



ISSN 2621- 458X

MERANCANG STRATEGI CERDAS BISNIS INOVATIF DI TENGAH REVOLUSI DIGITAL YANG TERUS BERKEMBANG

Vivian Nova

Politeknik Banggai Industri Luwuk Banggai

iany77@gmail.com

Hamdan Hamzah

AMIK Luwuk Banggai

alfariqhamdan11@gmail.com

Imelda F. Unsong

AMIK Luwuk Banggai

imeldaunsong@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis modern saat ini menghadapi perubahan yang signifikan dengan adanya transformasi digital yang terus berkembang. Dalam konteks ini, penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki strategi yang tidak hanya kuat tetapi juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Strategi bisnis digital yang efektif tidak hanya bertujuan untuk memperluas cakupan operasional, tetapi juga untuk mengintegrasikan solusi teknologi informasi dan komunikasi terbaru. Hal ini sangat penting agar perusahaan dapat terus bertahan, meningkatkan kinerja, dan pada saat yang sama berkontribusi dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau *SDGs*). Dalam mengembangkan strategi bisnis di era digital, ada berbagai elemen yang harus diperhatikan. Salah satu di antaranya adalah bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan teknologi terbaru untuk mempercepat pertumbuhan dan meningkatkan efisiensi. Selain itu, strategi ini juga harus didesain untuk menjadi rencana jangka panjang yang adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Dengan demikian, strategi tersebut akan mendukung kelangsungan hidup perusahaan dan memungkinkan bisnis tetap relevan di tengah perubahan ekonomi global yang pesat. Metode penelitian ini untuk menganalisis pengembangan strategi bisnis yang efisien di era digital, dengan fokus pada inovasi berbasis solusi Teknologi Informasi dan komunikasi yang canggih dan berorientasi pada *SDGs*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana perusahaan dapat merumuskan dan mengimplementasikan strategi digital yang unggul. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa dalam era ekonomi baru yang didorong oleh transformasi digital,

Page | 26

perusahaan yang mengadopsi strategi bisnis digital inovatif memiliki peluang besar untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan memposisikan diri di depan para pesaing di era ekonomi global ini.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Transformasi Digital, Era Digital, dan SDGs.



lisensi CC BY

ABSTRACT

Modern businesses are currently facing significant changes with the ever-growing digital transformation. In this context, it is important for every company to have a strategy that is not only strong but also able to adapt to technological developments. An effective digital business strategy not only aims to expand operational scope, but also to integrate the latest information and communication technology solutions. This is very important so that companies can continue to survive, improve performance, and at the same time contribute to achieving the Sustainable Development Goals. In developing a business strategy in the digital era, there are various elements that must be considered. One of them is how companies can utilize the latest technology to accelerate growth and increase efficiency. Apart from that, this strategy must also be designed to be a long-term plan that is adaptive to market and technological changes. Thus, this strategy will support the company's survival and enable the business to remain relevant amidst rapid global economic changes. This research method is to analyze the development of efficient business strategies in the digital era, with a focus on innovation based on sophisticated information and communication technology solutions and oriented towards SDGs. The method used in this research is descriptive qualitative, which aims to provide an in-depth understanding of how companies can formulate and implement superior digital strategies. The results of this analysis show that in the new economic era driven by digital transformation, companies that adopt innovative digital business strategies have a great opportunity to gain competitive advantage and position themselves ahead of competitors in this global economic era.

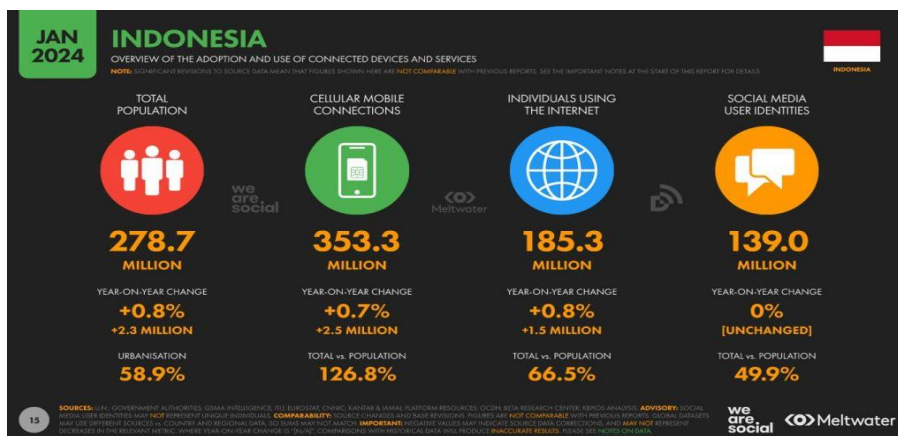
Keywords: Business Strategy, Digital Transformation, Digital Era, and SDGs.

A.PENDAHULUAN

Ekonomi global saat ini mengalami perubahan mendasar di bawah pengaruh revolusi digital yang semakin pesat. Teknologi digital telah menjadi motor penggerak utama yang mengubah cara bisnis beroperasi di berbagai sektor, mulai dari manufaktur hingga layanan keuangan. Inovasi-inovasi teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan, tetapi juga membuka jalan bagi terciptanya model bisnis baru yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif melalui pemanfaatan teknologi digital, sekaligus menuntut mereka untuk terus berinovasi guna menghadapi tantangan di era ekonomi global yang dinamis (Fajrillah et al., 2020)

Salah satu sektor yang merasakan dampak besar dari transformasi digital adalah bidang manufaktur. Dalam konteks ini, munculnya konsep "Industri 4.0" membawa serangkaian teknologi canggih seperti otomatisasi, *Internet of Things* (IoT), Big Data, dan sistem siber-fisik (*Cyber-Physical Systems*). Inovasi-inovasi ini memungkinkan pabrik untuk beroperasi lebih efisien dan fleksibel, dengan dukungan teknologi seperti *Cloud Computing* dan *Smart Factory*. Konsep Industri 4.0 bertujuan untuk menciptakan pabrik pintar yang mampu mengotomatisasi berbagai proses produksi secara lebih efektif, sekaligus memanfaatkan data real-time untuk meningkatkan kualitas produk dan menekan biaya operasional. Perkembangan ini tidak berhenti di dunia industri saja. Secara lebih luas, kemajuan teknologi telah melahirkan fenomena baru yang dikenal sebagai "*Society 5.0*." Berbeda dengan konsep Industri 4.0 yang fokus pada transformasi di sektor manufaktur, *Society 5.0* menekankan integrasi teknologi digital ke dalam kehidupan sosial manusia. Konsep ini menggambarkan bagaimana teknologi, seperti kecerdasan buatan (AI) dan robotika, digunakan untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif, cerdas, dan sejahtera. Pergeseran ini tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga mencakup perubahan sosial yang signifikan, di mana teknologi berperan sebagai penghubung utama antara manusia, data, dan perangkat pintar (Hendarsyah, 2019)

Dalam konteks yang lebih luas, *Society 5.0* menawarkan visi tentang masa depan di mana teknologi tidak hanya digunakan untuk kepentingan industri, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya mengubah wajah bisnis global, tetapi juga mendorong evolusi masyarakat menuju era baru yang lebih terhubung, efisien, dan berkelanjutan. Gambar 1 di bawah ini memperlihatkan data tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2024 di Indonesia:



Gambar 1: Data tren pengguna internet dan media social dari tahun ke tahun meningkat

Keterangan:

1. Total Populasi (jumlah penduduk: 276,4 juta).
2. Perangkat Mobile yang terhubung: 353,8 juta (128% dari total populasi).
3. Pengguna Internet: 212,9 juta (77% dari total populasi).
4. Pengguna Media Sosial Aktif: 167 juta (60,4% dari total populasi).

Transformasi digital telah menjadi sebuah keharusan bagi pengusaha di era modern ini, di mana teknologi inovatif dan model bisnis baru bukan hanya sekadar alat, tetapi juga menjadi pendorong utama untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Di tengah tuntutan yang semakin meningkat akan produk dan layanan yang berkualitas, perusahaan yang mampu mendigitalkan proses bisnisnya secara efektif tidak hanya berpeluang untuk meningkatkan nilai tawar kepada pelanggan, tetapi juga beradaptasi dengan dinamika pasar global yang terus berubah. Proses ini melibatkan evaluasi cermat terhadap biaya, manfaat, dan potensi ancaman yang mungkin timbul, seperti yang dijelaskan oleh Banjarnahor et al. (2022).

Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya berarti mengadopsi teknologi baru; ia mencakup kemampuan perusahaan untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan kebutuhan masyarakat. Sari et al. (2019) mengemukakan bahwa penggunaan teknologi digital melampaui sekadar literasi dan kompetensi. Sebaliknya, ia menuntut perusahaan untuk menerapkan teknologi dan prosedur baru secara efektif untuk memperbaiki operasional dan meningkatkan produktivitas. Seiring dengan kebutuhan untuk mencapai keberlanjutan dalam operasi bisnis, perusahaan harus mengembangkan strategi yang efisien, sejalan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer dan agenda global yang bertujuan untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Strategi bisnis yang tepat merupakan fondasi dari setiap usaha yang ingin berkembang. Favari (2020) menyatakan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang yang mengintegrasikan tujuan perusahaan dengan tindakan yang konsisten untuk mencapai keseluruhan yang kohesif. Dalam konteks ini, para manajer harus memahami dan menavigasi berbagai "pola" yang muncul dari dampak yang berbeda, yang mempengaruhi keputusan strategis yang mereka ambil. Dengan pengembangan strategi bisnis digital yang terdefinisi dengan baik, perusahaan tidak hanya dapat menghindari risiko-risiko yang terkait, tetapi juga dapat memaksimalkan potensi dari setiap inisiatif digital yang mereka luncurkan.

Salah satu tantangan utama dalam merumuskan strategi bisnis digital adalah menghindari kesalahan dalam penilaian prospek bisnis dan alokasi sumber daya. Correani et al. (2020) menggarisbawahi pentingnya memiliki tujuan bisnis yang jelas dan dukungan teknis yang memadai. Dalam dunia yang semakin terhubung, bisnis tidak bisa lagi beroperasi dengan pola pikir yang kaku. Mereka harus siap untuk beradaptasi, berinovasi, dan menciptakan model bisnis baru yang mencakup berbagai aspek seperti pemasaran, sumber daya manusia, manajemen rantai pasokan, dan teknologi informasi. Munculnya era digital telah memaksa pebisnis untuk mengubah "pola pikir strategis" mereka dan melakukan tinjauan ulang terhadap prinsip-prinsip perencanaan strategis. Dampak dari transformasi digital kini terlihat jelas dalam lima domain strategi bisnis: pelanggan, persaingan, data, inovasi, dan nilai. Menjaga daya saing di pasar yang penuh gejolak ini menuntut pemahaman mendalam tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mendorong pertumbuhan dan inovasi. Terlebih lagi, dalam transisi menuju ekonomi yang lebih hijau dan inklusif, upaya untuk mengejar SDGs menjadi semakin relevan (*The Sustainable Development Goals Report, 2021*). Hal ini mendorong bisnis untuk melakukan "perubahan pikiran" mendasar yang dibutuhkan agar dapat bertahan dan berkembang.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam pengembangan strategi bisnis yang efisien dalam konteks transformasi digital. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, perusahaan tidak hanya dapat mengurangi biaya dan mengumpulkan data yang relevan, tetapi juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara signifikan. Fokus bisnis digital harus tertuju pada bagaimana menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih baik melalui teknologi, baik dengan mengurangi biaya operasional maupun dengan menawarkan nilai baru yang lebih menarik bagi pelanggan. Dengan pendekatan yang tepat, bisnis dapat memposisikan diri mereka di garis depan persaingan dan meraih sukses yang berkelanjutan di era digital ini.

B.METODE PENELITIAN

Dalam analisis ini, penulis mengadopsi pendekatan deskriptif dengan teknik kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode kualitatif berfokus pada analisis data yang tidak bersifat numerik, meliputi teks dan narasi, untuk menghasilkan kesimpulan yang mendalam dari penelitian yang dilakukan. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk menyelami kompleksitas fenomena yang terjadi di era bisnis digital saat ini, dengan menggunakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang relevan dan fakta-fakta lapangan yang telah teramati.

Data yang dikumpulkan dalam analisis ini mencakup beragam informasi yang berasal dari berbagai sumber, seperti laporan perusahaan, wawancara dengan para pelaku industri, serta observasi langsung terhadap praktik bisnis yang berlangsung. Proses pengolahan data dilakukan dengan cermat, mengonversi informasi mentah menjadi analisis yang lebih rinci dan bermakna. Dengan pendekatan ini, penulis berusaha untuk mengeksplorasi inisiatif strategis yang berhubungan dengan keberlanjutan yang diadopsi oleh perusahaan-perusahaan multi-bisnis yang sukses dalam konteks transformasi digital. Artikel ini bertujuan untuk mengungkap berbagai inisiatif strategis orisinal yang telah ditetapkan dan diprioritaskan dalam strategi bisnis digital, khususnya yang berfokus pada pencapaian tujuan strategis yang spesifik. Tinjauan literatur yang disajikan dalam artikel ini mencakup sumber-sumber teoretis yang relevan, yang membahas aspek-aspek manajemen strategis dan dinamika bisnis digital. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memperkenalkan, tetapi juga menganalisis dan menggambarkan masalah penelitian serta alasan penting untuk menyelidiki isu-isu tersebut.

Dalam proses penelitian ini, penulis menyelidiki berbagai aspek yang saling terkait dari fenomena yang diamati, menyoroti interaksi antara strategi bisnis digital dan keberlanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengimplementasikan transformasi digital, serta menyajikan rekomendasi yang dapat membantu perusahaan-perusahaan tersebut dalam meraih keberhasilan di tengah perubahan yang cepat di lingkungan bisnis.

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi digital dalam bisnis: mengembangkan solusi yang inovatif dan berkelanjutan.

Transformasi digital bisnis saat ini menjadi salah satu pilar utama dalam membangun daya saing perusahaan di era modern. Penerapan teknologi dalam berbagai aspek operasional mulai dari model bisnis hingga sistem perangkat lunak bertujuan untuk menciptakan keuntungan yang lebih tinggi serta meningkatkan efisiensi. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat merombak proses bisnis yang ada, mendorong inovasi, dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan. Sebagaimana diungkapkan oleh Priyono et al. (2020), perubahan ini bukan hanya sekadar adopsi teknologi, melainkan juga pergeseran paradigma dalam cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan.

Dalam konteks ini, teknologi seperti cloud computing, perangkat seluler, media sosial, dan *Big Data* memainkan peran penting. Perusahaan yang telah mengintegrasikan teknologi-teknologi ini ke dalam infrastruktur mereka cenderung menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing yang belum melakukan hal serupa. Rata-rata, perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menikmati pendapatan yang lebih tinggi, tetapi juga memiliki penilaian pasar yang lebih baik. Namun, perlu diingat bahwa kesuksesan ini tidak datang tanpa tantangan. Meskipun banyak perusahaan mengakui manfaat dari transformasi digital, mereka juga dihadapkan pada berbagai risiko yang dapat menghambat adopsi teknologi tersebut. Salah satu risiko utama yang sering dihadapi adalah isu keamanan data. Dengan semakin banyaknya data yang dikelola, potensi kebocoran informasi menjadi ancaman yang nyata. Selain itu, masalah hukum terkait penggunaan data dan privasi juga dapat menjadi penghalang.

Tidak hanya itu, kurangnya interoperabilitas antara sistem teknologi informasi yang ada sering kali menyulitkan integrasi teknologi baru. Hal ini dapat mengakibatkan inefisiensi dalam proses bisnis dan memperlambat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Pada tahap awal transformasi digital, masalah kontrol dan manajemen juga menjadi perhatian, yang jika tidak ditangani dengan baik, bisa berujung pada stagnasi pertumbuhan dan menghambat langkah perusahaan untuk merambah pasar internasional. Dengan memahami dan mengatasi tantangan ini, perusahaan dapat lebih siap untuk menjalani perjalanan transformasi digital yang efektif. Proses ini tidak hanya membutuhkan investasi dalam teknologi, tetapi juga perubahan dalam budaya organisasi, peningkatan keterampilan karyawan, dan strategi yang jelas untuk memastikan semua elemen tersebut selaras dengan tujuan bisnis yang lebih besar. Dengan cara ini, transformasi digital dapat menjadi katalisator yang mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan dunia di sekitarnya. Transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam mengubah cara organisasi berinteraksi dengan konsumen, pemasok, dan karyawan. Dengan memperkuat hubungan ini, transformasi digital diharapkan dapat mengatasi kesenjangan yang sering muncul antara harapan pelanggan dan kapasitas model bisnis tradisional. Selain itu, proses ini juga mencerminkan perubahan perilaku pelanggan yang

semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan dinamika sosial yang terus berkembang. Melalui pendekatan yang inovatif, perusahaan dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.

Digitalisasi bisnis, di sisi lain, didefinisikan sebagai pemanfaatan “peluang digital” dengan mengintegrasikan beragam teknologi berbasis internet. Ini menjadi kekuatan pendorong di balik transformasi digital, yang membawa perubahan signifikan dalam operasi dan strategi bisnis. Salah satu teknologi kunci dalam proses ini adalah *Internet of Things* (IoT), yang memungkinkan berbagai perangkat terhubung dalam sistem yang kompleks. Dengan kemampuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara *real-time*, IoT menciptakan efisiensi operasional dan meningkatkan pengambilan keputusan di semua tingkat organisasi. Selanjutnya, kecerdasan buatan (AI) dan komputasi kognitif juga memainkan peran penting dalam transformasi digital. Dengan mengandalkan sistem yang mampu meniru kecerdasan manusia, AI membantu perusahaan dalam memahami pola perilaku pelanggan dan merespons kebutuhan mereka secara lebih efektif. Kombinasi AI dengan pemrosesan sinyal membuka jalan bagi analisis data yang lebih mendalam, memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan informasi dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya.

Robotika tingkat lanjut juga menjadi salah satu pilar transformasi digital. Penggunaan robot semi-otonom dalam berbagai proses bisnis tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mengurangi beban kerja manusia. Ini memungkinkan karyawan untuk fokus pada tugas yang lebih strategis dan kreatif, sementara robot menangani tugas-tugas rutin yang membosankan. Selain itu, teknologi *cloud* menawarkan fleksibilitas dalam renovasi aplikasi dan *platform* sebagai layanan. Dengan *cloud computing*, organisasi dapat mengakses sumber daya dan aplikasi secara mudah, mengurangi biaya infrastruktur, serta meningkatkan kolaborasi antar tim. Di era digital ini, kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi melalui teknologi *cloud* menjadi kunci keberhasilan bisnis.

Blockchain, dengan kemampuannya untuk mengubah cara data dibagikan antar pengguna, menjadi inovasi penting lainnya dalam transformasi digital. Teknologi ini tidak hanya menjamin keamanan dan transparansi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan antara berbagai pihak dalam ekosistem bisnis. Dengan adanya blockchain, transaksi menjadi lebih efisien dan aman, sehingga membuka peluang baru untuk kolaborasi. Terakhir, big data telah merevolusi cara organisasi mengambil keputusan. Dengan kemampuan untuk menganalisis volume data yang besar dan kompleks, perusahaan dapat mengidentifikasi tren, memprediksi perilaku pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Pengambilan keputusan yang berbasis data memungkinkan bisnis untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berubah. Transformasi digital bukan sekadar perubahan teknologi, melainkan sebuah pendekatan strategis yang melibatkan penyesuaian terhadap tantangan kontemporer. Di era di mana kecepatan perubahan sangat tinggi, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat dan membangun kemampuan digital yang unggul. Hal ini memungkinkan mereka untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga memimpin di industri yang semakin kompetitif. Transformasi digital mendorong cara baru dalam melihat ekonomi, di mana paradigma baru mengedepankan solusi berbasis pengetahuan yang menciptakan nilai lebih bagi seluruh pemangku kepentingan.

Inti dari apa yang disebut sebagai “ekonomi digital baru” terletak pada penerapan inovasi yang berfokus pada pengetahuan. Ekonomi kreatif menjadi salah satu contoh utama, di mana pengembangan industri kreatif tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui penciptaan nilai budaya. Dengan mengedepankan kreativitas, industri ini memberikan peluang bagi individu untuk mengeksplorasi bakat mereka, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, dan memperkuat identitas sosial. Selain itu, ekonomi jaringan bertransformasi dari hubungan tradisional penjual dan pembeli menjadi interaksi yang lebih dinamis antara pemasok dan pengguna. Dengan memanfaatkan jaringan digital, hubungan ini tidak hanya terbatas pada transaksi, tetapi juga menciptakan komunitas yang saling mendukung. Melalui platform digital, individu dan perusahaan dapat berkolaborasi, berbagi informasi, dan menciptakan solusi yang lebih inovatif. Ekonomi sosial, di sisi lain, berfokus pada model bisnis yang bertujuan untuk memberikan manfaat sosial. Dalam pendekatan ini, keuntungan tidak hanya diukur dari segi finansial, tetapi juga dari dampak positif terhadap masyarakat. Misalnya, inisiatif yang mendukung pengentasan kemiskinan atau pemberdayaan komunitas merupakan bagian dari ekonomi sosial yang memberikan dampak luas, memperkuat solidaritas, dan mengurangi ketimpangan.

Ekonomi platform, yang semakin berkembang di era digital, memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang bisnis baru. Dengan menyediakan *platform online*, perusahaan dapat menghubungkan berbagai pihak dalam ekosistem yang saling menguntungkan. Ini tidak hanya mempermudah akses ke pasar, tetapi juga memperkaya pengalaman pelanggan dengan berbagai pilihan yang tersedia. Mendukung pendekatan-pendekatan ini dalam transformasi bisnis digital, perusahaan harus fokus pada penerapan model bisnis yang efisien. Ini meliputi pengembangan praktik operasi yang lebih efektif, akses yang lebih baik ke pasar, serta penawaran yang lebih bervariasi bagi konsumen. Permintaan akan solusi inovatif dan berkelanjutan semakin meningkat, menciptakan kebutuhan bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur yang mendukung keberlanjutan.

Keterkaitan antara strategi bisnis digital dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) semakin nyata. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnis, perusahaan tidak hanya meningkatkan reputasi mereka tetapi juga menarik minat investor dan konsumen yang peduli akan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penggunaan teknologi baru harus dilakukan secara strategis dan berkelanjutan, dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan, efisiensi operasional, dan keunggulan kompetitif. Dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan internasional, pengembangan strategi bisnis digital yang tepat sangat penting. Hal ini tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif, tetapi juga membantu perusahaan untuk berkontribusi dalam pencapaian SDGs. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang aktif dalam menciptakan dunia yang lebih baik.

2. Strategi Bisnis Digital: Mengembangkan Keunggulan Digital yang Kompetitif.

Digitalisasi dalam dunia bisnis merujuk pada proses otomatisasi dan digitalisasi operasi, yang memungkinkan data dan informasi dipindahkan ke dalam sistem komputer

sehingga lebih mudah diakses dan dikelola (Harsono & Kiswara, 2022). Proses ini memberikan banyak manfaat signifikan bagi perusahaan, terutama dalam hal meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta keamanan operasional. Teknologi seperti robotika dan kecerdasan buatan (AI) menjadi tulang punggung digitalisasi, yang memungkinkan banyak tugas rutin dan berulang diselesaikan secara otomatis. Otomatisasi ini tidak hanya mengurangi kesalahan manusia, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk fokus pada inovasi dan peningkatan layanan kepada pelanggan. Selain itu, digitalisasi memberikan kenyamanan yang lebih besar bagi pengguna, baik dalam konteks internal perusahaan maupun dalam interaksi dengan pelanggan. Salah satu dampak terbesar dari digitalisasi adalah perubahan signifikan di dunia kerja. Kehadiran teknologi digital mengubah cara kerja yang tradisional menjadi lebih fleksibel dan virtual. Jenis pekerjaan baru muncul, yang tidak lagi terikat oleh batasan geografis, waktu, atau ruang fisik. Dengan adanya platform digital, pekerja bisa terhubung dengan perusahaan dari seluruh dunia, menciptakan kolaborasi yang tidak terbatas oleh jarak. Model bisnis yang berbasis digital ini juga mengubah cara perusahaan memanfaatkan sumber daya manusia, di mana keahlian digital menjadi semakin penting dan dibutuhkan.

Transformasi ini juga berdampak langsung pada kewirausahaan. Digitalisasi mengubah dua aspek utama dalam kewirausahaan. Pertama, peluang bisnis tidak lagi terikat pada lokasi fisik atau batasan ekonomi lokal. Dengan adanya platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memanfaatkan peluang bisnis dari berbagai wilayah, baik domestik maupun internasional. Kedua, praktik kewirausahaan itu sendiri mengalami perubahan. Proses inovasi, pemasaran, serta pengelolaan bisnis kini dapat dilakukan secara lebih efisien melalui pemanfaatan teknologi digital. Teknologi ini memungkinkan pengusaha untuk mengambil keputusan lebih cepat, berdasarkan data yang akurat dan *real-time*, serta menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan dinamika pasar yang terus berubah. Dalam konteks ini, istilah “disrupsi digital” menjadi sangat relevan. Disrupsi digital mengacu pada perubahan radikal yang disebabkan oleh teknologi digital terhadap cara bisnis, ekonomi, dan masyarakat berfungsi. Ini bukan hanya tentang kemajuan teknologi semata, tetapi juga tentang bagaimana teknologi tersebut mengubah struktur dan dinamika pasar. Disrupsi digital menciptakan peluang baru bagi berbagai jenis usaha, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM), untuk tumbuh dan bersaing di tingkat global. UKM yang mampu beradaptasi dengan digitalisasi dapat memperluas jangkauan pasar mereka, memperbaiki efisiensi operasional, dan menciptakan nilai tambah yang lebih besar bagi pelanggan. Namun, di sisi lain, bagi UKM yang tidak cepat mengikuti tren ini, ancaman penurunan daya saing dan bahkan potensi penutupan bisnis menjadi nyata. Adaptasi dan inovasi digital menjadi kunci keberlangsungan di era yang penuh perubahan ini.

Dengan demikian, strategi bisnis digital yang baik tidak hanya sekadar mengadopsi teknologi, tetapi juga membangun kapabilitas digital yang kuat. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang cara teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bisnis, serta kemampuan untuk berinovasi dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan. UKM yang sukses di era digital adalah mereka yang tidak hanya beradaptasi, tetapi juga mampu memimpin perubahan dengan menciptakan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Pengembangan strategi bisnis digital menjadi salah satu isu kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif di era yang semakin digital ini. Strategi yang efektif tidak hanya menjadi panduan

bagi perusahaan, tetapi juga menentukan bagaimana mereka akan beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Berbagai pendekatan dapat diadopsi dalam merancang strategi ini, dan penting untuk diingat bahwa tidak ada satu paradigma yang baku. Hal ini sangat dipengaruhi oleh keragaman fungsional yang ada di setiap sektor usaha.

Dalam konteks bisnis digital, strategi tidak hanya terbatas pada satu aspek; melainkan mencakup berbagai elemen penting. Misalnya, strategi perdagangan seluler, manajemen hubungan pelanggan (CRM), *e-procurement*, rantai pasokan, media sosial, dan multichannel adalah beberapa contoh dari strategi yang dapat diterapkan. Setiap aspek ini memiliki peran yang krusial dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Sebagai contoh, strategi media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas yang loyal, sementara *e-procurement* dapat membantu dalam mengoptimalkan pengadaan barang dan jasa. Model proses strategi bisnis digital juga memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari model strategi tradisional. Salah satu fitur utama adalah pemindaian lingkungan yang dilakukan secara rutin, baik eksternal maupun internal. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi operasional dan kinerja bisnis mereka. Selanjutnya, pernyataan visi dan tujuan perusahaan harus jelas dan terintegrasi dengan nilai-nilai yang dipegang. Ini akan menjadi panduan bagi seluruh anggota organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penting juga untuk mengevaluasi "manfaat diferensial" yang dihasilkan oleh *e-channel*. Hal ini berkaitan dengan bagaimana saluran digital dapat memberikan keunggulan dibandingkan dengan saluran tradisional. Dalam memilih saluran yang tepat, perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan bisnis dan hubungan dengan mitra bisnis, sehingga penyaluran hak dapat dilakukan secara efisien. Selain itu, kontrol rutin menjadi elemen yang tidak kalah penting, di mana perusahaan harus siap untuk mengidentifikasi masalah dan melakukan penyesuaian strategi digital sesuai dengan perubahan yang terjadi di pasar. Dengan pendekatan yang terencana dan adaptif, perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital dan meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam era digital yang terus berkembang, strategi bisnis digital menjadi krusial bagi organisasi untuk tetap relevan dan kompetitif. Salah satu komponen inti dari strategi ini adalah model bisnis dan pendapatan yang diterapkan. Model bisnis digital tidak hanya mencakup cara organisasi menghasilkan uang, tetapi juga bagaimana mereka menciptakan nilai bagi pelanggan. Pendekatan ini melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan inovasi dalam menawarkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pasar. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat menjelajahi berbagai sumber pendapatan baru dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Selanjutnya, untuk mencapai tujuan strategis, organisasi perlu mempertimbangkan jenis restrukturisasi yang diperlukan. Proses ini tidak hanya berfokus pada pengurangan biaya, tetapi juga pada bagaimana organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. Restrukturisasi yang efektif dapat membuka peluang baru dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, sub-strategi yang digunakan untuk pengembangan pasar dan produk harus didesain secara khusus untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Melalui analisis pasar yang cermat, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen yang belum terlayani dan

menciptakan produk yang tepat sasaran, sekaligus mereorganisasi pendekatan mereka dalam menjangkau konsumen. Terakhir, strategi diferensiasi dan positioning adalah aspek penting yang menentukan keberhasilan bisnis digital. Perusahaan perlu menemukan cara unik untuk membedakan diri mereka dari pesaing, baik melalui inovasi produk, layanan pelanggan, maupun pengalaman merek. Dengan menciptakan identitas yang jelas dan menarik, perusahaan tidak hanya dapat menarik perhatian pelanggan baru tetapi juga membangun loyalitas yang kuat. *Positioning* yang tepat memungkinkan organisasi untuk menciptakan persepsi positif di benak konsumen, sehingga mereka menjadi pilihan utama di pasar yang sangat kompetitif.

3. Membangun Strategi Bisnis yang Efisien dalam Era Digital yang Bertransformasi.

Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, pengembangan bisnis digital telah menjadi pilar penting bagi organisasi yang ingin tetap relevan dan kompetitif. Proses ini bukan hanya tentang meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga menyelaraskan semua aspek bisnis, mulai dari strategi hingga pemasaran dan penjualan. Dengan mendekati pasar dan pelanggan secara lebih efektif, organisasi dapat mendorong pertumbuhan yang menciptakan nilai nyata. Perubahan dalam perilaku konsumen dan klien bisnis saat ini menjadi tantangan sekaligus peluang. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap inovasi telah meningkat secara signifikan. Dulu, pengembangan bisnis dianggap sebagai langkah eksperimen; kini, hal tersebut telah bertransformasi menjadi kebutuhan mendasar, terutama bagi perusahaan yang sudah mapan. Mereka dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif yang mampu mendukung keberlanjutan jangka panjang. Kecepatan perubahan ini mengharuskan perusahaan untuk beradaptasi dengan kebutuhan baru dan beragam yang muncul, yang mungkin sulit dicapai jika mereka hanya mengandalkan perubahan kecil dalam operasional mereka.

Transformasi digital menawarkan banyak peluang untuk inovasi di berbagai industri. Dari ritel yang mengadopsi teknologi untuk meningkatkan pengalaman berbelanja, hingga sektor kesehatan yang menggunakan data untuk personalisasi layanan, semua sektor kini tengah mengalami penemuan kembali produk dan layanan mereka. Penting bagi perusahaan untuk menyadari bahwa saluran digital bukan sekadar tambahan, melainkan keharusan untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, menjaga relevansi menjadi sangat penting. Sebuah laporan oleh *World Economic Forum* menegaskan bahwa untuk mencapai kesuksesan di era digital, perusahaan harus menjadi entitas yang sepenuhnya digital, dengan mengubah cara pandang terhadap setiap aspek bisnis mereka. Kesiapan untuk bertransformasi secara digital bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang budaya organisasi. Perusahaan harus menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas dan inovasi. Dengan memprioritaskan pengembangan keterampilan digital dan membangun tim yang mampu beradaptasi, organisasi dapat memperkuat daya saing mereka. Dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kolaborasi dan efisiensi, perusahaan dapat merespons kebutuhan pasar dengan cepat dan efektif.

Di era yang serba cepat ini, penting bagi bisnis untuk memiliki visi yang jelas dan strategi yang fleksibel. Mereka harus mampu meramalkan perubahan dan merespons dengan

cepat, menggunakan data dan analitik untuk membuat keputusan yang lebih baik. Dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis mereka, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Hal ini pada gilirannya akan membantu mereka untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Di era digital saat ini, perusahaan yang berorientasi maju harus memprioritaskan pengembangan bisnis digital dan pengiriman pesan yang ditargetkan sebagai bagian dari strategi mereka. Pengiriman pesan yang terarah memungkinkan perusahaan untuk membentuk opini publik dan mendorong perilaku konsumen yang diinginkan. Banyak organisasi telah berhasil merumuskan strategi komunikasi ini dan menerapkannya dengan efektif di pasar, meskipun tidak semua perusahaan memiliki anggaran pemasaran yang besar untuk membeli keahlian yang diperlukan dalam mengembangkan strategi semacam ini. Salah satu kunci untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital adalah dengan menggunakan Big Data. Dengan adanya *Internet of Things* (IoT), bisnis kini memiliki akses ke *volume* data yang lebih besar daripada sebelumnya. Data yang melimpah ini, jika dikelola dengan alat analitik yang tepat, dapat diubah menjadi wawasan bisnis yang signifikan. Ini memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan lebih cepat, sehingga memperkuat daya saing mereka di pasar yang terus berubah. Semakin dalam alat analisis diintegrasikan ke dalam operasi bisnis, semakin besar dampaknya terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Namun, perubahan teknologi yang cepat memaksa setiap bisnis untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang terus berubah. Proses dan strategi yang berhasil di masa lalu mungkin tidak lagi relevan di hari ini. Untuk bertahan dalam era digital, perusahaan perlu melakukan penyesuaian di enam lapisan penting: proses, platform, orang, produk, pemasaran, dan pengalaman pelanggan. Ketidaksiaran pada salah satu lapisan ini dapat menjadi hambatan serius yang dapat mengancam keberlangsungan bisnis. Dengan demikian, penting bagi setiap perusahaan untuk menilai dan menyesuaikan strategi mereka secara berkala agar tetap relevan dan kompetitif.

Dalam era transformasi digital, perusahaan-perusahaan kini dituntut untuk beradaptasi dengan cepat dan menerapkan strategi komunikasi yang holistik. Meskipun beberapa perusahaan menengah telah mulai mengadopsi strategi ini, mereka masih berada di tahap awal dan belum menjadi bagian dari arus utama. Hal ini membuka peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meraih keunggulan kompetitif yang signifikan dengan merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang inovatif dan proaktif. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari pengembangan strategi bisnis yang efisien dalam konteks digitalisasi:

1. Peningkatan Pengumpulan Data.

Di dunia bisnis saat ini, data adalah aset berharga. Banyak organisasi telah mengumpulkan data konsumen dalam jumlah besar, tetapi kunci untuk meraih manfaat sejatinya terletak pada kemampuan untuk menganalisis data tersebut. Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk mengintegrasikan dan menganalisis data secara efektif, memberikan wawasan mendalam yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis. Dengan pendekatan ini, berbagai unit fungsional dalam organisasi dapat berkolaborasi untuk mengubah data mentah menjadi wawasan yang bermanfaat. Hasilnya adalah

perspektif terpadu mengenai perjalanan pelanggan, operasi internal, produksi, keuangan, dan peluang bisnis baru.

2. **Manajemen Sumber Daya yang Lebih Baik.**

Dengan transformasi digital, informasi dan sumber daya dapat dikonsolidasikan dalam satu platform yang terintegrasi. Alih-alih menggunakan berbagai perangkat lunak dan database yang terpisah, perusahaan dapat menggabungkan semua sumber daya di satu lokasi yang efisien. Ini mengarah pada terciptanya repositori intelijen perusahaan yang menyeluruh, yang tidak hanya menyentuh satu departemen saja tetapi juga mempengaruhi seluruh aspek operasional perusahaan. Pendekatan ini memfasilitasi inovasi proses dan efisiensi yang lebih besar di seluruh departemen.

3. **Mendorong Budaya Digital.**

Transformasi digital tidak hanya melibatkan teknologi, tetapi juga menciptakan budaya digital di dalam organisasi. Dengan memberikan anggota tim alat yang sesuai, yang dirancang untuk konteks kerja mereka, perusahaan dapat memperkuat kolaborasi dan inovasi. Budaya digital yang kuat akan menjadi semakin penting di masa depan, sehingga meningkatkan keterampilan dan kemampuan anggota tim dalam memanfaatkan alat digital menjadi krusial untuk meraih manfaat maksimal dari transformasi digital.

4. **Meningkatkan Produktivitas.**

Alat teknologi informasi yang tepat dan terintegrasi dapat sangat meningkatkan produktivitas tim. Dengan mengotomatiskan proses yang berulang dan menghubungkan data di seluruh perusahaan, anggota tim dapat bekerja lebih efisien. Hal ini tidak hanya mengoptimalkan alur kerja, tetapi juga memberikan waktu lebih banyak untuk fokus pada tugas-tugas strategis yang berdampak besar bagi perusahaan.

5. **Meningkatkan Kelincahan.**

Transformasi digital membuat organisasi lebih gesit dan responsif terhadap perubahan pasar. Dengan meningkatkan kecepatan dalam mengadaptasi produk dan layanan, perusahaan dapat merespons dengan cepat terhadap kebutuhan konsumen dan tren baru. Pendekatan *Continuous Improvement* (CI) yang terinspirasi oleh pengembangan perangkat lunak memungkinkan perusahaan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan lebih cepat, membuka jalan untuk perbaikan yang berkelanjutan.

Digitalisasi dalam bisnis saat ini bukan hanya sekadar pilihan, tetapi menjadi keharusan untuk mencapai kesuksesan. Proses ini terjadi ketika perusahaan mulai menerapkan teknologi digital untuk mentransformasi model bisnis mereka, membuka peluang baru yang menciptakan nilai tambah. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi proses, tetapi juga memastikan konsistensi dan kualitas yang lebih baik dalam operasional. Dengan merancang strategi bisnis yang efektif di era transformasi digital, perusahaan dapat mengintegrasikan catatan atau file konvensional ke dalam format digital, menghilangkan redundansi, dan memperpendek rantai

komunikasi. Hal ini mendukung pertukaran informasi yang lebih baik, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan dan inovasi di setiap lini bisnis.

D.KESIMPULAN DAN SARAN

- **Kesimpulan**

Dalam era “ekonomi baru” yang ditandai dengan transformasi digital yang pesat, perusahaan memiliki kesempatan besar untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui strategi bisnis digital yang inovatif. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang mutakhir dan sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), bisnis dapat memisahkan diri dari pesaing dan mencapai tujuan strategis yang diinginkan. Strategi bisnis digital tidak hanya mencakup sekadar pengembangan produk atau layanan, tetapi juga melibatkan serangkaian prioritas strategis yang terencana. Prioritas ini dirumuskan dengan memperhatikan penggunaan *platform* digital yang canggih, yang berfungsi mendukung inisiatif keberlanjutan.

Penting untuk fokus pada beberapa aspek utama saat mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor. Salah satunya adalah memperluas cakupan operasi bisnis dengan penerapan solusi teknologi informasi dan komunikasi terkini, yang memungkinkan perusahaan untuk merancang rencana jangka panjang yang berorientasi pada peningkatan dan keberlanjutan. Selain itu, diversifikasi bisnis dapat dilakukan melalui pengembangan berbagai strategi *e-channel* yang mengutamakan pemanfaatan solusi digital. Ini akan membantu perusahaan untuk lebih efektif dalam mengevaluasi manfaat yang ditawarkan oleh *e-channel* dan memilih saluran yang paling sesuai untuk berbagai kegiatan dan mitra bisnis.

- **Saran**

Untuk menciptakan bisnis yang efisien di tengah transformasi digital yang berlangsung, diperlukan perhatian khusus terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi keberhasilan. Salah satu hal yang sangat penting adalah memahami lebih dalam peran teknologi informasi, manajemen sumber daya, serta pemanfaatan *Internet of Things* (IoT). Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional.

Selain itu, praktik bisnis yang berfokus pada keberlanjutan sumber daya manusia juga harus menjadi perhatian utama. Dalam proses transformasi digital, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa inovasi dan perubahan tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi karyawan dan masyarakat luas. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang cara-cara untuk mempromosikan keberlanjutan dalam manajemen sumber daya manusia selama transformasi digital menjadi sangat relevan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meraih keberhasilan jangka panjang dan berkontribusi terhadap pembangunan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiani, L., & Furinto, A. (2022). Transformasi Model Bisnis: Konsep, Strategi, dan Antisipasi Menyongsong Era Metaverse. Scopindo Media Pustaka.
- Banjarnahor, A. R., Hariningsih, E., Mathory, E. A. S., Yusditara, W., Fuadi, F., Muliana, M., ... & Watrianthos, R. (2022). Teknologi Digital Kewirausahaan dan UMKM. Yayasan Kita Menulis.
- Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Natalicchio, A. (2020). *Implementing a digital strategy: Learning from the experience of three digital transformation projects*. *California Management Review*, 62(4), 37-56.
- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., ... & Simarmata, J. (2020). *Smart entrepreneurship: peluang bisnis kreatif & inovatif di era digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Favari, E. (2020). *Sustainability in (Mega) Project Management—A Business Case for Project Sustainability*. In *Megaproject Management* (pp. 15-26). Springer, Cham.
- Harsono, H., & Kiswara, G. J. (2022). Pengaruh Rantai Pasokan Digital pada Kinerja Organisasi: Studi Empiris di Industri Pertahanan. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 80-90.
- Hendarsyah, D. (2019). *E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0*. Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 8(2), 171-184.
- Kwilinski, A., Dalevska, N., Kravchenko, S., Hroznyi, I., & Kovalenko, O. (2019). *Formation of the entrepreneurship model of e-business in the context of the introduction of information and communication technologies*. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-7.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). *Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the Covid-19 pandemic*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104.
- Putra, A. H. P. K. (2022). *Editorial Notes: Transformation Customers' Needs in The Aspect of Client Value in Industry 4.0*. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1).
- Sachs, J., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G., & Woelm, F. (2021). *Sustainable development report 2021*. Cambridge University Press.
- Sari, D. C., Purba, D. W., & Hasibuan, M. S. (2019). Inovasi Pendidikan Lewat Transformasi Digital. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM, 57.
- Veranita, Mira, Lukmanulhakim Almamalik, Sugiyanto Ikhsan. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Oleh UMKM Di Era Pandemi (Studi Kasus Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Bandung), *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 2022, 89-96