

# PERAN DIGITALISASI UNTUK MENINGKATKAN PERFORMA BISNIS: SESI PEMAPARAN BAGI ANGGOTA ASOSIASI RISET ILMU MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN DAN BISNIS

Hendy Tannady<sup>1</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul  
email: hendy.tannady@esaunggul.ac.id

## Abstrak

Tujuan dari kegiatan seminar ini adalah memberikan edukasi dan wawasan tentang perkembangan terkini proses transformasi digital bagi pengelolaan organisasi dan bisnis, sehingga diharapkan peserta mendapatkan wawasan yang lengkap mengenai penggunaan digitalisasi untuk meningkatkan performa kerja organisasi. Seminar diadakan pada hari Kamis, 15 Agustus 2024 secara daring. Seminar diselenggarakan oleh Asosiasi Riset Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI). Simpulan dari kegiatan seminar adalah bahwa dewasa ini adopsi dan penggunaan teknologi digital sudah merupakan kebutuhan dasar dan terutama bagi bisnis agar terus dapat bertahan dan bersaing. Digitalisasi pada proses bisnis dapat membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses kerja dan meningkatkan produktivitas, implikasinya adalah pada peningkatan performa kerja departemen dan performa kerja dari organisasi. Terdapat tantangan dan hambatan dalam adopsi dan implementasi dari digitalisasi yaitu cara pandang pemimpin dan keterbatasan anggaran, namun pada prinsipnya digitalisasi dipandang penting oleh pelaku industri dan dapat dijadikan modal berharga bagi peningkatan daya saing perusahaan.

**Kata Kunci:** Organisasi, Digitalisasi, Performa, Daya Saing

## Abstract

The purpose of this seminar is to provide education and insight of the latest developments in the digital transformation process for organization and business management, so that participants are expected to gain complete insight into the use of digitalization to improve organizational work performance. The seminar was held online on Thursday, August 15, 2024. The seminar was organized by the Association for Research in Entrepreneurship and Business Management (ARIMBI). The conclusion of the seminar is that the adoption and use of digital technology is a basic need and especially for businesses to continue to survive and compete. Digitalization in business processes can help improve the effectiveness and efficiency of work processes and increase productivity, the implication is in improving departmental work performance and organizational work performance. There are challenges and obstacles in the adoption and implementation of digitalization, namely the perspective of leaders and budget constraints, but in principle digitalization is seen as important by industry players and can be used as valuable capital for increasing company competitiveness.

**Keywords:** Organisation, Digitalization, Performance, Competitiveness

## PENDAHULUAN

Disrupsi terjadi pada berbagai aspek industri, hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan iklim berkompetisi, kesulitan menjaga efektivitas rantai pasok dan berhadapan dengan tantangan untuk terus meningkatkan produktivitas (Calderon-Monge & Ribeiro-Soriano, 2023). Salah satu upaya baik operasional dan strategis yang dapat dilakukan oleh organisasi untuk terus dapat berdaya saing dan unggul dalam berkompetisi adalah dengan digitalisasi (Wang & Zhang, 2022). Digitalisasi sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan sains komputer, kedua hal ini merupakan tulang punggung dari digitalisasi (Madyatmadja et al., 2020). Dari perspektif industri dan organisasi, kemampuan untuk digitalisasi tentunya memiliki beberapa pertimbangan, seperti besarnya anggaran yang diperlukan, kesiapan sumber daya manusia yang akan mengoperasikan dan menggunakan teknologi serta bagaimana organisasi dan manajemen dapat memastikan penerapan digitalisasi sudah sejalan dan sungguh dapat berdampak terhadap visi misi perusahaan (Renwarin et al., 2024).

Digitalisasi dalam suatu bisnis proses dapat diimplementasikan pada satu atau dua departemen, juga secara terintegrasi dalam suatu alur bisnis proses yang melibatkan seluruh departemen dalam satu perusahaan atau seluruh perusahaan dalam sebuah konglomerasi (Wang et al., 2023). Secara operasional, adopsi digital haruslah berdampak positif terhadap efektivitas dan efisiensi kerja, baik itu

individu, tim kerja dan perusahaan (Rachinger et al., 2019). Proses kerja menjadi lebih cepat dan lebih akurat dengan adanya digitalisasi. Proses menyimpan data, membaca data, menarik dan menganalisis data yang kemudian digunakan dalam suatu pengambilan kebijakan atau strategi manajemen akan sangat terbantu dengan digitalisasi (Tannady & Dewi, 2024). Pada fungsi pemasaran, perusahaan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan bantuan digitalisasi (Tih et al., 2016). Pada fungsi produksi atau operasional, perusahaan dapat dengan presisi memperkirakan jumlah permintaan dan produksi, sehingga akan lebih presisi ketika berkordinasi dengan pihak eksternal seperti vendor dan logistik (Xiao & Yang, 2020). Tidak hanya bagi sektor bisnis, untuk akademisi pun digitalisasi merupakan topik populer yang tidak hentinya dibahas dan dikaji, kemudian dihubungkan dengan berbagai aspek seperti kelangsungan bisnis, pendidikan hingga sosial politik (Wang et al., 2022).

Menyadari pentingnya digitalisasi dan transformasinya pada bisnis, Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI) kemudian mengadakan suatu seminar nasional dengan topik “Transformasi Digital Dalam Manajemen”. Seminar nasional menghadirkan empat orang narasumber, salah satunya adalah penulis. Tujuan dari seminar nasional adalah untuk memberikan edukasi pada dosen yang juga merupakan anggota asosiasi tentang peran digital dalam dunia bisnis serta bentuk kontribusi dari asosiasi bagi peningkatan daya saing pelaku usaha di Indonesia.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan seminar dimulai dengan melakukan diskusi dengan narahubung Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI) topik atau bahasan yang sungguh dibutuhkan baik oleh akademisi juga oleh praktisi industri, dari beberapa topik yang sempat digagas, seperti green business atau green manufacturing, manajemen kualitas, pemasaran digital dan digitalisasi dalam proses bisnis. Hasil dari wawancara dengan narahubung asosiasi adalah diperoleh informasi bahwa topik yang sungguh dibutuhkan tidak hanya bagi akademisi namun juga praktisi adalah bagaimana menjadikan digitalisasi sebagai alat atau kunci keunggulan bagi setiap pelaku industri, anggota ARIMBI yang mayoritas adalah dosen pun banyak terlibat dalam penelitian yang membahas tentang transformasi digital dalam bisnis atau manajemen. Pada kesempatan berikutnya diadakan kordinasi melalui aplikasi pesan singkat WhatssApp untuk mengirimkan profil singkat dan foto guna keperluan desain flyer. Setelahnnya disepakati bahwa seminar nasional pengabdian kepada masyarakat akan mengangkat suatu topik yang diberi judul “Transformasi Digital Dalam Manajemen”. Topik ini merupakan topik besar dari seminar, dimana pada seminar ini juga mengundang empat orang narasumber dari 4 institusi berbeda yaitu Institut Nalanda, Universitas Esa Unggul, Institut Transportasi & Logistik Trisakti dan Telkom University Purwokerto. Pelaksanaan seminar nasional disepakati untuk diadakan pada hari Kamis, tanggal 15 Agustus 2024, Pk 14.00-16.30 WIB secara daring mellaui platform Zoom.

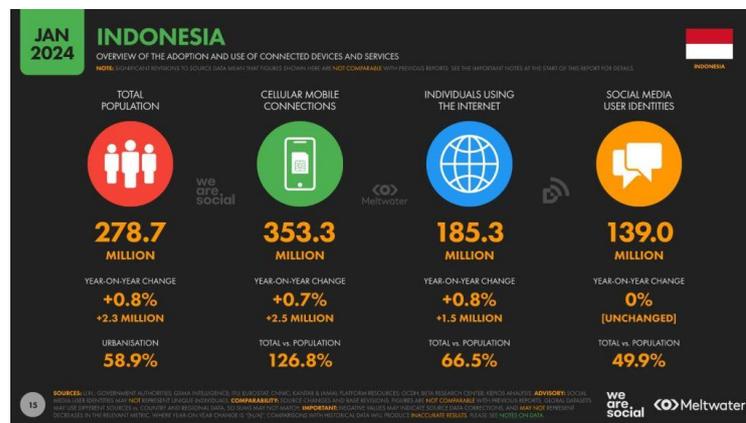
Metode kegiatan seminar nasional bagi anggota ARIMBI adalah seminar umum, dimana seluruh narasumber diberikan waktu 30 menit untuk memaparkan bahan presentasinya masing-masing yang sesuai dengan topik besar seminar umum yaitu “Transformasi Digital Dalam Manajemen”, kemudian diakhir sesi moderator memberikan kesempatan bertanya bagi setiap peserta seminar. Kegiatan seminar ini dihadiri oleh 72 peserta yang seluruhnya adalah dosen dan merupakan anggota ARIMBI, kegiatan seminar berlangsung selama 2.5 jam dengan alokasi waktu 2 jam untuk sesi presentasi dan 30 menit untuk sesi tanya jawab dan diskusi, sebelum akhirnya ditutup dengan sesi dokumentasi bersama dan pemberian kata penutup oleh Ketua ARIMBI. Pada akhir kegiatan pihak penyelenggara memberikan kuesioner umpan balik untuk menilai efektivitas dari kegiatan seminar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan seminar nasional pengabdian kepada masyarakat dengan peserta dosen dan anggota dari Asosiasi Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI) dan topik “Transformasi Digital Dalam Manajemen” dibawakan oleh empat narasumber dari empat institusi berbeda. Tim narasumber terdiri atas Bapak Dedi Muliadi, SH., SE., MM. (Dosen Institut Nalanda), Bapak Dr. Hendy Tannady (Dosen Universitas Esa Unggul), Bapak Primadi Candra Susanto, SE., M.M.Tr., CPHCM., CHRP. (Dosen Institut Transportasi dan Logistik Trisakti) dan Bapak Prasetyo Hartanto, SE., MM. (Dosen Telkom University Purwokerto), moderator pada seminar nasional adalah Ibu Dr. Dewi Murtiningsih, S.KH., MM. (Dosen Universitas Mercubuana). Seminar nasional dibuka dengan penjelasan tentang latar belakang diadakannya seminar dan pengenalan tentang ARIMBI oleh Ibu Dr. Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, S.TP., M.M. (Ketua Umum ARIMBI dan Dosen Sekolah Tinggi Ilmu

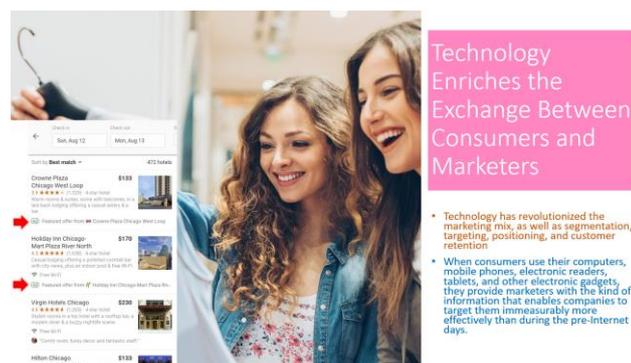
Ekonomi Pariwisata Indonesia). Setelah sesi kata sambutan, moderator mempersilahkan setiap narasumber memaparkan bahan presentasinya masing-masing.

Pada sesi presentasi penulis, penulis membuka pemaparan dengan menyajikan data ekosistem digital saat ini baik ekosistem digital penduduk dunia dan ekosistem digital penduduk Indonesia. Dari perspektif penduduk dunia, hingga Januari 2024 terdapat sekitar 8.08 Miliar penduduk dunia, 69.4% adalah penduduk yang aktif menggunakan smartpone. 66.2% adalah penduduk yang aktif menggunakan internet dan 62.3% adalah penduduk yang aktif menggunakan sosial media. Dari perspektif penduduk Indonesia, hingga Januari 2024 terdapat sekitar 278.7 juta penduduk Indonesia, 126.8% aktif menggunakan smartpone. 66.5% aktif menggunakan internet dan 49.9% adalah penduduk yang aktif menggunakan sosial media (<https://wearesocial.com>). Kondisi ini menunjukkan bahwa ekosistem baik di Indonesia dan dunia saat ini sudah sangat bersahabat dengan penggunaan digitalisasi dalam mendukung aktivitas kesehariannya. Penulis juga memaparkan bahwa teknologi digitalisasi tidak hanya digunakan dalam proses kerja di perusahaan, namun juga sudah digunakan di perkebunan, pertanian dan pekerjaan-pekerjaan informal lainnya. Teknologi dan digitalisasi bahkan juga digunakan pada sebuah aplikasi untuk mendeteksi penyebab tangis bayi, agar orang tua dapat mencari solusi dengan cepat dan akurat bila bayi mereka menangis.

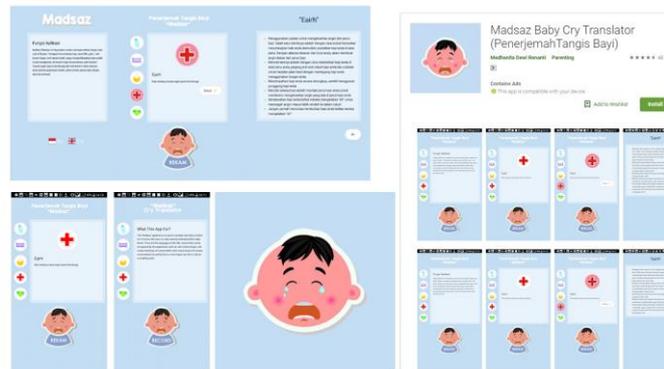


Gambar 1. Ekosistem Digital di Indonesia (Januari 2024)  
 Sumber: <https://wearesocial.com>

Digitalisasi saat ini membuat interaksi diantara produsen dan konsumen menjadi semakin dekat, dengan sangat mudah konsumen bisa mencari dan mendapatkan produk dan jasa yang sesuai dengan kriteria dan ekspektasinya. Konsumen bisa melakukan komparasi harga dengan mudah melalui perangkat digital. Pada aspek lainnya, produsen pun dengan mudah dapat mengidentifikasi potensi dan permintaan pasar dengan menggunakan digitalisasi. Produsen dapat membuat pemetaan tentang profil konsumen atau prospektif konsumen berdasarkan perilaku belanja dan keseharian mereka. Dengan aplikasi digital, produsen dapat membuat segmentasi yang semakin mengerucut dan mendekatkan produk dan layanan mereka menjadi semakin dekat dengan calon pembeli. Digitalisasi juga memungkinkan produsen untuk menjangkau lebih banyak pembeli potensial. Aspek positif lain dari digitalisasi adalah produsen dan staff pemasaran dapat semakin memahami dan mengerti pain point dari pelanggan, hal ini tentu dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk, layanan dan merek.



Gambar 2. Slide Presentasi Penulis



Gambar 3. Aplikasi Digital untuk Mendeteksi Tangis Bayi  
Sumber: Madsaz Baby Cry Translator

Beberapa manfaat dari loyalitas pelanggan yang disampaikan penulis saat sesi seminar antara lain adalah pelanggan yang loyal umumnya membeli dalam jumlah yang banyak atau intensitas yang lebih tinggi, pelanggan yang loyal adalah pasar yang siap membeli ketika perusahaan meluncurkan produk terbaru, pelanggan loyal bersikap tidak terlalu sensitif bila perusahaan membuat kebijakan terhadap penyesuaian harga jual produk atau layanan, pelanggan yang loyal akan menyebarkan berita dan kesan positif pada kolega dan rekannya atas pengalamannya dalam mengkonsumsi produk dan layanan, mereka juga akan membuat anggaran pemasaran menjadi semakin efisien karena perusahaan tidak perlu menghabiskan banyak dana untuk memperkenalkan produk atau menarik mereka untuk membeli produk dan pelanggan yang loyal pastilah puas dengan produk yang mereka konsumsi, rasa puas ini akan berdampak terhadap kinerja dan moral anggota tim pemasaran, mereka akan menjadi bersemangat dalam menjual dan memberikan pelayanan pasca jual dengan optimal pada para pelanggan.

Penulis menutup presentasi dengan menggunakan satu kalimat inspirasional dari Charles Darwin yaitu "It is not the strongest of the species that survives; nor the most intelligent that survives. It is the one that is most adaptable to change." Kalimat inspirasional ini mengisyaratkan bahwa bukan spesies yang terkuat atau terpintar yang dapat bertahan, namun spesies yang paling mampu beradaptasi. Begitu juga dengan organisasi, organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan dan mampu merespon perubahan dengan cepat lah yang akan mampu bertahan dan menang dalam kompetisi.

## SIMPULAN

Simpulan dari kegiatan seminar nasional bagi dosen yang merupakan anggota dari Asosiasi Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI) dengan fokus topik membahas perkembangan dan manfaat dari transformasi digital dalam bisnis dan manajemen adalah bahwa transformasi digital merupakan topik yang sedang populer untuk diangkat sebagai penelitian oleh dosen dan merupakan aspek penting dan amat dibutuhkan oleh pelaku bisnis dewasa ini. Pihak penyelenggara merasa perlu memberikan edukasi dan wawasan tentang digitalisasi pada anggota sekaligus berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional khususnya sektor usaha kecil menengah agar mampu berdaya saing dengan menggunakan adopsi dan implementasi digital.

## SARAN

Saran yang diberikan bagi dosen anggota ARIMBI yang menjadi peserta seminar adalah untuk mengangkat dan melakukan kajian lebih dalam dan komprehensif bagaimana hubungan antara transformasi digitalisasi dengan pertumbuhan bisnis, agar hasil riset dan kajian dapat digunakan atau bermanfaat bagi pelaku bisnis. Saran bagi pelaku bisnis adalah untuk dapat beradaptasi secepatnya dengan menerapkan digitalisasi pada proses kerja dan proses bisnis, sehingga pelaku bisnis akan mampu bersaing baik pada tingkat domestik dan global. Saran bagi pihak penyelenggara yaitu ARIMBI adalah untuk dapat kembali mengadakan seminar serupa mengingat digitalisasi merupakan topik yang terus berkembang mengikuti perkembangan dari teknologi dan agar ARIMBI semakin dapat memberikan kontribusi tidak hanya bagi anggota asosiasi namun juga bagi bangsa dan negara melalui pertumbuhan ekonomi bisnis khususnya sektor usaha kecil dan menengah di tanah air.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis berterima kasih kepada Ketua Umum Asosiasi Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis (ARIMBI) Ibu Dr. Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, S.TP., M.M. yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk berkontribusi bagi pengembangan bisnis dan wawasan keilmuan khususnya yang berkaitan dengan digitalisasi bagi seluruh anggota ARIMBI yang berkesempatan hadir saat sesi seminar. Terima kasih juga penulis sampaikan pada seluruh peserta yang antusias dan sangat interaktif ketika sesi diskusi dan tanya jawab berlangsung, dimana penulis juga belajar banyak hal terkait digitalisasi dari cerita dan pengalaman yang dibagikan oleh peserta.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Calderon-Monge, Esther & Ribeiro-Soriano, Domingo. (2023). The role of digitalization in business and management: a systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18, 1-43. [10.1007/s11846-023-00647-8](https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8).
- Madyatmadja, E. D., Nindito, H., Pristinella, D., & Tannady, H. (2020). Evaluation of Social Media in Digital Supply Chain Management. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 573-580.
- Renwarin, J. M., Sudiantini, D., Fahrani, H., Maulydiawati, M., Jessica, T., Hanzdima, F. X. J., & Tannady, H. (2024). Does The Purchase Preference and Consumer Beliefs can Predicts Increased of Repurchase Intention of Traditional Culinary in Indonesia?. *Siber International Journal of Digital Business (SIJDB)*, 2(1), 84-88.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W. and Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143-1160. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0020>
- Tannady, H., & Dewi, C. S. (2024). Exploring role of technology performance expectancy, application effort expectancy, perceived risk and perceived cost on digital behavioral intention of GoFood users. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 80-85.
- Tih, S., Wong, K. K., Lynn, G. S., & Reilly, R. R. (2016). Prototyping, customer involvement, and speed of information dissemination in new product success. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(4), 437-448.
- Xiao, H., & Yang, T. (2020). Sustainability business model innovation: Research review and outlook. *Foreign Econ. Manag*, 9, 3-18.
- Wang, H., Li, Y., & Tan, Q. (2022). The impact of digital transformation based on Meta-analysis on enterprise performance. *J. Syst. Manag.*, 1, 112–123.
- Wang, Z., Lin, S., Chen, Y., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). Digitalization Effect on Business Performance: Role of Business Model Innovation. *Sustainability*, 15(11), 9020. <https://doi.org/10.3390/su15119020>
- Wang, M. & Zhang, B. (2022). The impact of enterprise digital capabilities on business model innovation–Based on the perspective of organizational resilience and environmental turbulence. *Res. Financ. Issues*, 7, 120–129