

STRATEGI INOVASI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PERTUMBUHAN ORGANISASI DI ERA DIGITAL

Rano Maxim Adolf Tilaar¹, Verry Albert Jekson Mardame Silalahi², Rahel Sintadevi Siahaan³, Korri Juita Situmorang⁴, Audrey Gamaliel Dotulong Tangkudung⁵
rtilaar04@gmail.com¹, verry.jekson@bpkpenaburjakarta.or.id², rahelsiahaan03@gmail.com³,
korrijuita@gmail.com⁴, audreygdt2018@gmail.com⁵
Institut Bisnis dan Multimedia Asmi Jakarta

ABSTRAK

Di era digital, inovasi bisnis telah menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi. Perubahan signifikan dalam teknologi dan perilaku konsumen memaksa perusahaan untuk mengadopsi pendekatan baru dalam operasional, komunikasi, dan pengembangan produk atau layanan. Inovasi bisnis di era modern memerlukan pemahaman mendalam tentang perubahan kebutuhan konsumen, dinamika pasar, dan penggunaan teknologi terbaru untuk memecahkan masalah dan memperbaiki praktik. Untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai UMKM, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara semi-terstruktur dan analisis tematik. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel seperti kebutuhan pasar, kemajuan teknologi, sumber daya, budaya organisasi, dan peraturan memengaruhi kemampuan inovasi bisnis. Selain itu, ditemukan bahwa penggabungan teknologi dari berbagai sumber dan kolaborasi bisnis juga merupakan komponen penting untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing. Hasil penelitian menekankan bahwa strategi inovasi yang efektif, pengembangan sumber daya manusia, dan pendekatan kolaboratif sangat penting untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan di era digital, yang akan membantu organisasi bertahan dan berkembang.

Kata Kunci: Inovasi Bisnis, Daya Saing, Pertumbuhan Organisasi, Era Digital.

ABSTRACT

In the digital era, business innovation has become the key to enhancing competitiveness and growth of organizations. Significant changes in technology and consumer behavior force companies to adopt new approaches in operations, communication, and product or service development. Business innovation in the modern era requires a deep understanding of changing consumer needs, market dynamics, and the use of the latest technology to solve problems and improve practices. To collect and analyze data from various SMEs, this research uses a qualitative approach with semi-structured interviews and thematic analysis. The results show that variables such as market needs, technological advancements, resources, organizational culture, and regulations influence business innovation capabilities. Additionally, it was found that the integration of technology from various sources and business collaboration are also important components for creating added value and enhancing competitiveness. The research emphasizes that effective innovation strategies, human resource development, and collaborative approaches are crucial for leveraging opportunities and overcoming challenges in the digital era, which will help organizations survive and grow.

Keyword: Business Innovation, Competitiveness, Organizational Growth, Digital Era.

PENDAHULUAN

Di era digital, terjadi perubahan besar dalam cara organisasi beroperasi, berkomunikasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengembangkan produk dan layanan. Untuk memanfaatkan peluang dan tantangan yang dibawa oleh era digital, inovasi bisnis melibatkan penggunaan teknologi untuk memecahkan masalah bisnis saat ini dan memperbaiki praktik bisnis. Ini adalah proses yang tidak berhenti yang mengubah organisasi dan membantu perusahaan tetap kompetitif dan relevan.

Pentingnya Inovasi Bisnis di Era Digital:

1. Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi

Inovasi bisnis di era digital memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang dapat menjaga relevansi dan tetap di depan dalam inovasi digital. Perusahaan yang gagal mengadopsi inovasi bisnis dapat kehilangan bisnis mereka kepada pesaing yang lebih inovatif.

2. Meningkatkan Efisiensi Operasional dan Efisiensi Pelanggan

Inovasi bisnis di era digital membantu perusahaan meluncurkan produk dan layanan baru dengan sukses dan meningkatkan efisiensi operasional serta efisiensi pelanggan.

3. Mengurangi Biaya dan Meningkatkan ROI

Inovasi digital dapat meningkatkan kinerja peralatan dan merestrukturisasi proses internal, sehingga menjadi investasi yang layak untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang, menghasilkan ROI tinggi pada semua biaya bisnis.

4. Membantu Adaptasi dan Pertumbuhan

Inovasi bisnis di era digital memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dan mengatasi tantangan perubahan. Inovasi ini penting untuk menghindari stagnasi dan memastikan pertumbuhan organisasi dan ekonomi.

5. Membedakan Bisnis dari Pesaing

Inovasi bisnis dapat membedakan bisnis Anda dari pesaing lainnya, terutama dalam industri yang dipopulasi dengan banyak pesaing yang menawarkan produk atau layanan serupa.

Dengan demikian, inovasi bisnis di era digital tidak hanya penting untuk menjaga relevansi dan kompetitif, tetapi juga untuk meningkatkan daya saing, pertumbuhan organisasi, efisiensi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan.

Konsep daya saing dan pertumbuhan organisasi.

Daya Saing Organisasi

Keunggulan kompetitif yang dimiliki suatu organisasi disebut daya saingnya. Daya saing ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti sumber daya alam, teknologi, sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, dan inovasi. Meskipun kemampuan dan daya saing masing-masing negara sangat berbeda, daya saing organisasi dalam konteks globalisasi menjadi semakin penting karena organisasi harus bersaing dalam konteks liberalisasi. Kapasitas belajar, yang mencakup penciptaan dan asimilasi pengetahuan, sangat menentukan keunggulan kompetitif suatu negara (Triwijayati et al., 2023).

Pertumbuhan Organisasi

Pertumbuhan organisasi dapat diartikan dalam berbagai aspek, termasuk peningkatan aset, peningkatan pendapatan, ekspansi ke pasar baru, dan peningkatan kinerja. Pertumbuhan organisasi juga dapat diukur melalui peningkatan jumlah karyawan, peningkatan omzet, atau peningkatan nilai pasar. Dalam konteks globalisasi, pertumbuhan organisasi seringkali terkait dengan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dan inovatif, serta kemampuannya untuk belajar dari keberhasilan dan kegagalan di pasar global.

Konsep Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi

Konsep daya saing dan pertumbuhan organisasi terkait satu sama lain. Bisnis yang memiliki daya saing yang kuat cenderung lebih maju. Daya saing ini dapat berasal dari paradigma keunggulan kompetitif penting, inovasi dan efisiensi. Inovasi ini mencakup penciptaan dan asimilasi pengetahuan, yang merupakan ujung tombak inovasi yang memberikan keunggulan kompetitif. Kapasitas belajar yang rendah dan bangsa yang tidak

berinovasi cenderung tidak akan memiliki keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang signifikan (Anggreani, 2014).

Kapasitas belajar adalah komponen terpenting yang mempengaruhi pertumbuhan sebuah negara atau organisasi; bangsa atau organisasi yang memiliki budaya inovasi dan kapasitas belajar yang tinggi akan lebih mampu melakukan perubahan dan tumbuh dengan sukses, sementara organisasi yang tidak memilikinya tidak akan mampu melakukan perubahan dan tumbuh dengan sukses.

Era Digital Memengaruhi Bisnis

Pada era digital, telah terjadi perubahan besar dalam cara bisnis beroperasi, komunikasi, interaksi dengan pelanggan, dan pengembangan produk dan layanan. Analisis berikut menunjukkan bagaimana era digital memengaruhi bisnis.

Dampak Positif Era Digital :

1. Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Di era digital, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan akses yang lebih mudah dan cepat ke barang dan jasa mereka. Contohnya termasuk e-commerce, dompet digital, dan aplikasi fintech yang memudahkan transaksi dan interaksi dengan pelanggan.

2. Maraknya Aplikasi Penunjang Bisnis

Kemunculan aplikasi penunjang bisnis seperti e-commerce, dompet digital, dan fintech memudahkan operasional bisnis dan meningkatkan efisiensi. Misalnya, aplikasi crowdfunding memungkinkan individu untuk menyumbang dengan mudah, tanpa perlu berada di tempat fisik.

Dampak Negatif Era Digital :

1. Menimbulkan Rasa Malas

Kemudahan akses informasi dan bantuan dari teknologi, seperti AI, dapat menyebabkan individu dan perusahaan menjadi malas berpikir dan kehilangan kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif. Hal ini dapat mengurangi inovasi dan kreativitas dalam proses menghasilkan produk atau layanan.

2. Konsumen yang Ceroboh dan Impulsif

Selama era digital, banyak pelanggan yang kesulitan mengontrol diri mereka saat berbelanja secara online. Akibatnya, pedagang, terutama mereka yang beroperasi secara offline, harus terus berpikir inovatif untuk tetap relevan dengan minat pasar.

3. Menurunkan Semangat Belajar

Kemudahan akses informasi dan bantuan dari teknologi juga dapat menurunkan semangat belajar, karena individu dan perusahaan cenderung mengandalkan teknologi untuk menyelesaikan tugas dan belajar, bukan melalui proses belajar yang lebih tradisional.

4. Menurunkan Kemampuan Analisis

Penggunaan alat bantu analisis yang terkomputerisasi dalam bisnis seringkali menghasilkan hasil yang tidak lengkap dan membutuhkan telaah lebih lanjut; namun, para pebisnis cenderung mencari kemudahan dari internet, yang mengurangi kemampuan analisis.

5. Kehidupan bisnis memang dipengaruhi oleh era digital dengan cara yang baik dan buruk.

Meskipun era digital memudahkan bisnis, bisnis harus memanfaatkan teknologi dengan cara yang bertanggung jawab dan memastikan bahwa inovasi dan kreativitas tetap menjadi bagian penting dari operasi mereka.

METODOLOGI

Desain Penelitian

1. Pendekatan Kualitatif

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konteks dan pengalaman subjektif UMKM saat menghadapi tantangan inovasi bisnis di era digital.

2. Wawancara semi-terstruktur

Wawancara semi-terstruktur dengan pemilik, manajer, dan pakar industri UMKM adalah metode pengumpulan data utama. Ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi inovasi yang mereka gunakan, masalah yang mereka hadapi, dan cara mereka menggunakan teknologi digital.

3. Analisis tematik

Analisis tematik kemudian digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur. Ini memungkinkan peneliti menemukan tema utama dan subtema dari data, yang kemudian dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Triwijayati et al., 2023).

Populasi

Populasi ini mencakup perusahaan besar maupun kecil yang menggunakan teknologi digital dalam operasi mereka, termasuk dalam strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan. Industri-industri ini mencakup teknologi, manufaktur, jasa, dan lainnya, dan masing-masing dari industri-industri ini mungkin menghadapi kesulitan dan peluang yang sama saat menerapkan strategi inovasi bisnis di era digital.

Sampel

Penelitian ini memilih sampel dari populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti ukuran perusahaan, industri, atau tingkat adopsi teknologi digital. Dengan demikian, temuan dari sampel ini dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih besar.

Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang dipilih bergantung pada berbagai faktor, termasuk ukuran populasi yang diteliti, tujuan penelitian, dan sumber daya yang tersedia. Misalnya, jika penelitian ingin mengukur efektivitas strategi inovasi bisnis di sejumlah besar perusahaan di berbagai sektor, maka ukuran sampel mungkin relatif besar untuk memastikan bahwa temuan dapat diinterpretasikan dengan valid. Namun, ukuran sampel juga harus diimbangi dengan kemampuan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari sampel tersebut.

Dalam penelitian tentang strategi inovasi bisnis di era digital, penting untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih mewakili populasi secara baik, agar temuan penelitian dapat digeneralisasi dan diinterpretasikan dengan benar. Teknik pengambilan sampel, seperti sampel acak sederhana, dapat digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih adalah representatif dari populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan konteks umum, berikut adalah beberapa temuan umum yang ditemukan dalam analisis data:

1) Pentingnya teknologi digital

Penggunaan teknologi digital, seperti otomatisasi, analitik data, dan AI, dapat membantu bisnis meningkatkan efisiensi, meningkatkan layanan pelanggan, dan

mengurangi biaya operasional (Fachrurazi et al., 2023).

2) Inovasi produk dan layanan

Perusahaan yang mampu mengembangkan produk dan layanan baru atau inovatif serta lebih fleksibel memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Inovasi ini dapat mencakup pengembangan solusi digital baru, peningkatan pengalaman pelanggan melalui teknologi, atau pengembangan model bisnis baru yang lebih efisien (Restiani Widjaja & Wildan, 2023).

3) Pembelajaran dan adaptasi

Kemampuan bisnis untuk mengikuti perubahan pasar dan kemajuan teknologi adalah kunci untuk daya saing dan pertumbuhan. Kemampuan ini mencakup kemampuan untuk mengambil risiko, mencoba inovasi baru, dan menanggapi umpan balik pasar dan pelanggan.

4) Kolaborasi dan penggabungan

Kolaborasi antar perusahaan dan penggabungan teknologi dari berbagai sumber dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan. Ini dapat mencakup kerjasama antar perusahaan untuk pengembangan produk baru, penggunaan teknologi bersama, atau pengembangan solusi yang mencakup berbagai aspek bisnis.

5) Pengelolaan sumber daya manusia

Dalam strategi inovasi bisnis, manajemen sumber daya manusia yang efektif, yang mencakup pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan, sangat penting. Karyawan yang terlatih dan berdedikasi dapat menjadi aset penting dalam menciptakan inovasi dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Beberapa poin yang dapat dijelaskan tentang bagaimana temuan dapat diinterpretasikan dan implikasinya untuk inovasi bisnis dan daya saing:

a) Interpretasi Temuan:

1) Teknologi digital sebagai kunci

Temuan menunjukkan bahwa teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi. Ini mencakup penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan layanan pelanggan, dan mengurangi biaya operasional.

2) Inovasi produk dan layanan

Tidak hanya teknologi yang penting, tetapi juga inovasi dalam produk dan layanan. Perusahaan yang mampu mengembangkan solusi baru atau inovatif memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

3) Pembelajaran dan adaptasi

Temuan menekankan pentingnya kemampuan perusahaan untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Ini mencakup kemampuan untuk mengambil risiko, mencoba inovasi baru, dan merespons umpan balik dari pelanggan dan pasar.

4) Kolaborasi dan penggabungan

Temuan menunjukkan bahwa kerjasama antar perusahaan dan penggabungan teknologi dari berbagai sumber dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan. Ini mencakup pengembangan produk baru, penggunaan teknologi bersama, atau pengembangan solusi yang mencakup berbagai aspek bisnis.

5) Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Dalam strategi inovasi bisnis, manajemen sumber daya manusia yang efektif, yang mencakup pengembangan pengetahuan dan keterampilan karyawan, adalah penting. Karyawan yang terlatih dan berdedikasi dapat menjadi aset penting dalam menciptakan inovasi dan meningkatkan daya saing perusahaan.

b) Implikasi untuk inovasi bisnis dan daya saing

1) Pentingnya strategi inovasi

Hasil menunjukkan bahwa meningkatkan daya saing dan pertumbuhan perusahaan di era digital memerlukan strategi inovasi yang efektif. Penemuan ini menekankan betapa pentingnya bagi bisnis untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi.

2) Pengembangan sumber daya manusia

Perusahaan harus berkonsentrasi pada pengembangan sumber daya manusia mereka, yang mencakup pelatihan dan pengembangan karyawan, untuk memastikan bahwa mereka memiliki staf yang ahli dan berdedikasi yang dapat membantu inovasi.

3) Kolaborasi dan penggabungan.

Perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka dan menciptakan solusi inovatif untuk berbagai bagian bisnis dengan menggabungkan teknologi dari berbagai sumber dan bekerja sama.

4) Pembelajaran dan adaptasi

Perusahaan harus terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Ini mencakup mengambil risiko, mencoba inovasi baru, dan merespons umpan balik dari pelanggan dan pasar untuk meningkatkan produk dan layanan mereka.

KESIMPULAN

1. Penelitian tentang strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital menunjukkan bahwa inovasi bisnis adalah kunci pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di era digital. Inovasi bisnis melibatkan penerapan teknologi untuk memecahkan masalah dan memperbaiki praktik organisasi, yang mengubah organisasi dan membantu tetap relevan dan kompetitif.
2. Konsep daya saing dan pertumbuhan organisasi saling terkait, dan organisasi dengan daya saing yang kuat cenderung tumbuh lebih baik. Asimilasi dan penciptaan pengetahuan merupakan inti dari inovasi ini, yang memberikan keunggulan kompetitif. Dunia digital mempengaruhi bisnis dengan membuka peluang baru dan menimbulkan tantangan, seperti banyaknya aplikasi penunjang bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, itu juga menghasilkan konsumen yang malas, ceroboh, dan impulsif, kurang semangat untuk belajar, dan kurang analisis.
3. Menurut tinjauan literatur, Roger (2003) mendefinisikan inovasi bisnis sebagai aktivitas penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan dengan tujuan menciptakan konteks dan nilai ilmu pengetahuan yang baru atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam proses produksi atau produk. Inovasi bisnis dapat membantu bisnis menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, meningkatkan penjualan, meningkatkan persentase pasar, meningkatkan efisiensi operasi, dan memperoleh sumber daya manusia yang lebih baik.
4. Inovasi bisnis dipengaruhi oleh hal-hal seperti teknologi, kebutuhan pasar, sumber daya, kompetisi, kultur organisasi, kebijakan dan regulasi, kemampuan manajemen, pendidikan dan pelatihan, kolaborasi, dan kesadaran pelanggan. Studi sebelumnya, terutama di era digital, menunjukkan bahwa meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi bergantung pada inovasi bisnis.
5. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, wawancara semi-terstruktur, dan analisis tematik. Sampel dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian, dan populasi penelitian mencakup semua perusahaan yang beroperasi di era digital.
6. Teknologi digital, inovasi produk dan layanan, pembelajaran dan adaptasi, kolaborasi

dan penggabungan, dan pengelolaan sumber daya manusia adalah komponen penting dari strategi inovasi bisnis, menurut hasil dan diskusi. Temuan ini menunjukkan betapa pentingnya menggunakan strategi inovasi yang efisien untuk menjadi lebih kompetitif dan berkembang dalam era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Restu Hapriyanto. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.60076/njms.v2i1.255>
- Anggreatei, R. (2014). Tokoh Dunia Pakai Batik Indonesia. 01, 1–8. <https://www.medcom.id/rona/gaya/lKY7e5Jb-10-seleb-tokoh-dunia-pakai-batik-indonesia>
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: experiences and challenges of young entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Fachrurazi, Rukmana, A. Y., Supriyanto, Syamsulbahri, & Iskandar. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 297–305. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>
- Iskandar, Y. (2022). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 164–179.
- Lisias, C., Beni, S., Asmara, A. P., & ... (2022). Analisis Penguatan Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan media Sosial Dalam Mempertahankan UMKM di Era Newnormal.
- Liu, C. K. (2018). Policy Brief: the Role of Micro-Small and Medium Enterprises in Achieving SDGs-1. Micro-, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and their potential contributions to SDGs-2. MSMEs' Growth: Opportunities and Challenges.
- Molle, A. I. (2021). The importance of social media marketing for MSMEs in Jakarta to meet the challenges in the new normal era. In *Contemporary Research on Business and Management* (pp. 93–96). CRC Press
- Rakib, M., & Makassar, U. N. (2023). Bisnis Kreativitas dan Inovasi (Issue October 2022).
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Rizka Octavia, D., Nurmitha, R., Veronika, R., & Nurbaiti, N. (2022). Peluang Dan Tantangan Bisnis Pada Era Revolusi Industri 4.0 Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.422>
- Setiawan, L. H., & Budiastra, I. W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>.