

TRANSFORMASI DIGITAL DALAM ERA GLOBALISASI

Dinda Annisa Putri

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya

email: annisaputri.dinda98@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 04 - 02, 2024

Revised : 13 - 02, 2024

Accepted : 17 - 02, 2024

Keywords:

Digital;

Globalization;

Transformation.

ABSTRACT

E-Business has become an inevitable phenomenon in the modern business world. In this article, we discuss the concepts, benefits and challenges associated with e-business. We also outline the role of digital transformation in accelerating the adoption of e-business in the era of globalization. The data used in this article comes from literature research and reliable sources related to e-business. Digital transformation refers to the fundamental changes that occur in society and the economy due to the growing use of digital technology. In the era of globalization, digital transformation is becoming increasingly important due to its widespread and potential impact in changing the way we live, work and interact. In the context of globalization, digital technologies play a key role in connecting individuals, organizations and countries globally. The internet and digital communications enable fast and easy access to information, overcome geographical boundaries, and enable more effective collaboration among stakeholders from different parts of the world. Digital transformation has also changed the business landscape globally. Companies that can adapt quickly to changes in digital technologies and utilize them to improve operational efficiency, develop new business models, and provide better customer experiences, have a competitive advantage in an increasingly competitive global marketplace.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



**Corresponding Author:*

Dinda Annisa Putri

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya

Email: annisaputri.dinda98@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dengan adanya e-bisnis, perusahaan dapat mencapai pasar global tanpa batasan geografis. Mereka dapat menjual produk atau jasa mereka ke pelanggan di seluruh dunia dengan mudah melalui platform online. Selain itu, e-bisnis juga memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data pelanggan secara lebih efisien, sehingga mereka dapat mengidentifikasi tren dan preferensi pelanggan dengan lebih baik (Ross et al., 2019).

Selain itu, e-bisnis juga memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi proses bisnis mereka, sehingga mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Misalnya, dengan adanya sistem manajemen rantai pasokan yang terotomatisasi, perusahaan dapat mengelola persediaan mereka dengan lebih efisien dan mengurangi risiko kekurangan stok.

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, transformasi digital telah menjadi suatu kebutuhan yang mendesak bagi organisasi di berbagai sektor (Alexandrov et al., 2018). Transformasi digital merujuk pada penggunaan teknologi digital yang terintegrasi dalam semua aspek operasional dan strategis sebuah organisasi, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing. Dalam era globalisasi, perubahan yang cepat dan kompetisi yang ketat menjadi kenyataan yang harus dihadapi oleh organisasi di seluruh dunia. Globalisasi telah memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap pasar internasional, pelanggan, dan partner bisnis di

berbagai belahan dunia. Namun, hal ini juga berarti organisasi harus beradaptasi dengan cepat dan secara terus-menerus menghadapi tantangan yang muncul.

Transformasi digital adalah salah satu solusi yang penting untuk menghadapi tantangan ini. Melalui transformasi digital, organisasi dapat mengubah cara mereka beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, mengelola data, dan mengembangkan produk dan layanan baru. Teknologi digital seperti komputasi awan, kecerdasan buatan, analitik data, *Internet of Things* (IoT), dan blockchain telah menjadi pendorong utama di balik transformasi digital ini. Transformasi digital memungkinkan organisasi untuk menjadi lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan pasar dan tren global. Dalam era globalisasi, perubahan teknologi dan preferensi pelanggan dapat terjadi dengan cepat, dan organisasi yang tidak mampu beradaptasi dapat tertinggal di belakang pesaing mereka (Chui et al., 2016). Dengan adopsi teknologi digital yang tepat, organisasi dapat meningkatkan kecepatan, fleksibilitas, dan kualitas layanan mereka, memungkinkan mereka untuk tetap bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

Selain itu, transformasi digital juga membuka peluang baru bagi organisasi dalam mengembangkan model bisnis baru dan menciptakan nilai tambah. Dengan memanfaatkan teknologi digital, organisasi dapat mengeksplorasi peluang baru untuk kolaborasi global, penetrasi pasar yang lebih luas, dan pengembangan produk dan layanan yang inovatif (Westerman et al., 2014). Transformasi digital juga dapat membantu organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan mengoptimalkan proses bisnis mereka. Namun, meskipun transformasi digital menawarkan potensi besar, implementasinya juga melibatkan tantangan yang signifikan. Organisasi harus siap untuk menghadapi perubahan budaya, struktural, dan keterampilan yang mungkin diperlukan untuk berhasil dalam transformasi digital. Selain itu, masalah keamanan dan privasi data juga menjadi perhatian penting, mengingat meningkatnya risiko serangan siber dan pelanggaran data dalam era digital ini.

Dalam kesimpulannya, transformasi digital merupakan langkah yang penting dan mendesak bagi organisasi dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam era globalisasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara strategis, organisasi dapat meningkatkan daya saing mereka, mengembangkan model bisnis yang inovatif, dan tetap relevan di tengah perubahan yang cepat. Namun, transformasi digital juga membutuhkan komitmen yang kuat, kepemimpinan yang efektif, dan kemampuan adaptasi yang cepat agar dapat berhasil (McAfee & Brynjolfsson, 2017).

2. METODE PENELITIAN

Menggunakan metode penelitian deskriptif-analitis. Kami menganalisis penelitian literatur dan sumber-sumber terpercaya yang berkaitan dengan e-bisnis. Data dan informasi yang dihasilkan digunakan untuk menguraikan konsep e-bisnis, keuntungan yang ditawarkannya, serta tantangan yang perlu diatasi dalam mengadopsinya.

Analisis kata kejadian bersama menghubungkan dua artikel yang mengutip artikel yang sama. Semakin banyak artikel yang diterbitkan, semakin besar kemungkinan kedua artikel ini membahas topik yang sama. Jika beberapa artikel menggunakan kata kunci yang sama, kemungkinan besar menandakan bahwa ide yang sama atau serupa tercakup dalam artikel ini. Secara umum, artikel ini diharapkan mampu mendeskripsikan topik sentral dan struktur intelektual dari suatu bidang. Saat memetakan analisis kata kejadian penulis menggunakan teori jaringan sosial untuk menentukan posisi setiap kata kunci dalam jaringan (Iansiti & Lakhani, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

E-Bisnis memiliki manfaat yang beragam bagi perusahaan dan konsumen (Sari, 2023). Pertama, e-bisnis memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar global tanpa adanya batasan geografis. Dengan adanya platform online, perusahaan dapat dengan mudah menjual produk atau layanan mereka kepada pelanggan di berbagai negara. Kedua, e-bisnis dapat mempercepat proses bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan otomatisasi proses, penggunaan sistem manajemen inventaris yang terintegrasi, dan analisis data yang canggih, perusahaan dapat mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Ketiga, e-bisnis memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman dan personal bagi konsumen. Pelanggan dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui perangkat elektronik mereka, serta mendapatkan informasi produk yang lengkap dan ulasan pelanggan sebelum membuat keputusan pembelian.

Keempat, e-bisnis juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai platform media sosial dan email marketing. Dengan memanfaatkan data pelanggan dan analisis perilaku konsumen, perusahaan dapat memberikan penawaran yang lebih personal dan relevan kepada pelanggan mereka. Kelima, e-bisnis juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan visibilitas dan

branding mereka secara online. Dengan adanya website perusahaan, toko online, dan kampanye digital marketing, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan memperluas pangsa pasar mereka. Keenam, e-bisnis juga dapat membantu perusahaan untuk mengukur dan menganalisis kinerja bisnis mereka dengan lebih baik. Dengan adanya tools analisis data dan reporting yang canggih, perusahaan dapat melacak penjualan, konversi, dan ROI dari berbagai strategi pemasaran dan penjualan yang mereka terapkan. Dengan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh e-bisnis, tidak heran jika semakin banyak perusahaan yang beralih ke model bisnis online untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

Namun, e-bisnis juga menghadapi beberapa tantangan yang harus diatasi. Beberapa tantangan utamanya meliputi isu keamanan dan privasi data, ketidakmampuan untuk merasakan dan menyentuh produk secara langsung, serta persaingan yang semakin ketat di pasar global. Perusahaan harus memperhatikan perlindungan data pelanggan, menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, dan berinovasi dalam pengalaman pelanggan agar tetap kompetitif.

Selain itu, e-bisnis juga harus menghadapi tantangan dalam hal logistik dan pengiriman produk. Pengiriman yang lambat atau rusak dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan mengurangi kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu bekerja sama dengan penyedia logistik yang handal dan efisien untuk memastikan pengiriman yang tepat waktu dan aman.

Selain itu, e-bisnis juga harus menghadapi tantangan dalam hal pembayaran online. Keamanan transaksi online menjadi perhatian utama bagi pelanggan, karena mereka khawatir tentang kemungkinan pencurian identitas atau penipuan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengimplementasikan sistem pembayaran yang aman dan terpercaya, serta memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan.

Tantangan lain yang dihadapi oleh e-bisnis adalah persaingan yang semakin ketat di pasar global. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang beralih ke model bisnis online, persaingan menjadi lebih sengit. Perusahaan harus mampu membedakan diri mereka dari pesaing dan menawarkan nilai tambah yang unik kepada pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui inovasi produk, pelayanan pelanggan yang superior, atau strategi pemasaran yang kreatif.

Selain itu, e-bisnis juga harus menghadapi tantangan dalam hal regulasi dan kepatuhan hukum (Tjiptono & Diana, 2016). Setiap negara memiliki peraturan yang berbeda terkait dengan bisnis online, seperti perlindungan konsumen, pajak, dan privasi data. Perusahaan perlu memastikan bahwa mereka mematuhi semua peraturan yang berlaku dan menjaga kepatuhan hukum dalam semua aspek operasional mereka.

Dalam menghadapi tantangan-tantangan ini, perusahaan e-bisnis harus tetap fleksibel dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi (Kotler & Cox, 2019). Mereka perlu terus memantau tren dan inovasi di industri mereka, serta berinvestasi dalam teknologi dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk tetap kompetitif. Dengan mengatasi tantangan ini, e-bisnis dapat terus tumbuh.

Pembuat kebijakan juga dapat menemukan kontribusi artikel ini berguna, terutama terkait bagaimana mereka memberikan pemahaman yang baik tentang konektivitas antara yang terjadi pada tingkat dan dalam konteks yang berbeda, yaitu tingkat perusahaan atau tingkat sektor/industri, dan B2B dan B2C (Asbiantari, 2016). Mengingat berarti perubahan, dan perubahan struktural khususnya, temuan yang disajikan dalam ini dapat dilihat sebagai masukan yang relevan untuk memandu keberhasilan proses perubahan ini. Pemahaman ini, dikombinasikan dengan kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan dinamis yang spesifik dan memiliki tanggapan khusus dalam bentuk strategi, dapat membantu pembuat kebijakan merancang dan menerapkan kebijakan yang lebih terinformasi yang ditujukan untuk berkelanjutan yang menguntungkan berbagai aktor. Pendidikan dan pelatihan juga penting untuk perubahan. Tema-tema yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang berhubungan dengannya dapat dianggap sebagai titik awal yang baik untuk mengadaptasi atau merevisi pendidikan di bidang bisnis dan manajemen dengan cara berbasis bukti.

4. KESIMPULAN

Dalam menghadapi era digital ini, perusahaan harus memahami bahwa e-Bisnis bukan hanya sekadar tren yang bisa diabaikan. E-Bisnis telah menjadi kebutuhan mendesak bagi perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing di pasar global yang semakin ketat.

Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah cara bisnis dilakukan. Konsumen kini lebih cenderung untuk melakukan pembelian secara online, mencari informasi produk melalui internet, dan berinteraksi dengan perusahaan melalui media sosial. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengadopsi strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam e-Bisnis.

Salah satu strategi yang perusahaan harus lakukan adalah meningkatkan keahlian digital. Perusahaan harus memiliki tim yang terampil dalam mengelola website, media sosial, dan platform e-commerce. Mereka harus mampu memahami perilaku konsumen online, menganalisis data, dan mengoptimalkan pengalaman pengguna.

Selain itu, perusahaan juga harus terus berinovasi dalam e-Bisnis. Mereka harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dan tren terbaru dalam industri mereka. Misalnya, perusahaan harus mampu mengadopsi teknologi kecerdasan buatan (artificial intelligence) untuk meningkatkan pengalaman pengguna, atau menggunakan teknologi blockchain untuk meningkatkan keamanan transaksi online.

Dalam menghadapi pasar global yang semakin ketat, perusahaan juga harus mampu bersaing dengan pesaing dari seluruh dunia. Mereka harus mampu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai negara, serta mengadaptasi strategi pemasaran dan distribusi mereka sesuai dengan pasar yang mereka tuju.

Dalam perkembangannya, e-Bisnis telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis secara digital. Perusahaan harus mengadopsi strategi yang tepat, meningkatkan keahlian digital, dan terus berinovasi untuk bersaing di pasar global yang semakin ketat. E-Bisnis bukan hanya sekadar tren, melainkan menjadi kebutuhan mendesak bagi perusahaan agar dapat mencapai keunggulan kompet

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandrov, D. A., Boukhanovsky, A. V., Chugunov, A. V., Kabanov, Y., & Koltsova, O. (2018). *Digital transformation and global society*. Springer.
- Asbiantari, D. R. (ed). (2016). Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (Effect of Export on Indonesian's Economic Growth). *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, Vol. 5,(No. 2.), h. 10.
- Chui, M., Manyika, J., & Miremadi, M. (2016). *Where machines could replace humans-and where they can't (yet)*.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). *Competing in the age of AI: Strategy and leadership when algorithms and networks run the world*. Harvard Business Press.
- Kotler, P., & Cox, K. (2019). *Manajemen dan Strategi Pemasaran*. 2, 1–64.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company.
- Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2019). *Designed for digital: How to architect your business for sustained success*. Mit Press.
- Sari, D. (2023). Peran Teknologi Terkini dalam E-Bisnis (The Role of Latest Technology in E-Business). Available at SSRN 4568019. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4568019
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran: esensi & aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.