



Kunci Sukses dalam Manajemen Strategi di Era Digital

Mohamad Afrizal Miradji^{1*}, Bayu Adi², Adheriana Wida³, Gunita⁴, Ella Djamilah Syah⁵, Nabila Mar'atus⁶

¹⁻⁶Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana, Indonesia

Alamat: Jl. Dukuh Menanggal XII, Dukuh Menanggal, Gayungan, Surabaya, Jawa Timur - 60234

*Korespondensi penulis: afrizal@unipasby.ac.id

Abstract. *The digital era has brought significant changes in the scope of global business. Demanding companies to adapt quickly and innovatively in managing strategies. This article discusses key factors that determine the success of strategy management amidst digital disruption, including adaptation to technology, data-based decision-making, digital leadership, and the organization's ability to innovate continuously. With a qualitative approach through literature studies and case analysis, this article highlights the importance of digital transformation as the core of modern business strategy. The results of the discussion show that companies that are successful in the digital era are companies that are able to integrate technology into core business processes, build an agile organizational culture, and make data a strategic asset. This article is expected to provide practical insights for business leaders and strategy managers in designing adaptive and competitive policy directions in the midst of the ever-evolving digital era.*

Keywords: *Strategy Management, Digital Era, Digital Transformation*

Abstrak. Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam ingkup bisnis global. Menuntut perusahaan untuk beradaptasi secara cepat dan inovatif dalam mengelola strategi. Artikel ini membahas faktor-faktor kunci yang menentukan keberhasilan manajemen strategi di tengah disrupsi digital, termasuk adaptasi terhadap teknologi, pengambilan keputusan berbasis data, kepemimpinan digital, serta kemampuan organisasi untuk berinovasi secara berkelanjutan. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis kasus, artikel ini mnyoroti pentingnya transformasi digital sebagai inti dari strategi bisnis modern. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa perusahaan yang sukses di era digital adalah perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis inti, membangun budaya organisasi yang linch, dan menjadikan data sebagai aset strategis. Artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi para pemimpin bisnis dan manajer strategi dalam merancang arah kebijakan yang adaptif dan kompetitif di tengah era digital yang terus berkembang.

Kata kunci: Manajemen Strategi, Era Digital, Transformasi Digital

1. LATAR BELAKANG

Di era digital yang sangat kompetitif ini, perusahaan-perusahaan menghadapi tantangan yang belum pernah dialami sebelumnya. Para pemimpin perusahaan berkumpul dengan perubahan perilaku konsumen yang pesat, kemajun teknologi yang cepat, dan persaingan pasar yang kertetat setiap harinya. Dalam situasi ini, inovasi muncul sebagai strategi utama bagi bisnis untuk bertahan dan unggul dari para pesaing.

Transformasi digital telah membawa tantangan dan peluang baru bagi bisnis. Perusanaam konsumen, dan globalisasi menuntu adaptasi dan inovasi manajemen strategi penting untuk mererspon perubahan ini dan membangun keunggulan kompetitif. Artikel ini membahas kunci sukses manajemen strategi di era digital, berfokus pada perbedaan dengan pendekatan lama.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen strategi merupakan proses perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya (David, 2011). Di era digital, konsep ini mengalami pergeseran fundamental. Lingkungan bisnis yang semakin dinamis, disruptif, dan didorong oleh teknologi menuntut perusahaan untuk tidak hanya merespons perubahan, tetapi juga memprediksi dan memimpin perusahaan tersebut. Schumpeter (1934) dalam teorinya tentang inovasi, mengemukakan bahwa disrupsi adalah motor penggerak pertumbuhan ekonomi dimana inovasi menciptakan “penghancuran kreatif” yang menggantikan model bisnis lama dengan yang baru. Konsep ini sangat relevan di era digital, di mana teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan internet of things terus menerus menciptakan disrupsi.

Visi organisasi yang jelas adalah fondasi bagi arah strategis (Collins & Porras, 1996). Data analitik memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih akurat, pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen, dan indentifikasi peluang pasar yang belum tergarap (Prasetya et al., 2024). Di tengah volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas (VUCA) era digital, agilitas menjadi prasyarat untuk keberlanjutan bisnis. Organisasi agile mampu beradaptasi dengan disrupsi teknologi, perubahan preferensi pelanggan, dan dinamika pasar yang cepat (Anonim, n.d., Agilitas Organisasi dan Talenta Esensial). Studi tentang strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi oleh Evangeulista et al. (n.d.) secara implisit menunjukkan bahwa perubahan budaya internal menjadi lebih adaptif terhadap teknologi adalah faktor penting dalam keberhasilan mereka.

Dengan demikian kajian teoritis ini menguatkan bahwa kunci sukses manajemen strategi di era digital tidak hanya terletak pada penguasaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan organisasi untuk membangun visi digital yang jelas, memanfaatkan data secara efektif, mengembangkan agilitas, mentransformasikan budaya kerja, memiliki kepemimpinan digital yang kuat, membangun kemitraan strategis, serta melakukan evaluasi dan adaptasi secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif yang bersifat kualitatif, pendekatan kualitatif yang mendalam untuk memahami dan menganalisis fenomena inovasi dalam konteks manajemen strategi di era digital. Penelitian kualitatif memungkinkan eksplorasi subjektif, nuansa, dan makna dalam literatur tentang inovasi manajemen strategi. Analisis mendalam terhadap narasi, konsep, dan kerangka kerja literatur digunakan untuk memahami

dinamika dan implikasi inovasi manajemen strategi di era digital. Data dikumpulkan dari jurnal akademis, artikel ilmiah, dan publikasi terkait inovasi manajemen strategi di era digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, perilaku konsumen, serta dinamika pasar global. Dalam konteks ini, manajemen strategi menjadi alat penting dalam menentukan arah dan keberlanjutan perusahaan di era digital. Artikel ini membahas kunci-kunci sukses dalam manajemen strategi yang relevan dengan tantangan dan peluang dunia digital.

Visi Digital yang Jelas

Visi digital yang jelas adalah sebuah deskripsi yang fokus dan terarah mengenai bagaimana teknologi digital akan digunakan untuk mencapai tujuan strategis di masa depan. Ini bukan sekadar pernyataan tentang penggunaan teknologi, tetapi lebih kepada bagaimana teknologi akan mentransformasikan dan memberikan nilai tambah bagi organisasi, proyek, negara, atau bahkan individu.

➤ Karakteristik Visi Digital yang Jelas

Agar sebuah visi digital dapat dikatakan jelas dan efektif, ia harus memiliki beberapa karakteristik utama :

- **Spesifik**

Visi tersebut harus fokus pada area atau tujuan tertentu yang ingin dicapai melalui teknologi digital. Hindari pernyataan yang terlalu umum atau luas. Misalnya, alih-alih “menjadi lebih digital”, lebih baik “meningkatkan pengalaman pelanggan melalui platform digital terintegrasi”.

- **Terukur (Secara Kualitatif atau Kuantitatif)**

Meskipun visi bersifat jangka panjang, idealnya ia mengandung elemen yang dapat diukur kemajuannya, baik secara kualitatif (misalnya, peningkatan kepuasan pelanggan yang signifikan) maupun kuantitatif (misalnya, peningkatan penjualan online sebesar 20% dalam tiga tahun).

- **Dapat Dicapai**

Visi tersebut harus realistis dan dapat diwujudkan dengan sumber daya dan kemampuan yang ada atau yang dapat dikembangkan. Visi yang terlalu ambisius tanpa pertimbangan praktis akan sulit diimplementasikan.

- **Relevan**

Visi digital harus selara dengan tujuan strategis yang lebih besar dari organisasi atau inisiatif. Penggunaan teknologi digital harus mendukung pencapaian tujuan tersebut, bukan menjadi tujuan itu sendiri.

- **Terikat Waktu (Implisit atau Eksplisit)**

Meskipun visi bersifat jangka panjang, adanya kerangka waktu (implisit atau eksplisit) membantu dalam menetapkan prioritas dan mengukur kemajuan. Misalnya, “dalam lima tahun ke depan...”.

- **Menginspirasi dan Mudah Dikomunikasikan**

Visi yang jelas harus mampu menginspirasi semua pihak yang terlibat dan mudah dipahami serta dikomunikasikan kepada seluruh organisasi atau pemangku kepentingan. Bahasa yang digunakan harus jelas, ringkas, dan membangkitkan antusiasme.

➤ **Pemanfaatan Data dan Analitik**

Data adalah aset utama dalam era digital. Organisasi yang sukses adalah mereka yang mampu mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data untuk membuat keputusan berbasis fakta. Penggunaan teknologi seperti big data, machine learning, dan business intelligence dapat membantu dalam memahami tren pasar, perilaku pelanggan, serta efisiensi operasional. Pemanfaatan data analitik adalah proses mengumpulkan, membersihkan, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk mendapatkan wawasan (insight) yang berharga. Wawasan ini kemudian digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi, mengidentifikasi peluang baru, memecahkan masalah, dan pada akhirnya mencapai tujuan yang ditetapkan.

Di era digital saat ini, volume data yang dihasilkan sangat besar dan terus bertambah. Data ini, jika dikelola dan dianalisis dengan benar, memiliki potensi yang luar biasa untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi berbagai pihak, mulai dari bisnis, pemerintah, organisasi nirlaba, hingga individu. Berikut adalah beberapa alasan mengapa pemanfaatan data dan analitik menjadi semakin penting :

- **Pengambilan Keputusan yang lebih Tepat**

Analitik data kemungkinan keputusan didasarkan pada fakta dan bukti, bukan hanya intuisis atau asumsi. Ini mngurnagi risiko kealahan dan meningkatkan kemungkinan hail yang positif.

- **Pemahaman yang Lebih Mendalam**

Analisis data membantu kita memahami tren, pola, hubungan, dan perilaku yang memungkinkan tidak terlihat secara kasat mata. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pelanggan, pasar, operasional, dan berbagai aspek lainnya.

- **Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas**

Dengan menganalisis data operasional, organisasi dapat mengidentifikasi efisiensi, bottleneck, dan area yang dioptimlkan. Hal ini dapat meghasilkan penghematan biaya, peningkatan produktivitas, dan alokasi sumber daya yang lebih baik.

- **Personalisasi dan Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik**

Analisis data pelanggan memungkinkan organisasi untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku pelanggan secara individual. Informasi ini dapat digunakan untuk mepersonalisasi produk, layanan, dan interaksi, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- **Identifikasi Peluang Baru**

Analisis data pasar dan tren dapat membantu organisasi mengidentifikasi peluang bisnis baru, seperti segmen pasar yang belum terpenuhi, produk atau layanan inovatif, atau model bisnis yang lebih efektif.

- **Deteksi Risiko dan Pencegahan Fraud**

Dalam berbagai bidang seperti keuangan dan keamanan, analitik data dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola yang mencurigakan dan memprediksi potensi risiko atau aktivitas penipuan.

- **Pengembangan Produk dan Layanan yang Lebih Baik**

Umpan balik pelanggan, data penggunaan produk, dan analisi pasar dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

➤ **Jenis-Jenis Analitik**

Secara umum, analitik dapat dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan tujuan dan kompleksitasnya :

- **Analitik Deskriptif**

Meringkas dan menggambarkan data historis untuk memahami apa yang telah terjadi. Contoh : laporan penjualan bulanan, visualisasi data pelanggan.

- **Analitik Diagnostik**

Menganalisis data untuk memahami mengapa sesuatu terjadi. Contoh: mengidentifikasi penyebab penurunan penjualan, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- **Analitik Prediktif**

Menggunakan data historis dan model statistik untuk memprediksi apa yang mungkin terjadi di masa depan. Contoh: prediksi permintaan produk, perkiraan risiko kredit.

- **Analitik Preskriptif**

Memberikan rekomendasi tindakan berdasarkan hasil analisis untuk mencapai tujuan tertentu. Contoh: merekomendasikan harga terbaik, menyarankan tindakan pencegahan risiko.

➤ **Agilitas Organisasi**

Strategi yang efektif di era digital membutuhkan organisasi yang gesit (agile). Kemampuan untuk merespon perubahan secara cepat, melakukan eksperimen, serta melakukan iteraksi terhadap strategi merupakan keunggulan kompetitif yang penting. Struktur organisasi yang fleksibel dan kolaboratif menjadi kunci dalam mendukung agilitas ini. Agilitas organisasi, atau organizational agility, merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk beradaptasi dan merespons perubahan lingkungan bisnis dengan cept, efektif, dan efisien. Ini melibatkan fleksibilitas dalam berbagai aspek organisasi, termasuk strategi, struktur, proses, orang, dan teknologi. Organisasi yang agile mampu dengan lincah mengubah arah, memanfaatkan peluang baru, mengatasi tantangan, dan terus memberikan nilai kepada para pemangku kepentingannya.

Di era VUCA (Volatility, Uncertainty, Clompecity, Ambiguity) yang kita hadapi saat ini, perubahan terjai dengan sangat cepat dan sulit di prediksi. Agilitas organisasi menjadi semakin krusial karena:

- **Persaingan yang Ketat :** Organisasi harus mampu berinovasi dan beradaptasi lebih cepat dari para pesaingnya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.
- **Perubahan Kebutuhan Pelanggan:** Preferensi dan ekspektasi pelanggan terus berkembang. Organisasi yang agile dapat dengan cepat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memenuhi perubahan.
- **Disrupsi Teknologi:** Kemajuan teknologi yang pesat dapat dengan cepat mengubah lanskap industri. Organisasi yang agile lebih siap untuk mengadopsi teknologi baru dan memanfaatkan peluang yang ditawarkannya. .
- **Ketidakpastian Ekonomi dan Politik:** Perubahan kondisi ekonomi dan politik dapat memberikan dampak signifikan pada bisnis. Organisasi yang agile memiliki kemampuan untuk menyesuaikan strategi dan operasional mereka dalam menghadapi ketidakpastian ini.
- **Kebutuhan akan Inovasi Berkelanjutan:** Agilitas mendorong budaya eksperimen dan pembelajaran, yang penting untuk menghasilkan inovasi yang berkelanjutan.

➤ **Karakteristik Organisasi yang Agile**

Organisasi yang agile umumnya menunjukkan karakteristik sebagai berikut :

- **Responsif:** Mampu mengenali dan merespons perubahan dengan cepat dan efektif.
- **Fleksibel:** Mudah menyesuaikan struktur, proses, dan sumber daya untuk menghadapi situasi baru.
- **Adaptif:** Mampu belajar dari pengalaman dan mengubah diri untuk menjadi lebih baik.
- **Cepat:** mampu mengambil keputusan dan bertindak dengan cepat.
- **Kolaboratif:** mendorong kerja sama lintas fungsi dan tim untuk mencapai tujuan bersama.
- **Berorientasi pada Pelanggan:** memahami dan merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif.
- **Didukung oleh Teknologi:** memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan fleksibilitas, kecepatan, dan efisiensi.
- **Budaya Pembelajaran:** Mendorong eksperimen, umpan balik, dan perbaikan berkelanjutan.

- **Kepemimpinan yang Adaptif:** pemimpin yang mampu memberdayakan tim, medelegasikan, dan memfasilitasi perubahan.

Transformasi Budaya Kerja

Keberhasilan strategi digital tidak hanya bergantung pada teknologi, namun juga pada manusia. Dibutuhkan perubahan budaya kerja yang mendorong inovasi, kolaborasi lintas fungsi, serta pembelajaran berkelanjutan. Budaya yang adaptif akan membantu organisasi menavigasi ketidakpastian digital dengan lebih baik. Transformasi budaya kerja adalah **proses fundamental dan berkelanjutan dalam mengubah nilai-nilai, norma, keyakinan, perilaku, dan praktik yang mendasari cara kerja suatu organisasi**. Tujuannya adalah untuk menciptakan budaya yang lebih adaptif, inovatif, kolaboratif, berorientasi pada hasil, dan selaras dengan tujuan strategis organisasi serta tuntutan lingkungan bisnis yang terus berubah.

Transformasi ini bukan sekadar perubahan kecil atau program sementara, melainkan **perombakan mendalam** yang mempengaruhi setiap aspek bagaimana pekerjaan dilakukan dan bagaimana orang berinteraksi dalam organisasi.

Ada berbagai alasan mengapa organisasi mungkin perlu melakukan transformasi budaya kerja:

- **Menanggapi Perubahan Lingkungan:** Perubahan teknologi, pasar, persaingan, dan harapan karyawan dapat menuntut organisasi untuk beradaptasi dengan budaya kerja yang baru.
- **Meningkatkan Kinerja dan Produktivitas:** Budaya kerja yang positif dan mendukung dapat meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan akhirnya produktivitas karyawan.
- **Mendorong Inovasi:** Budaya yang terbuka terhadap ide baru, eksperimen, dan pengambilan risiko sangat penting untuk mendorong inovasi.
- **Meningkatkan Kolaborasi:** Budaya yang mendorong kerja sama tim, komunikasi terbuka, dan berbagi pengetahuan dapat meningkatkan efektivitas organisasi.
- **Meningkatkan Kepuasan dan Retensi Karyawan:** Budaya kerja yang positif, inklusif, dan menghargai dapat meningkatkan kepuasan karyawan dan mengurangi tingkat turnover.
- **Membangun Citra Perusahaan yang Lebih Baik:** Budaya kerja yang kuat dan positif dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata calon karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya.

- **Mendukung Implementasi Strategi Baru:** Budaya kerja yang ada mungkin tidak selaras dengan strategi baru organisasi, sehingga transformasi diperlukan untuk memastikan keberhasilannya.
- **Mengatasi Masalah Budaya yang Ada:** Organisasi mungkin menghadapi masalah seperti silos, kurangnya akuntabilitas, komunikasi yang buruk, atau budaya menyalahkan yang menghambat kinerja.

Aspek-Aspek Utama dalam Transformasi Budaya Kerja:

Transformasi budaya kerja melibatkan perubahan dalam berbagai aspek, di antaranya:

- **Nilai-Nilai (Values):** Mengidentifikasi, mengartikulasikan, dan menanamkan nilai-nilai baru yang ingin dianut oleh organisasi.
- **Norma (Norms):** Mengubah aturan dan ekspektasi perilaku yang tidak tertulis dalam organisasi.
- **Keyakinan (Beliefs):** Mengatasi keyakinan-keyakinan yang menghambat kemajuan dan menanamkan keyakinan yang mendukung tujuan baru.
- **Perilaku (Behaviors):** Mendorong dan menghargai perilaku yang sesuai dengan budaya yang diinginkan, serta mengatasi perilaku yang tidak sesuai.
- **Praktik (Practices):** Mengubah proses kerja, kebijakan, dan sistem yang ada untuk mencerminkan budaya yang baru.
- **Komunikasi:** Meningkatkan transparansi, keterbukaan, dan frekuensi komunikasi di seluruh organisasi.
- **Kepemimpinan:** Pemimpin harus menjadi contoh dan pendorong utama perubahan budaya.
- **Struktur Organisasi:** Terkadang, perubahan struktur organisasi diperlukan untuk mendukung budaya yang baru.
- **Pengembangan Karyawan:** Memberikan pelatihan dan pengembangan yang mendukung nilai dan perilaku budaya yang diinginkan.
- **Pengakuan dan Penghargaan:** Mengakui dan menghargai perilaku yang sejalan dengan budaya yang baru.

Tantangan dalam Transformasi Budaya Kerja:

Transformasi budaya kerja adalah proses yang kompleks dan seringkali menghadapi berbagai tantangan:

- **Resistensi Terhadap Perubahan:** Karyawan mungkin merasa nyaman dengan status quo dan menolak perubahan.
- **Kurangnya Pemahaman dan Keterlibatan:** Jika karyawan tidak memahami alasan dan manfaat perubahan, mereka mungkin tidak termotivasi untuk berpartisipasi.
- **Kurangnya Dukungan dari Pemimpin:** Jika pemimpin tidak sepenuhnya mendukung dan menjadi contoh perubahan, transformasi akan sulit berhasil.
- **Komunikasi yang Tidak Efektif:** Kurangnya komunikasi yang jelas dan konsisten dapat menimbulkan kebingungan dan resistensi.
- **Kurangnya Sumber Daya:** Transformasi budaya membutuhkan waktu, tenaga, dan sumber daya yang memadai.
- **Proses yang Terlalu Cepat atau Terlalu Lambat:** Perubahan harus dilakukan dengan kecepatan yang tepat agar tidak membuat karyawan kewalahan atau kehilangan momentum.
- **Kesulitan Mengukur Keberhasilan:** Mengukur dampak transformasi budaya bisa menjadi sulit dan membutuhkan metrik yang tepat.
- **Ketidakselarasan dengan Sistem dan Proses Lain:** Jika sistem dan proses organisasi tidak mendukung budaya yang baru, perubahan tidak akan bertahan lama.

Kepemimpinan Digital

Pemimpin berperan besar dalam mendorong adopsi strategi digital. Mereka harus memiliki literasi digital yang kuat, terbuka terhadap perubahan, dan mampu menjadi role model dalam penggunaan teknologi. Kepemimpinan yang visioner dan inklusif akan menginspirasi tim untuk menjalankan strategi dengan penuh komitmen. Tentu, mari kita bahas mengenai kepemimpinan digital. Kepemimpinan digital adalah **kemampuan untuk memimpin dan mengelola organisasi serta tim secara efektif di era digital**. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang teknologi digital, tren yang sedang berkembang, dan bagaimana teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi. Lebih dari sekadar menggunakan alat digital, kepemimpinan digital berfokus pada **bagaimana teknologi mengubah cara kita bekerja, berinteraksi, dan menciptakan nilai**.

Seorang pemimpin digital yang efektif tidak hanya mahir dalam teknologi, tetapi juga memiliki visi strategis tentang bagaimana teknologi dapat mentransformasi organisasi,

melibatkan karyawan di era digital, dan berinteraksi dengan pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya secara online.

Di era di mana teknologi digital meresap ke dalam setiap aspek kehidupan dan bisnis, kepemimpinan digital menjadi semakin krusial karena:

- **Mendorong Transformasi Digital:** Pemimpin digital memiliki visi dan kemampuan untuk memimpin organisasi melalui proses transformasi digital yang kompleks.
- **Memanfaatkan Peluang Teknologi:** Mereka mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI), analisis data, cloud computing, dan Internet of Things (IoT).
- **Membangun Budaya Digital:** Pemimpin digital mempromosikan budaya kerja yang adaptif, kolaboratif, dan inovatif yang didukung oleh teknologi.
- **Menarik dan Mempertahankan Talenta Digital:** Pemimpin yang melek digital lebih mampu memahami kebutuhan dan harapan talenta digital, sehingga membantu dalam menarik dan mempertahankan mereka.
- **Meningkatkan Keterlibatan Karyawan:** Mereka menggunakan alat dan platform digital untuk meningkatkan komunikasi, kolaborasi, dan keterlibatan karyawan.
- **Meningkatkan Pengalaman Pelanggan:** Pemimpin digital memahami bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, personal, dan terhubung.
- **Membuat Keputusan Berbasis Data:** Mereka mendorong penggunaan data dan analitik untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis.
- **Mengelola Risiko Digital:** Pemimpin digital memahami risiko keamanan siber dan privasi data, serta mengambil langkah-langkah untuk mengelola dan memitigasinya.
- **Membangun Ekosistem Digital:** Mereka mampu membangun dan memelihara hubungan dengan mitra, vendor, dan komunitas online.

Karakteristik Utama Pemimpin Digital:

Seorang pemimpin digital yang efektif umumnya memiliki karakteristik sebagai berikut:

- **Visioner Digital:** Memiliki visi yang jelas tentang bagaimana teknologi dapat mengubah organisasi dan industri.
- **Literasi Digital:** Memiliki pemahaman yang kuat tentang berbagai teknologi digital dan tren yang relevan.
- **Adaptif dan Lincah:** Mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan pasar.

- **Kolaboratif:** Mendorong kolaborasi dan komunikasi yang efektif melalui platform digital.
- **Berorientasi pada Data:** Mampu memahami dan memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan.
- **Empati Digital:** Memahami kebutuhan dan kekhawatiran karyawan dan pelanggan di lingkungan digital.
- **Berpikir Strategis:** Mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis secara keseluruhan.
- **Pembelajar Seumur Hidup:** Terus belajar dan mengikuti perkembangan teknologi yang baru.
- **Berani Mengambil Risiko:** Bersedia mencoba pendekatan dan teknologi baru untuk mencapai inovasi.
- **Etis dan Bertanggung Jawab:** Memahami implikasi etis dan sosial dari penggunaan teknologi digital.

Peran Pemimpin Digital dalam Organisasi:

Pemimpin digital memainkan berbagai peran penting dalam organisasi, termasuk:

- **Menciptakan Visi Digital:** Mengembangkan dan mengkomunikasikan visi tentang bagaimana teknologi akan digunakan untuk mencapai tujuan organisasi.
- **Mendorong Adopsi Teknologi:** Memimpin dan memfasilitasi adopsi teknologi baru di seluruh organisasi.
- **Membangun Kapabilitas Digital:** Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan digital di antara karyawan.
- **Menciptakan Pengalaman Digital yang Positif:** Memastikan pengalaman digital yang baik bagi karyawan dan pelanggan.
- **Mengelola Transformasi Digital:** Memimpin perubahan organisasi yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital.
- **Membangun Kemitraan Digital:** Berkolaborasi dengan mitra dan vendor teknologi untuk mencapai tujuan organisasi.
- **Memastikan Keamanan dan Privasi Digital:** Memimpin upaya untuk melindungi data dan sistem organisasi.
- **Mendorong Inovasi Digital:** Menciptakan lingkungan yang mendorong eksperimen dan pengembangan solusi digital baru.

Kemitraan Strategis

Di era digital, kolaborasi menjadi kunci. Perusahaan perlu membangun kemitraan dengan startup, perusahaan teknologi, institusi pendidikan, dan ekosistem digital lainnya. Kemitraan ini dapat mempercepat inovasi, mengurangi biaya riset, serta memperluas jangkauan pasar. Kemitraan strategis adalah **hubungan kolaboratif jangka panjang antara dua atau lebih organisasi yang setuju untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bisnis yang saling menguntungkan**. Kemitraan ini lebih dari sekadar transaksi atau hubungan vendor-klien biasa. Ia melibatkan **tingkat integrasi, berbagi sumber daya, risiko, dan tanggung jawab yang signifikan** untuk mencapai hasil yang lebih besar daripada yang dapat dicapai masing-masing pihak secara mandiri.

Karakteristik Utama Kemitraan Strategis:

- **Tujuan Bersama:** Para mitra memiliki tujuan bisnis yang saling melengkapi dan ingin dicapai melalui kolaborasi.
- **Manfaat Mutua:** Kemitraan harus memberikan nilai dan keuntungan yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat.
- **Jangka Panjang:** Hubungan ini biasanya dirancang untuk berlangsung dalam jangka waktu yang lebih lama, bukan proyek sekali waktu.
- **Tingkat Integrasi:** Mungkin melibatkan integrasi operasional, teknologi, atau bahkan budaya kerja.
- **Berbagi Sumber Daya:** Para mitra bersedia berbagi sumber daya seperti pengetahuan, keahlian, teknologi, jaringan, atau modal.
- **Berbagi Risiko dan Tanggung Jawab:** Risiko dan tanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan inisiatif bersama dibagi di antara para mitra.
- **Komunikasi dan Kepercayaan:** Komunikasi yang terbuka, transparan, dan saling percaya adalah fondasi penting dari kemitraan strategis yang sukses.
- **Komitmen Tingkat Tinggi:** Kemitraan ini biasanya mendapatk

Kemitraan strategis dapat memberikan berbagai manfaat signifikan bagi organisasi, termasuk:

- **Akses ke Sumber Daya Baru:** Mitra dapat menyediakan akses ke teknologi, keahlian, pasar, atau modal yang mungkin tidak dimiliki oleh organisasi secara internal.
- **Peningkatan Jangkauan Pasar:** Bekerja sama dengan mitra yang memiliki basis pelanggan atau jaringan distribusi yang berbeda dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

- **Berbagi Risiko dan Biaya:** Kemitraan memungkinkan organisasi untuk berbagi risiko dan biaya pengembangan produk baru, ekspansi geografis, atau inisiatif strategis lainnya.
- **Meningkatkan Inovasi:** Kolaborasi dengan organisasi lain dapat memicu ide-ide baru, menggabungkan keahlian yang berbeda, dan mempercepat proses inovasi.
- **Meningkatkan Efisiensi Operasional:** Integrasi proses atau berbagi infrastruktur dapat menghasilkan efisiensi operasional dan penghematan biaya.
- **Memperkuat Keunggulan Kompetitif:** Kemitraan strategis yang sukses dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.
- **Akses ke Pengetahuan dan Keahlian Baru:** Bekerja sama dengan organisasi yang memiliki keahlian khusus dapat meningkatkan kemampuan internal.
- **Membangun Reputasi dan Kredibilitas:** Bermitra dengan organisasi yang memiliki reputasi baik dapat meningkatkan citra dan kredibilitas.

Jenis-Jenis Kemitraan Strategis:

Kemitraan strategis dapat mengambil berbagai bentuk, di antaranya:

- **Aliansi Strategis:** Perjanjian kerja sama antara dua atau lebih organisasi untuk mencapai tujuan tertentu sambil tetap mempertahankan independensi masing-masing.
- **Joint Venture:** Pembentukan entitas bisnis baru yang dimiliki bersama oleh dua atau lebih organisasi untuk tujuan tertentu.
- **Lisensi dan Waralaba:** Memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan kekayaan intelektual atau model bisnis dengan persyaratan tertentu.
- **Kemitraan Pemasaran dan Distribusi:** Bekerja sama dalam kegiatan pemasaran atau distribusi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- **Kemitraan Penelitian dan Pengembangan (R&D):** Berkolaborasi dalam proyek penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan inovasi.
- **Kemitraan dengan Pemasok:** Membangun hubungan yang lebih erat dan kolaboratif dengan pemasok utama untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok.
- **Kemitraan dengan Pelanggan:** Bekerja sama secara erat dengan pelanggan strategis untuk mengembangkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kunci Keberhasilan Kemitraan Strategis:

- **Kesesuaian Strategis:** Tujuan dan nilai-nilai para mitra harus selaras.
- **Kejelasan Tujuan dan Ruang Lingkup:** Peran, tanggung jawab, dan hasil yang diharapkan dari kemitraan harus didefinisikan dengan jelas.
- **Struktur Tata Kelola yang Efektif:** Mekanisme pengambilan keputusan, komunikasi, dan penyelesaian konflik harus ditetapkan.
- **Komunikasi yang Terbuka dan Transparan:** Informasi harus dibagikan secara bebas dan jujur di antara para mitra.
- **Kepercayaan dan Saling Menghormati:** Hubungan yang kuat didasarkan pada kepercayaan dan saling menghormati.
- **Komitmen dari Pimpinan:** Dukungan dan keterlibatan aktif dari para pemimpin sangat penting.
- **Pengelolaan Hubungan yang Efektif:** Alokasi sumber daya dan perhatian yang cukup untuk memelihara hubungan kemitraan.
- **Pengukuran dan Evaluasi Kinerja:** Penetapan metrik untuk mengukur keberhasilan kemitraan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.
- **Fleksibilitas dan Adaptabilitas:** Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi dan kebutuhan para mitra.

Evaluasi dan Adaptasi Berkelanjutan

Manajemen strategi digital bukanlah proses sekali jadi. Evaluasi secara berkala terhadap implementasi strategi sangat penting untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Dengan pendekatan yang adaptif, perusahaan dapat terus menyesuaikan arah strategis seiring dengan perubahan eksternal dan internal. Evaluasi dan adaptasi berkelanjutan adalah **proses sistematis dan terus-menerus untuk menilai kinerja, efektivitas, dan relevansi suatu inisiatif, strategi, proses, atau produk, serta melakukan perubahan dan penyesuaian yang diperlukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut**. Ini adalah siklus yang berulang dan dinamis, yang bertujuan untuk memastikan bahwa organisasi atau inisiatif tetap relevan, efektif, dan mampu mencapai tujuannya dalam lingkungan yang terus berubah.

Dalam dunia yang dinamis dan penuh ketidakpastian saat ini, evaluasi dan adaptasi berkelanjutan menjadi semakin penting karena beberapa alasan:

- **Perubahan Lingkungan yang Cepat:** Pasar, teknologi, preferensi pelanggan, dan regulasi terus berubah. Organisasi yang tidak melakukan evaluasi dan adaptasi berisiko menjadi usang dan tidak relevan.

- **Memastikan Efektivitas:** Evaluasi membantu mengidentifikasi apa yang berjalan dengan baik dan apa yang tidak, sehingga memungkinkan organisasi untuk fokus pada hal-hal yang efektif dan memperbaiki yang kurang efektif.
- **Meningkatkan Kinerja:** Melalui adaptasi berdasarkan hasil evaluasi, organisasi dapat terus meningkatkan kinerja, efisiensi, dan kualitas.
- **Mengidentifikasi Peluang dan Risiko:** Evaluasi dapat membantu mengidentifikasi peluang baru yang mungkin terlewatkan dan potensi risiko yang perlu diatasi.
- **Pembelajaran dan Inovasi:** Proses evaluasi dan adaptasi mendorong pembelajaran organisasi dan menciptakan budaya inovasi.
- **Akuntabilitas dan Transparansi:** Evaluasi memberikan data dan informasi yang dibutuhkan untuk akuntabilitas dan transparansi kepada para pemangku kepentingan.
- **Penggunaan Sumber Daya yang Efisien:** Dengan mengidentifikasi inefisiensi dan area yang perlu diperbaiki, organisasi dapat menggunakan sumber daya secara lebih efektif.
- **Membangun Ketahanan:** Kemampuan untuk terus mengevaluasi dan beradaptasi membantu organisasi menjadi lebih tangguh dan mampu menghadapi tantangan di masa depan.

Elemen-Elemen Kunci dalam Evaluasi dan Adaptasi Berkelanjutan:

- **Penetapan Metrik dan Indikator Kinerja:** Mengidentifikasi cara yang jelas dan terukur untuk menilai kinerja dan kemajuan.
- **Pengumpulan Data yang Relevan:** Mengumpulkan data yang akurat dan tepat waktu dari berbagai sumber.
- **Analisis Data yang Mendalam:** Menganalisis data untuk mengidentifikasi tren, pola, dan wawasan yang relevan.
- **Interpretasi Hasil Evaluasi:** Memahami implikasi dari temuan evaluasi terhadap tujuan dan strategi.
- **Pengambilan Keputusan Berdasarkan Bukti:** Menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar untuk membuat keputusan tentang perubahan dan penyesuaian.
- **Implementasi Perubahan:** Melakukan perubahan dan penyesuaian yang telah diputuskan secara efektif.
- **Pemantauan dan Penilaian Ulang:** Terus memantau dampak dari perubahan yang telah dilakukan dan melakukan evaluasi lebih lanjut.

- **Budaya Pembelajaran:** Mendorong organisasi untuk belajar dari keberhasilan dan kegagalan, serta terus mencari cara untuk meningkatkan diri.
- **Keterlibatan Pemangku Kepentingan:** Melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses evaluasi dan adaptasi untuk mendapatkan perspektif yang beragam dan membangun dukungan.

Siklus Evaluasi dan Adaptasi:

Proses evaluasi dan adaptasi seringkali mengikuti siklus yang berulang, seperti:

1. **Perencanaan:** Menetapkan tujuan, metrik, dan metode evaluasi.
2. **Pengumpulan Data:** Mengumpulkan data yang relevan.
3. **Analisis Data:** Menganalisis data untuk mengidentifikasi temuan.
4. **Interpretasi:** Memahami makna dan implikasi dari temuan.
5. **Tindakan (Adaptasi):** Merencanakan dan mengimplementasikan perubahan berdasarkan hasil evaluasi.
6. **Evaluasi Ulang:** Menilai dampak dari perubahan yang telah dilakukan dan memulai siklus kembali.

Contoh Implementasi Evaluasi dan Adaptasi Berkelanjutan:

- **Pengembangan Produk:** Perusahaan teknologi secara terus-menerus mengumpulkan umpan balik pengguna, menganalisis data penggunaan, dan melakukan iterasi pada produk mereka berdasarkan hasil evaluasi.
- **Strategi Pemasaran:** Tim pemasaran secara teratur mengevaluasi kinerja kampanye, menganalisis metrik seperti tingkat konversi dan ROI, dan menyesuaikan strategi mereka berdasarkan data tersebut.
- **Proses Bisnis:** Organisasi menggunakan metodologi seperti Lean dan Six Sigma untuk terus mengevaluasi dan mengoptimalkan proses bisnis mereka.
- **Kebijakan Publik:** Pemerintah mengevaluasi efektivitas kebijakan dan program publik melalui studi dan umpan balik masyarakat, dan kemudian melakukan penyesuaian berdasarkan hasil evaluasi.
- **Pengembangan Karyawan:** Perusahaan melakukan evaluasi kinerja karyawan secara berkala dan menyediakan umpan balik serta program pengembangan berdasarkan hasil evaluasi.

Tantangan dalam Implementasi Evaluasi dan Adaptasi Berkelanjutan:

- **Resistensi Terhadap Perubahan:** Individu dan tim mungkin enggan untuk menerima umpan balik negatif atau melakukan perubahan.
- **Kurangnya Sumber Daya:** Proses evaluasi dan adaptasi membutuhkan waktu, tenaga, dan anggaran.
- **Kesulitan dalam Mengukur Dampak:** Terkadang sulit untuk mengukur dampak dari perubahan yang dilakukan.
- **Budaya yang Tidak Mendukung:** Organisasi dengan budaya yang tidak terbuka terhadap kritik atau perubahan mungkin kesulitan menerapkan proses ini.
- **Fokus Jangka Pendek:** Tekanan untuk mencapai hasil jangka pendek dapat menghambat investasi dalam evaluasi dan adaptasi jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen strategi di era digital menuntut kombinasi antara visi yang kuat, penguasaan teknologi, serta kemampuan adaptasi yang tinggi. Organisasi yang mampu mengintegrasikan elemen-elemen tersebut akan lebih siap menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan dinamis. Keberhasilan tidak hanya bergantung pada strategi yang disusun, tetapi juga pada eksekusi dan budaya organisasi yang mendukung.

DAFTAR REFERENSI

- Afrizal Miradji, M., Vercelly, W. A. S., Faiz, R. M., Aisyah, M. K., & Yuherda, A. (2024). Inovasi dalam manajemen strategi: Membangun keunggulan kompetitif di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 28–38.
- Andi Suriyati, A. H. R., & Hartini, T. (2024). Peran manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital. *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 389–400. <https://doi.org/10.61930/ekoman.v2i3.1582>
- Andriani, R. D. (2021). Strategi pemimpin dalam digital leadership di era disrupsi digital. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 58–72.
- Arifudin, O. (2021). Manajemen strategik teori dan implementasi. *Era Revolusi Industri Digital: Studi kasus dan implikasinya*. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 239–253.
- Bhaktiningsih, T. Y., & Surbakti, L. P. (2024). Akuntansi manajemen strategis dalam era digital: Review literatur tentang transformasi dan inovasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1447–1457.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., & Pramesti, D. T. (n.d.). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*.

Retrieved from
<https://ejournal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/download/20799/6768>

Gaspersz, V. (2023). *Manajemen strategis dalam era digital*. Gramedia Pustaka Utama.

Innovative: Journal Of Social Science Research. (n.d.). Strategi kepemimpinan bisnis di era digital. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/14292/10196/25636>

Karier.mu. (n.d.). Kepemimpinan di era digital: Strategi dan persiapan untuk sukses di industri modern. Retrieved from <https://www.karier.mu/business/blog/kepemimpinan-di-era-digital-strategi-dan-persiapan-untuk-di-indsutri-modern/>

Liputan6.com. (n.d.). Manajemen strategik adalah kunci sukses organisasi, ini penjelasan lengkapnya. Retrieved from <https://www.liputan6.com/feeds/read/5775249/manajemen-strategik-adalah-kunci-sukses-organisasi-ini-penjelasan-lengkapnya>

Oktaviani, E., Asrinur, W., & Prakoso, A. W. I. (n.d.). Transformasi digital dan strategi manajemen. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*. Retrieved from <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/download/20322/6766>

Pasaribu, M., & Widjaja, A. (2022). *Manajemen strategis di era kecerdasan buatan*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Sumber Internet Tanpa Nama Penulis

Suseno, B. D. (2023). *Manajemen strategis era digital: Terintegrasi riset dan kontekstual*. Eureka Media Aksara.

Universitas Prasetiya Mulya. (n.d.). Agilitas organisasi dan talenta esensial. Retrieved from <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/download/510/344>

Wujarso, R., Pitoyo, B. S., & Prakoso, R. (2023). Peran kepemimpinan digital dalam era digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 7(1), 1–9.