

Strategic Management in the Digital Age: Challenges and Opportunities for Organizations

Ahmad Malik Fahad¹, Verani Nindya², Irfan Kristiyanto³, Budi Ilham Maliki⁴

^{1,2,3}Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Bina Bangsa, ⁴Dosen Universitas Bina Bangsa

Abstrak

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Organisasi di berbagai sektor harus beradaptasi dengan cepat untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital. Manajemen strategis menjadi sangat penting dalam konteks ini, karena organisasi perlu memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan yang terjadi. Hambatan yang sering terjadi pada setiap organisasi yakni tidak cepat beradaptasi dengan perubahan global yang sangat cepat, salah satunya beradaptasi dengan teknologi yang semakin canggih dan memerlukan SDM yang terampil. Untuk itu manajemen strategis menjadi semakin penting bagi organisasi untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul. Tujuan analisis ini untuk mengetahui tantangan utama yang dihadapi organisasi dalam mengelola strategi di era digital, termasuk perubahan cepat dalam teknologi, persaingan global yang semakin ketat, dan ekspektasi konsumen yang terus berubah. Di sisi lain, era digital juga membawa peluang besar bagi organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mengembangkan inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana transformasi organisasi di era digital saat ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif khususnya library method, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dalam lima tahun terakhir dan buku-buku up to date (5 tahun terakhir). Hasil analisis menunjukkan melalui pemahaman mendalam tentang tantangan dan peluang ini, organisasi dapat mengembangkan rencana strategis yang relevan dan efektif untuk mencapai tujuan mereka di era digital yang dinamis ini. Strategi yang adaptif dan responsif terhadap lingkungan digital menjadi kunci sukses bagi organisasi dalam mengoptimalkan kinerja.

Keywords: Manajemen Strategis, Tantangan, Peluang, Era Digital

Abstract

In the current digital era, developments in information technology have changed the business landscape significantly. Organizations in various sectors must adapt quickly to face the challenges and take advantage of the opportunities offered by the digital era. Strategic management becomes very important in this context, because organizations need to have the right strategy to face the changes that occur. An obstacle that often occurs in every organization is not adapting quickly to very rapid global changes, one of which is adapting to increasingly sophisticated technology and requiring skilled human resources. For this reason, strategic management is becoming increasingly important for organizations to face challenges and take advantage of emerging opportunities. The purpose of this analysis is to determine the main challenges organizations face in managing strategy in the digital era, including rapid changes in technology, increasingly fierce global competition, and continuously changing consumer expectations. On the other hand, the digital era also brings great opportunities for organizations to increase operational efficiency, expand markets and develop

sustainable innovation. Apart from that, to find out how organizations are transforming in the current digital era. The method used in this research is a qualitative method, especially the library method, based on the results of relevant previous research in the last five years and up to date books (last 5 years). The analysis results show that through a deep understanding of these challenges and opportunities, organizations can develop relevant and effective strategic plans to achieve their goals in this dynamic digital era. An adaptive and responsive strategy to the digital environment is the key to success for organizations in optimizing performance.

Keywords: Strategic Management, Challenges, Opportunities, Digital Era

Copyright (c) 2024 Ahmad Malik Fahad

✉ Corresponding author :

Email Address : irfankristiyanto87@gmail.com

PENDAHULUAN

Manajemen strategis telah menjadi kunci utama dalam menghadapi dinamika bisnis yang semakin kompleks, terutama di era digital saat ini. Perubahan teknologi yang pesat, transformasi digital, dan perkembangan ekonomi global memunculkan tantangan baru yang harus dihadapi oleh organisasi dalam berbagai sektor. Di tengah kompleksitas ini, manajemen strategis menjadi landasan utama bagi organisasi untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan melaksanakan langkah-langkah yang tepat guna menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada (Salvadorinho et al., 2024).

Dalam konteks era digital, organisasi dituntut untuk lebih responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan tidak terduga. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara organisasi beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola sumber daya mereka. Peluang yang muncul dari transformasi digital seperti analitik data, kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan keamanan cyber memberikan potensi baru untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing organisasi (Dubey et al., 2024).

Namun, bersamaan dengan peluang tersebut, organisasi juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Perubahan cepat dalam teknologi mengharuskan organisasi untuk terus beradaptasi dan memperbarui strategi mereka secara berkala. Selain itu, masalah keamanan cyber, integritas data, dan tantangan regulasi juga menjadi perhatian utama bagi organisasi di era digital ini (Tan et al., 2023).

Di era digital yang semakin berkembang pesat, organisasi dihadapkan pada tantangan dan peluang yang sangat besar dalam hal manajemen strategis. Perubahan teknologi yang cepat dan transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, memaksa organisasi untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi yang relevan dengan zaman. Hal ini mengharuskan para pemimpin dan manajer untuk memahami secara mendalam dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah dan mengambil langkah-langkah strategis yang tepat untuk menjaga keunggulan kompetitif (Khan & Sarkar, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam manajemen strategis di era digital adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dengan cerdas untuk meningkatkan kinerja organisasi. Meskipun teknologi memberikan peluang besar untuk efisiensi dan inovasi, namun penggunaannya yang tidak tepat atau kurang optimal dapat mengakibatkan risiko dan kerugian yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memiliki

pemahaman yang mendalam tentang teknologi yang mereka gunakan dan bagaimana teknologi tersebut dapat digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan bisnis(Sadi & Alvarez-nobell, 2024).

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh organisasi dalam manajemen strategis di era digital adalah persaingan yang semakin ketat dan kompleks. Digitalisasi telah membuka pintu bagi masuknya pesaing baru yang lebih gesit dan inovatif, serta meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap pengalaman dan layanan. Hal ini mendorong organisasi untuk tidak hanya berfokus pada menjaga pangsa pasar mereka, tetapi juga untuk terus berinovasi dan memberikan nilai tambah yang berkelanjutan kepada pelanggan. Dengan demikian, strategi diferensiasi dan pembedaan menjadi kunci dalam memenangkan persaingan di era digital ini(Kirchner-krath et al., 2024).

Dalam konteks ini, penelitian dan pemahaman mendalam mengenai manajemen strategis di era digital menjadi krusial. Artikel ini akan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi organisasi dalam mengelola strategi mereka di tengah dinamika digital, serta menyajikan analisis mendalam untuk memberikan pandangan yang komprehensif mengenai topik ini(Herrera et al., 2024).

Strategic Management

Strategic Management adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan serta tindakan yang mengarah pada pencapaian tujuan jangka panjang organisasi. Dalam konteks ini, strategi mengacu pada rencana umum yang dibuat untuk mengarahkan sumber daya organisasi menuju pencapaian tujuan tertentu, sementara manajemen melibatkan pengelolaan dan koordinasi berbagai aspek organisasi untuk mencapai strategi tersebut. Dengan demikian, Strategic Management melibatkan identifikasi tujuan utama organisasi, analisis lingkungan eksternal dan internal, pengembangan rencana aksi, implementasi strategi, dan pengawasan serta evaluasi kinerja untuk memastikan pencapaian tujuan jangka panjang yang diinginkan(Kornyshova, 2023).

Strategic Management adalah suatu pendekatan atau proses yang digunakan oleh organisasi untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan jangka panjangnya. Dalam konteks ini, strategi mengacu pada serangkaian keputusan yang diambil untuk mengarahkan organisasi menuju visi dan misi yang telah ditetapkan. Strategic Management melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan eksternal dan internal organisasi, termasuk faktor-faktor seperti tren pasar, persaingan industri, kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman yang ada di luar organisasi(Wolfert et al., 2023).

Salah satu komponen kunci dari Strategic Management adalah formulasi strategi, di mana organisasi merumuskan rencana aksi jangka panjang berdasarkan pemahaman mendalam tentang tujuan mereka dan kondisi lingkungan yang mempengaruhi mereka. Proses formulasi strategi ini sering melibatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan bagi organisasi(Leal-mill, 2023).

Setelah formulasi strategi dilakukan, langkah selanjutnya dalam Strategic Management adalah implementasi strategi. Ini melibatkan pengorganisasian sumber daya dan kegiatan organisasi sesuai dengan rencana strategis yang telah dirumuskan. Implementasi strategi membutuhkan koordinasi yang baik antara berbagai departemen dan tingkatan organisasi, serta pemantauan terus-menerus terhadap progres dan kinerja strategis (Nguyen et al., 2024).

Selain formulasi dan implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian juga merupakan bagian penting dari Strategic Management. Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana strategi yang telah diimplementasikan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengendalian strategis dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan yang diperlukan dalam strategi atau taktik yang digunakan, serta untuk memastikan bahwa organisasi tetap bergerak menuju pencapaian visi dan misi jangka panjangnya (Lafioune et al., 2023).

Era Digital

Era digital adalah periode di mana teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan perangkat digital lainnya, memainkan peran kunci dalam kehidupan sehari-hari, bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan. Era ini ditandai dengan transformasi digital yang mengubah cara orang berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi. Kemajuan teknologi seperti komputer, smartphone, internet, dan kecerdasan buatan telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi, pendidikan, pelayanan kesehatan, dan bisnis (Aljabhan, 2023).

Salah satu ciri utama era digital adalah konektivitas yang luas dan cepat. Orang dapat terhubung dengan mudah melalui jaringan internet yang luas, memungkinkan pertukaran informasi secara real-time dan kolaborasi antarindividu atau organisasi di seluruh dunia. Hal ini telah mengubah paradigma komunikasi dan kerja, memungkinkan adopsi model kerja jarak jauh, kolaborasi global, dan inovasi yang lebih cepat dalam pengembangan produk dan layanan (Albahri et al., 2023).

Di era digital, data menjadi aset yang sangat berharga. Banyaknya data yang dihasilkan setiap saat memberikan peluang besar untuk menganalisis tren, mengidentifikasi pola-pola, dan mengambil keputusan yang lebih baik secara berdasarkan bukti. Penggunaan teknologi analitik dan big data telah menjadi penting dalam mengoptimalkan operasi bisnis, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menghasilkan wawasan strategis untuk pengambilan keputusan (Schafraad & Wu, 2024).

Tantangan utama dalam era digital adalah mengelola kompleksitas dan memastikan keamanan informasi. Sementara teknologi memberikan banyak manfaat, seperti efisiensi operasional dan akses mudah ke informasi, namun juga membawa risiko keamanan data, privasi, dan keandalan sistem. Oleh karena itu, organisasi perlu memiliki strategi yang kuat dalam mengelola risiko, melindungi data sensitif, dan terus mengikuti perkembangan teknologi untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Kusuma et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif khususnya library method, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dalam lima tahun terakhir dan buku-buku up to date (5 tahun terakhir). Sebelum paper dipublikasikan dilakukan FGD (focus group discussion) terlebih dahulu dalam lingkup terbatas bersama dosen pembimbing dan teman sejawat, hasil perbaikan itulah menjadi paper final untuk di publikasikan.

HASIL DAN DISKUSI

Tantangan Teknologi pada manajemen strategis di era digital

Berdasarkan penelitian dari (Fernandes et al., 2023) menjelaskan Teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen strategis pada era digital. Beberapa tantangan yang muncul dalam konteks ini meliputi: pertama, Keamanan Data, Perkembangan teknologi memunculkan risiko keamanan data yang lebih kompleks, seperti serangan cyber, pencurian identitas, dan kebocoran informasi rahasia perusahaan. Manajemen strategis harus memperhatikan strategi keamanan yang efektif untuk melindungi data dan informasi penting perusahaan (Brewis et al., 2023).

Selanjutnya penelitian dari (Amankwaa et al., 2024) menjelaskan Kedua, Perubahan Model Bisnis, Teknologi mengubah cara bisnis dilakukan, seperti pergeseran dari model bisnis tradisional ke model berbasis platform atau layanan digital. Tantangan bagi manajemen strategis adalah memahami dan menyesuaikan model bisnis dengan tren teknologi yang berkembang pesat. Ketiga, Peningkatan Kompetisi, Era digital membuka pintu bagi pesaing baru yang lebih inovatif dan agresif. Manajemen strategis perlu mengembangkan strategi diferensiasi yang kuat dan responsif terhadap perubahan pasar dan persaingan yang semakin ketat.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya, penelitian dari (Papachristos et al., 2024) menjelaskan Keempat, Integrasi Teknologi, Integrasi teknologi yang kompleks seperti AI (kecerdasan buatan), IoT (Internet of Things), dan big data analytics memerlukan pemahaman yang mendalam dan strategi implementasi yang efektif. Tantangan terletak pada kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan teknologi ini secara sinergis dalam strategi bisnis mereka. Kelima, Tantangan Regulasi, Peraturan dan kebijakan terkait teknologi dan privasi data terus berkembang. Manajemen strategis perlu memperhatikan perubahan regulasi dan memastikan kepatuhan yang tepat untuk menghindari risiko hukum dan reputasi.

Selanjutnya penelitian (Hetemi & Korotkova, 2024) menjelaskan Keenam, Ketergantungan Teknologi, Meskipun teknologi membawa banyak manfaat, ketergantungan yang berlebihan juga dapat menjadi tantangan. Manajemen strategis harus mempertimbangkan risiko yang terkait dengan kegagalan teknologi atau gangguan layanan yang dapat mengganggu operasi bisnis.

(Butt et al., 2024) menjelaskan Selain itu, Tantangan teknologi di era digital mencakup berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan dalam mengelola organisasi dan menyediakan layanan publik yang efektif. Beberapa tantangan utama yang sering dihadapi termasuk: pertama, Keamanan Cyber, Dalam era digital, keamanan cyber menjadi sangat penting

karena meningkatnya ancaman terhadap data sensitif dan infrastruktur teknologi informasi. Perlindungan data, keamanan jaringan, dan tindakan pencegahan serangan cyber menjadi fokus utama (Butt et al., 2024).

Penelitian dari (Ahmad & Akram, 2024) menjelaskan, Kedua, Integrasi Sistem, Organisasi sering menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan sistem teknologi yang berbeda, baik internal maupun eksternal. Integrasi yang efektif memungkinkan pertukaran data yang lancar dan penggunaan teknologi secara holistik. Ketiga, Keterampilan Digital, Keterampilan digital yang memadai menjadi kunci dalam menghadapi era digital. Organisasi perlu mengembangkan keterampilan baru dan memastikan karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi yang digunakan.

(Garrido-moreno et al., 2024) menjelaskan Keempat, Kecepatan Perubahan, Teknologi terus berkembang dengan cepat, dan organisasi perlu dapat menyesuaikan diri dengan perubahan ini dengan cepat dan efisien. Ini mencakup pembaruan sistem, adopsi teknologi baru, dan adaptasi terhadap tren industri. Kelima, Etika dan Privasi, Penggunaan teknologi dalam era digital juga menimbulkan pertanyaan tentang etika dan privasi. Organisasi harus mempertimbangkan implikasi etis dari penggunaan data dan teknologi dalam menyediakan layanan dan mengelola informasi (Garrido-moreno et al., 2024).

(Dabi, 2024) menjelaskan Keenam, Konektivitas dan Aksesibilitas, Meskipun teknologi memberikan banyak manfaat, tantangan konektivitas dan aksesibilitas masih ada, terutama di daerah yang kurang berkembang. Meningkatkan aksesibilitas teknologi dan memastikan konektivitas yang andal menjadi perhatian penting. Ketujuh, Resilience Sistem, Organisasi perlu memiliki sistem yang tangguh dan responsif terhadap gangguan atau bencana. Hal ini mencakup pemulihan data, keamanan sistem, dan rencana kontinuitas bisnis yang solid (Hetemi & Korotkova, 2024).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, dengan memahami tantangan teknologi pada manajemen strategis di era digital, organisasi dapat mengembangkan strategi manajemen yang adaptif dan inovatif untuk menghadapi dinamika bisnis di era digital. Dalam menghadapi tantangan ini, organisasi perlu mengadopsi strategi yang komprehensif, termasuk investasi dalam infrastruktur teknologi yang aman dan terintegrasi, pengembangan keterampilan digital karyawan, pematuhan etika dan privasi, serta fokus pada inovasi yang responsif terhadap perubahan teknologi.

Peluang Inovasi pada pengelolaan manajemen strategis di era digital

Pada era digital, terdapat banyak peluang inovasi yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan manajemen strategis. Beberapa peluang inovasi yang relevan antara lain berdasarkan penelitian dari (Butt et al., 2024) menjelaskan pertama, Penggunaan Teknologi Canggih, Manajemen strategis dapat ditingkatkan melalui penggunaan teknologi canggih seperti big data analytics, artificial intelligence (AI), dan machine learning. Hal ini memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data secara efisien untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih baik.

Sejalan dengan penelitian diatas, (Papachristos et al., 2024) menjelaskan Kedua, Eksplorasi Model Bisnis Baru, Era digital membuka peluang untuk eksplorasi model bisnis baru yang didukung oleh teknologi seperti platform digital, ekosistem ekonomi berbagi, dan integrasi

nilai tambah melalui teknologi. Organisasi dapat memanfaatkan ini untuk menciptakan nilai tambah dan mengoptimalkan kinerja bisnis mereka.

Penelitian lain menjelaskan (Amankwaa et al., 2024) Ketiga, Kolaborasi dan Kemitraan, Teknologi digital memungkinkan kolaborasi dan kemitraan yang lebih efektif antara organisasi, baik dengan mitra industri maupun pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat meningkatkan fleksibilitas, inovasi, dan efisiensi dalam pengelolaan strategi organisasi.

(Brewis et al., 2023) menjelaskan Keempat, Peningkatan Pengalaman Pelanggan, Dengan memanfaatkan teknologi digital, organisasi dapat meningkatkan pengalaman pelanggan melalui personalisasi, interaksi multichannel, dan penerapan teknologi seperti chatbot dan layanan pelanggan berbasis AI.

(Fernandes et al., 2023) menjelaskan Kelima, Optimasi Operasional, Penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan manajemen strategis juga dapat membantu organisasi dalam mengoptimalkan operasional mereka, mulai dari rantai pasok hingga proses internal, dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya.

Berdasarkan penelitian (Kusuma et al., 2024) menjelaskan Di era digital saat ini, terdapat berbagai peluang inovasi yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan manajemen strategis. Salah satu peluang utama adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengoptimalkan proses pengambilan keputusan. Dengan adopsi sistem informasi yang canggih, organisasi dapat mengumpulkan, menganalisis, dan mengolah data secara real-time, sehingga memungkinkan pemimpin dan manajer untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan responsif terhadap perubahan pasar atau lingkungan bisnis (Aljabhan, 2023).

Selain itu, kehadiran platform digital seperti media sosial dan e-commerce memberikan peluang bagi organisasi untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Strategi pemasaran yang terintegrasi dengan platform digital dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi dan perilaku konsumen, sehingga memungkinkan organisasi untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan dan diminati oleh pasar (Lafioune et al., 2023).

Selain itu, adopsi teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT) juga membuka peluang inovasi dalam manajemen operasional. Contohnya, penggunaan AI dalam analisis data dapat membantu mengidentifikasi tren dan pola yang tidak terdeteksi secara manual, sedangkan IoT dapat digunakan untuk mengoptimalkan efisiensi operasional melalui pengawasan real-time atas berbagai aset fisik. Dengan memanfaatkan peluang-peluang inovatif ini, organisasi dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di era digital (Wolfert et al., 2023).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan, peluang inovasi di era digital dalam pengembangan manajemen strategis dapat menciptakan ide baru yang lebih baik dan up to date, dengan memanfaatkan peluang-peluang inovasi ini secara efektif, organisasi dapat memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan daya saing, dan menghadapi tantangan yang ada dalam era digital dengan lebih baik.

Transformasi Organisasi pada pengelolaan manajemen strategis di era digital

Transformasi organisasi dalam pengelolaan manajemen strategis di era digital mengacu pada perubahan fundamental dalam cara sebuah organisasi mengelola strategi, proses, orang, dan teknologi untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul dari revolusi digital. Berikut adalah beberapa poin penting yang menjelaskan bagaimana transformasi organisasi terjadi dalam pengelolaan manajemen strategis di era digital:

Berdasarkan penelitian dari (Kornyshova, 2023) menjelaskan Organisasi perlu mengadopsi teknologi digital secara menyeluruh dalam semua aspek operasional mereka. Ini termasuk penggunaan platform cloud, big data analytics, artificial intelligence (AI), internet of things (IoT), dan teknologi lainnya untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat. Penelitian lain menjelaskan (Nguyen et al., 2024) Transformasi organisasi memerlukan pengembangan kepemimpinan yang memahami dan mampu mengelola perubahan yang dibawa oleh era digital. Kepemimpinan harus proaktif dalam mengidentifikasi peluang baru, mengelola risiko digital, dan memotivasi karyawan untuk berinovasi.

(Sadi & Alvarez-nobell, 2024) menjelaskan Organisasi perlu membentuk budaya yang mendorong inovasi dan eksperimen. Karyawan harus merasa nyaman untuk mencoba hal baru tanpa takut akan hukuman atau kegagalan. Budaya yang inovatif juga menghargai pembelajaran berkelanjutan dan kolaborasi antardepartemen. (Khan & Sarkar, 2024) menjelaskan Transformasi organisasi memerlukan keterlibatan aktif dari seluruh karyawan. Ini termasuk memberikan pelatihan dan pengembangan yang diperlukan untuk meningkatkan literasi digital mereka, serta memotivasi mereka untuk berkontribusi pada upaya transformasi melalui ide-ide kreatif dan pemikiran strategis.

Selain itu penelitian dari (Herrera et al., 2024) menjelaskan Organisasi harus bersikap terbuka terhadap kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti mitra bisnis, startup teknologi, dan komunitas industri. Ini dapat membuka pintu bagi inovasi lebih lanjut, akses ke sumber daya baru, dan peluang bersama yang saling menguntungkan. (Dabi, 2024) menjelaskan Era digital sering kali mengubah lanskap bisnis secara drastis. Oleh karena itu, organisasi perlu terus memantau tren pasar, mengevaluasi strategi bisnis mereka secara berkala, dan siap untuk menyesuaikan arah mereka sesuai dengan perubahan yang terjadi.

(Garrido-moreno et al., 2024) menjelaskan Transformasi organisasi harus mencakup aspek keberlanjutan, baik dari segi lingkungan maupun sosial. Organisasi yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya mengurangi dampak negatif mereka terhadap lingkungan, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan, transformasi yang terjadi pada era digitalisasi khususnya dalam pengelolaan manajemen strategis ialah terletak pada inovasi dan keberlanjutan serta adaptabilitas dengan teknologi yang lebih canggih sehingga dapat terus relevan dengan strategi yang akan dirancang kedepannya, organisasi dapat mengalami transformasi yang berhasil dalam pengelolaan manajemen strategis di era digital, memungkinkan mereka untuk tetap relevan, kompetitif, dan responsif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis mereka

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan pertama, dengan memahami tantangan teknologi pada manajemen strategis di era digital, organisasi dapat mengembangkan strategi manajemen yang adaptif dan inovatif untuk menghadapi dinamika bisnis di era digital. Dalam menghadapi tantangan ini, organisasi perlu mengadopsi strategi yang komprehensif, termasuk investasi dalam infrastruktur teknologi yang aman dan terintegrasi, pengembangan keterampilan digital karyawan, pematuhan etika dan privasi, serta fokus pada inovasi yang responsif terhadap perubahan teknologi. kedua, peluang inovasi di era digital dalam pengembangan manajemen strategis dapat menciptakan ide baru yang lebih baik dan up to date, dengan memanfaatkan peluang-peluang inovasi ini secara efektif, organisasi dapat memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan daya saing, dan menghadapi tantangan yang ada dalam era digital dengan lebih baik. ketiga, transformasi yang terjadi pada era digitalisasi khususnya dalam pengelolaan manajemen strategis ialah terletak pada inovasi dan keberlanjutan serta adaptabilitas dengan teknologi yang lebih canggih sehingga dapat terus relevan dengan strategi yang akan dirancang kedepannya, organisasi dapat mengalami transformasi yang berhasil dalam pengelolaan manajemen strategis di era digital, memungkinkan mereka untuk tetap relevan, kompetitif, dan responsif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis mereka

Implikasi

Implikasi artikel ini meliputi: pertama, Organisasi perlu mengadaptasi teknologi digital secara efektif untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka. Hal ini mencakup penggunaan alat analisis data, kecerdasan buatan, dan teknologi lainnya untuk mengoptimalkan proses bisnis. Kedua, Era digital membutuhkan transformasi budaya di dalam organisasi, termasuk peningkatan kolaborasi lintas tim, kreativitas, dan ketahanan terhadap perubahan. Manajemen perlu mempromosikan budaya inovasi dan pembelajaran yang berkelanjutan. Ketiga, Dengan meningkatnya ketergantungan pada teknologi digital, keamanan informasi menjadi lebih penting dari sebelumnya. Organisasi perlu mengimplementasikan strategi keamanan yang kokoh untuk melindungi data sensitif dan mengurangi risiko kebocoran informasi. Keempat, Organisasi harus fokus pada penyediaan layanan digital yang berkualitas untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memenuhi ekspektasi pelanggan di era digital. Ini mencakup pengembangan aplikasi mobile, platform e-commerce yang responsif, dan layanan pelanggan yang terintegrasi. Kelima, Manajemen strategis di era digital memanfaatkan analisis data dan prediksi untuk mengidentifikasi tren pasar, mengoptimalkan rantai pasokan, dan mengambil keputusan strategis yang lebih baik. Organisasi perlu mengembangkan kemampuan analisis data yang kuat dan mengintegrasikannya ke dalam proses pengambilan keputusan. Keenam, Era digital menuntut agar organisasi menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Manajemen strategis harus mempromosikan agilitas organisasi, termasuk fleksibilitas dalam struktur organisasi, proses pengambilan keputusan yang cepat, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan eksternal.

Implikasi ini mencerminkan kompleksitas dan dinamika yang terjadi dalam manajemen strategis di era digital, di mana organisasi harus memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan dengan cara yang cerdas dan efektif.

Suggestion

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diambil dari hasil analisis artikel "Manajemen Strategis di Era Digital: Tantangan dan Peluang Organisasi": Pertama, Organisasi perlu mengadopsi teknologi digital secara menyeluruh untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Ini termasuk investasi dalam sistem manajemen data, analisis big data, dan platform digital untuk komunikasi dan kolaborasi. Kedua, Menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat, organisasi perlu melakukan transformasi bisnis yang mencakup restrukturisasi proses, model bisnis baru yang didukung oleh teknologi, dan integrasi kecerdasan buatan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Ketiga, Fokus pada keamanan digital menjadi kunci penting, termasuk perlindungan data sensitif, sistem anti-malware yang kuat, dan pelatihan keamanan bagi karyawan untuk mengurangi risiko kebocoran data dan serangan cyber. Ketiga, Memberdayakan karyawan dengan keterampilan digital yang diperlukan melalui pelatihan dan pengembangan, serta menciptakan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan adaptabilitas dalam menghadapi perubahan teknologi. Keempat, Merancang strategi yang seimbang antara pertahanan (mengelola risiko dan keamanan) dan pertumbuhan (mengidentifikasi peluang baru, inovasi produk/digital, dan ekspansi pasar) untuk mencapai keberlanjutan dan daya saing jangka panjang.

Referensi :

- Ahmad, S., & Akram, U. (2024). Technological Forecasting & Social Change The factors behind block-chain technology that boost the circular economy : An organizational perspective. *Technological Forecasting & Social Change*, 200(May 2023), 123194. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123194>
- Albahri, O. S., Alamoodi, A. H., Deveci, M., Albahri, A. S., Mahmoud, M. A., Al-quraishi, T., Moslem, S., & Sharaf, I. M. (2023). Advanced Engineering Informatics Evaluation of organizational culture in companies for fostering a digital innovation using q-rung picture fuzzy based decision-making model. *Advanced Engineering Informatics*, 58(August), 102191. <https://doi.org/10.1016/j.aei.2023.102191>
- Aljabhan, B. (2023). Economic strategic plans with supply chain risk management (SCRM) for organizational growth and development. *Alexandria Engineering Journal*, 79(June), 411–426. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2023.08.020>
- Amankwaa, G., Heeks, R., & Browne, A. L. (2024). Powershifts , organisational value , and water management : Digital transformation of Ghana ' s public water utility. *Utilities Policy*, 87(June 2023), 101724. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2024.101724>
- Brewis, C., Dibb, S., & Meadows, M. (2023). Technological Forecasting & Social Change Leveraging big data for strategic marketing: A dynamic capabilities model for incumbent firms. *Technological Forecasting & Social Change*, 190(December 2021), 122402. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122402>

- Butt, A., Imran, F., Helo, P., & Kantola, J. (2024). Strategic design of culture for digital transformation. *Long Range Planning*, 57(2), 102415. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2024.102415>
- Dabi, M. (2024). *Technological Forecasting & Social Change Who are we ? Analyzing the digital identities of organizations through the lens of micro-interactions on social media*. 198(March 2023). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123012>
- Dubey, R., Bryde, D. J., Blome, C., Dwivedi, Y. K., Childe, J., & Foropon, C. (2024). International Journal of Production Economics Alliances and digital transformation are crucial for benefiting from dynamic supply chain capabilities during times of crisis : A multi-method study. *International Journal of Production Economics*, 269(August 2023), 109166. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2024.109166>
- Fernandes, V., Matos, F., Oliveira, J. P., Neves, A., & Godina, R. (2023). Heliyon Identifying strategic opportunities through the development of a roadmap for additive manufacturing: The example of Portugal. *Heliyon*, 9(9), e19672. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19672>
- Garrido-moreno, A., Martín-rojas, R., & García-morales, V. J. (2024). International Journal of Information Management The key role of innovation and organizational resilience in improving business performance : A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, 77(March), 102777. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102777>
- Herrera, R. F., Prieto-osorio, J. M., Pellicer, E., & Osorio-g, C. C. (2024). Conceptual model for implementation of digital transformation and organizational structure in the construction sector. *Ain Shams Engineering Journal*, October 2023, 102749. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2024.102749>
- Hetemi, E., & Korotkova, N. (2024). *International Journal of Project Management Pursuing openness in the digital age : Insights from client – contractor knowledge collaboration at the project front end*. 42(December 2023). <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2024.102564>
- Khan, R., & Sarkar, U. (2024). Green Technologies and Sustainability Business leadership in the digital age : IKEA ' s story in the retail and consumer sector. *Green Technologies and Sustainability*, 2(2), 100081. <https://doi.org/10.1016/j.grets.2024.100081>
- Kirchner-krath, J., Morschheuser, B., Sicevic, N., Xi, N., Korflesch, H. F. O. Von, & Hamari, J. (2024). International Journal of Information Management Challenges in the adoption of sustainability information systems: A study on green IS in organizations. *International Journal of Information Management*, xxxx, 102754. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102754>
- Kornyshova, E. (2023). ScienceDirect Digital Business Ecosystems : Organizational Model , Roles , and Digital Digital Business Business Ecosystems : Ecosystems : Organizational Organizational Model , Model , Roles , Roles , and and Governance Towards Flexibility Governance Gove. *Procedia Computer Science*, 225, 4621–4630.

<https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.460>

- Kusuma, A. R., Syarief, R., Sukmawati, A., & Ekananta, A. (2024). Heliyon Factors influencing the digital transformation of sales organizations in Indonesia. *Heliyon*, 10(5), e27017. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27017>
- Lafioune, N., Desmarest, A., & Poirier, A. (2023). *Digital transformation in municipalities for the planning , delivery , use and management of infrastructure assets: Strategic and organizational framework*. 6(June). <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2023.100119>
- Leal-mill, A. G. (2023). *Journal of Innovation*. 8. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100409>
- Nguyen, N., Dang-van, T., Vo-thanh, T., Do, H., & Pervan, S. (2024). International Journal of Hospitality Management Digitalization strategy adoption: The roles of key stakeholders , big data organizational culture , and leader commitment. *International Journal of Hospitality Management*, 117(October 2023), 103643. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103643>
- Papachristos, G., Papadonikolaki, E., & Morgan, B. (2024). Technovation Projects as a speciation and aggregation mechanism in transitions : Bridging project management and transitions research in the digitalization of UK architecture , engineering , and construction industry . *Technovation*, 132(August 2023), 102967. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.102967>
- Sadi, G., & Alvarez-nobell, A. (2024). *Capability gap in relation to public relations ´ strategic issues in Latin America*. 50(July 2022). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102428>
- Salvadorinho, J., Bastos, T., Cruto, P., & Teixeira, L. (2024). ^ ĐsĜŶĐĜ šđĜĐ† ^ ĐsĜŶĐĜ šđĜĐ† ScienceDirect A collaborative platform to support the creation of a Learning A collaborative platform to support the creation of a Learning Organization in Industry 4 . 0: A co-created tool using three industrial Organizatio. *Procedia Computer Science*, 232(2023), 1347–1356. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.01.133>
- Schafraad, P., & Wu, B. (2024). *Examining strategic diversity communication on social media using supervised machine learning : Development , validation and future research directions*. 50(April 2023). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102431>
- Tan, T. F., Thirunavukarasu, A. J., Jin, L., Lim, J., Poh, S., Teo, Z. L., Ang, M., Chan, R. V. P., Ong, J., Turner, A., Karlström, J., Wong, T. Y., Stern, J., & Ting, D. S. (2023). *Review Artificial intelligence and digital health in global eye health : opportunities and challenges*. 1432–1443. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(23\)00323-6](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(23)00323-6)
- Wolfert, S., Verdouw, C., Wassenaer, L. Van, Dolfsma, W., & Klerkx, L. (2023). Digital innovation ecosystems in agri-food : design principles and organizational framework. *Agricultural Systems*, 204(July 2022), 103558. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2022.103558>