



Analisis Strategi Daya Saing Bisnis di Era Digital

Maha Puspa Ardhana^{1*}, Munawaroh²

^{1,2} Program studi manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa,
Indonesia

mahapuspaardhana@gmail.com^{1*}, madinahalmunawaroh01@gmail.com²

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta KM.3 No 1B, Kota Serang Banten

Korespondensi penulis: mahapuspaardhana@gmail.com

Abstract: *This research aims to explore the strategies implemented by companies to increase competitiveness in the digital era. Using a qualitative approach with a technology case study in Indonesia, namely the company PT Bukalapak.com. This research found that digital transformation, product innovation, customer experience expertise, and cross-sector collaboration are key strategies that support business competitiveness. This study concludes that companies need to integrate technology with organizational values to remain relevant in a dynamic business environment.*

Keywords: *Competitiveness, Business Strategy, Digital Era, Digital Transformation*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan daya saing di era digital. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus teknologi di Indonesia yaitu Perusahaan PT Bukalapak.com. Penelitian ini menemukan bahwa transformasi digital, inovasi produk, keahlian pengalaman pelanggan, dan kolaborasi lintas sektor merupakan strategi utama yang mendukung daya saing bisnis. Studi ini menyimpulkan bahwa perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai organisasi agar tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: Daya Saing, Strategi Bisnis, Era Digital, Transformasi Digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap bisnis global, termasuk di Indonesia. Era digital ditandai dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi yang memengaruhi cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, serta bersaing di pasar. Dalam kondisi ini, daya saing menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan. Kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan dan memanfaatkan teknologi secara strategis menjadi semakin penting untuk bertahan dan berkembang.

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital yang pesat, menyaksikan transformasi di berbagai sektor. Perusahaan-perusahaan teknologi, baik yang sudah mapan maupun rintisan (startup), memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Namun, dengan tingginya persaingan dan dinamika pasar yang cepat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing mereka.

Transformasi digital telah menjadi salah satu pendekatan utama dalam menjawab tantangan ini. Penggunaan teknologi tidak hanya sebatas mengotomatiskan proses, tetapi

juga mencakup inovasi produk, peningkatan pengalaman pelanggan, dan pengembangan model bisnis baru. Selain itu, kolaborasi lintas sektor menjadi penting untuk memperluas peluang dan menciptakan nilai tambah yang lebih besar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada eksplorasi strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan teknologi di Indonesia untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital. Dengan studi kasus pada salah satu perusahaan teknologi yaitu PT Bukalapak.com, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai praktik terbaik yang dapat diadaptasi oleh perusahaan lain dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Era digital telah menciptakan peluang dan tantangan baru bagi dunia bisnis. Teknologi disruptif seperti kecerdasan buatan, data besar, dan awan komputasi mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi pendekatan strategi agar tetap kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan di Indonesia menerapkan strategi daya saing dalam menghadapi perubahan yang dipicu oleh digitalisasi.

Bukalapak.com (ditulis **bukalapak**) merupakan salah satu perusahaan perdagangan elektronik Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid sebagai lokapasar untuk memfasilitasi para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Bukalapak memimpin penetrasi digital di kalangan warung di Indonesia dengan persentase mencapai 56% berdasarkan hasil studi Nielsen pada tahun 2022. Hingga Mei 2023, Bukalapak melayani sedikitnya 130 juta pengguna dan 16,8 Juta mitra UMKM, serta memproses rata-rata lebih dari dua juta transaksi harian. Saat ini, Bukalapak menjadi salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia dan masuk ke dalam jajaran *startup unicorn*.

Teori Landasan:

a. Daya Saing dalam Bisnis

Porter (1985) menjelaskan bahwa daya saing bisnis dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk menawarkan nilai yang berbeda dari pesaing. Di era digital, kemampuan ini semakin bergantung pada inovasi teknologi dan pemanfaatan data.

b. Transformasi Digital

Westerman dkk. (2014) mendefinisikan transformasi digital sebagai proses penerapan teknologi untuk menciptakan nilai baru dan meningkatkan efisiensi operasional. Transformasi ini menjadi landasan daya saing bisnis di era digital.

c. Strategi Daya Saing

Strategi daya saing meliputi inovasi produk, personalisasi layanan, pengelolaan pengalaman pelanggan, dan strategi kolaborasi (Teece, 2010).

d. Teori Resource-Based View

Barney (1991) resource-Based View (RBV) menekankan bahwa keunggulan kompetitif organisasi berasal dari sumber daya dan apabilitas unik dimiliki oleh perusahaan di era digital. sumber daya yang mencakup: Infrastruktur teknologi, data, kemampuan manusia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai literature terkait strategi pemasaran digital yang efektif. Literature review merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menyusun, mengevaluasi, dan menyintesis literature yang relevan dengan topik penelitian tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menyajikan perkembangan terbaru dalam bidang tertentu, serta mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang perlu diteliti lebih lanjut.

Langkah pertama dalam metode literature review adalah merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan terdefinisi dengan baik. Dalam konteks penelitian ini, pertanyaan yang mungkin diajukan adalah “apa saja analisis strategi daya saing bisnis di era digital?”.

Setelah pertanyaan penelitian ditetapkan, Langkah berikutnya adalah mengumpulkan literature yang relevan dengan topik tersebut. Literature dapat berupa google scholar, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber informasi lainnya yang dapat memberikan wawasan tentang analisis strategi daya saing bisnis di era digital. Pemilihan literature dilakukan dengan cermat berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan sebelumnya.

Setelah literature terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi dan menganalisis literature tersebut. Proses ini melibatkan pembacaan dan pemahaman mendalam terhadap isi literature, serta identifikasi temuan dan pola umum yang muncul dari literature yang telah dianalisis. Hasil analisis ini kemudian disusun dan disajikan secara sistematis dalam penelitian, termasuk dalam bagian tinjauan pustaka

Dalam penelitian ini, metode literature review digunakan untuk menyajikan pandangan komprehensif tentang berbagai strategi daya saing bisnis di era digital yang efektif telah dikemukakan oleh para ahli dan praktisi dibidang pemasaran. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberi wawasan bagi Perusahaan dalam mengembangkan

bisnis yang sesuai dengan kebutuhan daya saing dan tujuan mereka di era digital yang terus berkembang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Utama untuk Meningkatkan Daya Saing:

a. Transformasi Digital

Perusahaan mengadopsi teknologi seperti analitik data besar dan otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi dan memberikan solusi cepat kepada pelanggan.

b. Inovasi Produk dan Layanan

Pengembangan produk berbasis kebutuhan pelanggan menjadi strategi utama untuk menjaga relevansi perusahaan di pasar.

c. Pengoptimalan Pengalaman Pelanggan

Perusahaan menggunakan platform digital untuk mempersonalisasi pengalaman pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan membangun hubungan jangka panjang.

d. Kolaborasi Strategis

Kemitraan dengan startup, institusi akademik, dan pemerintah membantu perusahaan mengakses teknologi baru dan memperluas jaringan bisnis.

Hambatan yang Dihadapi

a. Kurangnya keterampilan digital di kalangan karyawan.

b. Resistensi terhadap perubahan di tingkat manajemen.

c. Tingginya tingkat persaingan dari perusahaan global.

d. Resistensi terhadap perubahan.

Untuk mengatasi hambatan di atas, memerlukan strategi sebagai berikut:

a. Untuk mengatasi keterampilan digital di kalangan karyawan, perusahaan perlu menerapkan beberapa langkah strategi yang dapat membantu meningkatkan kemampuan teknologi mereka. Berikut adalah beberapa solusi yang dapat diimplementasikan:

- 1) Evaluasi kebutuhan karyawan
- 2) Program pelatihan terstruktur
- 3) Mentoring coaching
- 4) Pembelajaran berbasis proyek
- 5) Budaya pembelajaran yang mendukung

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, perusahaan tidak hanya akan meningkatkan keterampilan digital karyawannya, tetapi juga memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar kerja yang terus berubah.

b. Strategi Mengatasi Resistensi

- 1) Memahami Penyebab Resistensi : Manajemen perlu melakukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi alasan dibalik resistensi, baik secara individu maupun kelompok.
- 2) Komunikasi Efektif : Membangun saluran komunikasi yang terbuka dan transparan sangat penting. Memberikan informasi yang jelas tentang tujuan dan manfaat perubahan dapat membantu mengurangi keseluruhan
- 3) Keterlibatan Pemangku Kepentingan : Melibatkan karyawan dalam proses perubahan dapat meningkatkan rasa memiliki dan mengurangi resistensi. Ini bisa dilakukan melalui diskusi kelompok atau forum umpan balik
- 4) Pelatihan dan Pendidikan: Menyediakan pelatihan untuk membantu karyawan memahami dan beradaptasi dengan perubahan adalah langkah penting. Ini juga menciptakan rasa percaya diri dalam menghadapi perubahan.
- 5) Kepemimpinan Transformasional : Pemimpin harus menunjukkan komitmen terhadap perubahan dan menjadi contoh bagi karyawan. Mereka harus mendengarkan kekhawatiran dan memberikan dukungan selama proses transisi.
- 6) Evaluasi dan Penyesuaian : Setelah implementasi, penting untuk melakukan evaluasi terhadap proses perubahan dan dampaknya, serta melakukan penyesuaian berdasarkan umpan balik yang diterima

Dengan penerapan strategi-strategi ini, manajemen dapat lebih efektif dalam menghadapi resistensi terhadap perubahan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan penerapan perubahan dalam organisasi.

c. Strategi Mengatasi Hambatan Tingginya tingkat persaingan dari pasar global

Identifikasi Keunggulan Kompetitif: Perusahaan perlu menemukan keunggulan kompetitif mereka, seperti inovasi produk atau layanan pelanggan yang unggul, untuk membedakan diri dari pesaing.

- 1) Penelitian Pasar Mendalam: Melakukan penelitian pasar untuk memahami budaya lokal, preferensi konsumen, dan regulasi yang berlaku dapat membantu perusahaan menyesuaikan strategi mereka dengan lebih baik.
- 2) Pelatihan Karyawan: Investasi dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menghadapi tantangan global yang sangat penting.

Ini termasuk pelatihan bahasa, pemahaman budaya, dan kepatuhan terhadap regulasi

- 3) Diversifikasi Pasar: Mengurangi ketergantungan pada satu pasar atau mata uang dengan mendiversifikasi ke berbagai pasar dapat membantu mengurangi risiko terkait penurunan ekonomi
- 4) Strategi Kemitraan: Menjalinkan kemitraan dengan perusahaan lokal atau menggunakan jasa konsultan dapat memberikan wawasan berharga tentang pasar dan membantu dalam navigasi regulasi lokal

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tingginya tingkat persaingan di pasar global dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka dalam bisnis internasional.

d. Strategi Mengatasi Resistensi Perubahan

- 1) Komunikasi Terbuka: Membangun saluran komunikasi yang jelas dan transparan tentang tujuan dan manfaat perubahan dapat membantu mengurangi kecepatan dan kerumitan di kalangan karyawan
- 2) Keterlibatan Karyawan: Melibatkan karyawan dalam proses perencanaan dan implementasi perubahan dapat memberikan rasa kepemilikan dan mengurangi resistensi. Partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan juga penting.
- 3) Pelatihan dan Pengembangan: Menyediakan pelatihan untuk membantu karyawan memahami keterampilan baru yang diperlukan dalam proses perubahan dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dan memfasilitasi transisi.
- 4) Dukungan dari Manajemen: Pemimpin harus menunjukkan dukungan yang kuat terhadap perubahan, memberikan motivasi, serta mendengarkan kepedulian karyawan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung adaptasi.
- 5) Pendekatan Bertahap: Mengimplementasikan perubahan secara bertahap dapat membantu karyawan beradaptasi dengan lebih baik, mengurangi rasa terkejut, dan memberikan waktu untuk penyesuaian

Dengan memahami faktor-faktor penyebab resistensi dan menerapkan strategi-strategi ini, organisasi dapat lebih efektif dalam mengelola perubahan serta meminimalkan dampak negatif dari resistensi terhadap perubahan.

4. KESIMPULAN

Analisis strategi daya saing bisnis di era digital menunjukkan bahwa keberhasilan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan dinamika teknologi dan pasar. Strategi daya saing bisnis di era digital meliputi transformasi digital, inovasi berkelanjutan, khayalan pengalaman pelanggan, dan kolaborasi lintas sektor. Perusahaan yang berhasil adalah mereka yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai organisasi dan mengatasi hambatan internal untuk tetap kompetitif di pasar global.

Perusahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi perubahan di era digital, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Kesenambungan dalam strategi inovatif akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang di tengah dinamika bisnis yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Strategi bisnis digital: Menuju wawasan generasi berikutnya. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Bukalapak. (n.d.). Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Bukalapak>.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku pencegahan demam berdarah. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2020*, 75.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan* (pp. 206–210).
- Fitri Rahmadani, & Made Suardana, H. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada UD. Eva Group Mataram. *Valid Jurnal Ilmiah*, 16(1), 124–135.
- Munawaroh, T., Yuniarsih, T., & dkk. (2024). *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 2140–2143. Institut SEAN.
- Porter, M. E. (1985). *Keunggulan kompetitif: Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. Free Press.
- Teece, D. J. (2010). Model bisnis, strategi bisnis, dan inovasi. *Perencanaan Jangka Panjang*, 43(2–3), 172–194.
- Westerman, G., Bonnet, D., & dkk. (2014). *Memimpin digital: Mengubah teknologi menjadi transformasi bisnis*. Harvard Business Review Press.