudut pandang terpadu tentang perjalanan pelanggan, operasi, produksi, keuangan, dan prospek bisnis sebagai hasilnya.

Alokasi Sumber Daya yang Ditingkatkan Melalui transformasi digital, informasi dan sumber daya disederhanakan dan diintegrasikan ke dalam seperangkat alat perusahaan yang komprehensif. Alih-alih memiliki perangkat lunak dan basis data yang terpisah, transformasi digital mengkonsolidasikan semua sumber daya perusahaan di satu lokasi. Transformasi digital mengkonsolidasikan aplikasi, basis data, dan perangkat lunak ke dalam sebuah repositori wawasan perusahaan yang terpadu. Tidak ada departemen atau unit fungsional khusus yang hanya berfokus pada transformasi digital. Transformasi digital berdampak pada semua aspek perusahaan dan dapat mengarah pada peningkatan proses dan efisiensi di antara banyak departemen.

Mempromosikan budaya digitalisasi. Transformasi digital memfasilitasi pengembangan budaya digital dengan menyediakan alat yang disesuaikan untuk anggota tim yang sesuai dengan kondisi spesifik mereka. Meskipun teknologi ini memfasilitasi komunikasi, teknologi ini juga berkontribusi pada transformasi digital secara keseluruhan di seluruh perusahaan. Pentingnya budaya digital ini akan terus berkembang di masa depan. Untuk memanfaatkan sepenuhnya keuntungan dari transformasi digital, perlu untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan anggota tim melalui peningkatan keterampilan dan pembelajaran digital.

Meningkatkan efisiensi dan hasil Memanfaatkan serangkaian teknologi TI yang kohesif dapat meningkatkan produktivitas dan merampingkan operasi. Hal ini memungkinkan anggota tim untuk meningkatkan produktivitas mereka dengan mengotomatiskan beberapa tugas yang monoton dan mengintegrasikan data di seluruh organisasi.

Meningkatkan kelincahan. Organisasi meningkatkan kelincahan mereka melalui transformasi digital. Bisnis dapat meningkatkan kelincahan mereka melalui transformasi digital, yang melibatkan pengadopsian strategi dari profesi pengembangan perangkat lunak untuk meningkatkan kecepatan mereka ke pasar dan merangkul praktik Continuous Improvement (CI). Hal ini memfasilitasi kreativitas dan fleksibilitas yang lebih cepat, serta lintasan menuju peningkatan. Berikut adalah beberapa keuntungan signifikan dari penerapan transformasi digital dalam bisnis. Proses digitalisasi telah menjadi hal yang sangat diperlukan untuk

mencapai kesuksesan perusahaan di dunia saat ini. Transformasi digital terjadi ketika bisnis mengadopsi teknologi digital untuk merevolusi model bisnisnya dan menciptakan peluang baru yang menghasilkan nilai. Digitalisasi perusahaan meningkatkan efisiensi, keseragaman, dan kualitas operasional mereka. Dengan merumuskan rencana bisnis yang mahir selama periode transformasi digital, hal ini dapat memfasilitasi asimilasi catatan atau file tradisional ke dalam format digital, menghilangkan duplikasi, dan mengurangi panjangnya proses komunikasi. Meningkatkan dan merampingkan proses pertukaran informasi.

## **KESIMPULAN**

Dalam Era digital yang dinamis, inovasi dalam manajemen strategi menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Inovasi tidak hanya terbatas pada menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam model bisnis, proses operasional, dan cara interaksi dengan pelanggan. Kolaborasi dengan mitra strategis dan startup di bidang teknologi, serta mengadopsi strategi peluncuran produk yang cepat, menjadi langkah penting dalam memperkuat inovasi dan memenangkan persaingan di era digital. Selain itu, pengembangan bisnis digital, pengelolaan data yang lebih baik, peningkatan produktivitas, dan peningkatan kelincahan organisasi juga menjadi fokus utama dalam memperkuat strategi bisnis di era transformasi digital. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang pentingnya inovasi dalam manajemen strategi akan membantu perusahaan menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adelina Suryati. (2022). KEUNGGULAN KOMPETITIF: KONSEP DAN STUDI

KASUS. ADAB.

Anisa Nur Hikmawati. (2023). Strategi Membangun Keunggulan Kompetisi melalui Digital Marketing PT. Rumah Konsul Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(05), 30-42.

Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik*, 12(2), 315-332.

Dominic Barton. (2021). *The future of globalization: What to expect next* | McKinsey. McKinsey and Company.

Dwi Robiul Rochmawati. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1).

- Ernawati. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Fachrurazi. (2023, Agustus). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(03), 297-305.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (1st ed.). UB Press.
- Nathaniela. (2022). *Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan*.
- Purnomo, S. W. (2021). *Business model innovation in the era of digital transformation: A literature review*.
- Rofi Rofaida. (2019, Desember). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 8(3).
- Yuniarti, T. W. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 12(1), 1-17.