

Inovasi dan Transformasi Digitalisasi Menjadi Kunci Keberhasilan Bisnis di Era Digital

Innovation and Digitalization Transformation Are the Key to Business Success in the Digital Era

Novrizal ^{1*}, Desgita Afil Salputri ²

^{1,2} STIE Kasih Bangsa, Indonesia

Alamat: 8, Jl. Dr.Kasih No.1, RT.8/RW.1, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530

Korespondensi email: novrizal@stiekasihbangsa.ac.id

Article History:

Received: 14 September 2023

Accepted: 15 Oktober 2023

Published: 30 November 2023

Keywords: Digital Transformation, Innovation, MSMEs, Stakeholder Engagement

Abstract: The aim of holding this PKM activity is to diversify bitter melon fruit into chips for the women of KWT Medulu, Bendewuta Village, Wongeduku District. The selected participants were 10 people who had bitter melon gardens in their yard. The activity stages were lecture and practice. PKM activities were carried out well, participants were very enthusiastic in taking part in PKM activities. Monitoring results showed that the amount of increase in participants' knowledge and skills increased from 100%, from 10 participants who answered that they did not know before the training activity in making bitter melon chips, it increased to 100% or 10 participants answered that they knew and were able after the training. This shows that training activities can be said to be successful because there is an increase in the knowledge and skills of the training participants.

Abstrak.

Seminar ini menekankan peran penting inovasi dan transformasi digital dalam mencapai kesuksesan bisnis di era digital. Seminar ini menyoroti bagaimana penerapan teknologi canggih, seperti cloud computing dan inovasi produk digital, dapat meningkatkan efisiensi operasional, manajemen keuangan, dan daya saing, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Diskusi utama mencakup pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan, kolaborasi komunitas, dan adaptasi terus-menerus terhadap perubahan teknologi. Studi kasus yang dipresentasikan dalam seminar menunjukkan bagaimana inovasi kreatif dan unik, seperti stiker aromaterapi untuk masker, dapat meningkatkan daya tarik merek dan loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan harus fokus pada kreativitas, empati, dan adaptasi digital strategis untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di lingkungan pasar yang dinamis. Perusahaan perlu mendorong pertumbuhan berkelanjutan melalui inovasi berkelanjutan, kolaborasi pemangku kepentingan yang efektif, dan memanfaatkan strategi digital untuk memastikan keberhasilan inisiatif transformasi digital.

Kata kunci: Transformasi Digital, Inovasi, UMKM, Keterlibatan Pemangku Kepentingan

1. LATAR BELAKANG

Inovasi teknologi dalam sistem informasi akuntansi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen keuangan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan kemajuan teknologi informasi, UMKM kini memiliki kesempatan untuk mengadopsi sistem informasi akuntansi yang lebih canggih, yang mampu meningkatkan transparansi, akurasi, dan kecepatan dalam pelaporan keuangan.

* Novrizal, novrizal@stiekasihbangsa.ac.id

Sistem ini tidak hanya mendukung manajemen keuangan sehari-hari, tetapi juga membantu dalam perencanaan strategis jangka panjang yang lebih baik. Menurut Ruslaini (2021), penerapan praktik berkelanjutan, termasuk inovasi teknologi di UMKM, dapat memperkuat daya saing mereka di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi Nasional.

Lebih lanjut, teknologi seperti cloud computing semakin diadopsi oleh UMKM, didorong oleh regulasi yang mendukung penerapan teknologi baru. Rizal, Ruslaini, dan Kusnanto (2022) mengungkapkan bahwa regulasi berperan penting dalam mendorong adopsi cloud computing oleh UMKM di DKI Jakarta. Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk mengakses data secara real-time dan melakukan analisis keuangan dengan lebih efisien, yang pada akhirnya membantu mereka dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis. Namun, masih banyak pemilik UMKM yang bergantung pada metode tradisional untuk menilai kesehatan keuangan, seperti hanya memeriksa saldo di rekening bank. Pendekatan ini tidak memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi keuangan perusahaan dan dapat menyebabkan keputusan yang kurang tepat, terutama dalam hal manajemen utang dan likuiditas (Dull, Gelinis, & Wheeler, 2019).

Dalam era digital, adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional menjadi krusial bagi UMKM. Teknologi tidak hanya mendukung manajemen keuangan tetapi juga membantu dalam strategi branding dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan keterlibatan pelanggan. Di sektor yang sangat kompetitif seperti industri makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*), inovasi teknologi dan strategi branding yang unik dapat menjadi faktor penentu antara kesuksesan dan kegagalan bisnis. Irawan, dkk (2022) menekankan bahwa ketahanan operasional merupakan faktor kunci dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, terutama di pasar yang bergejolak seperti industri Jamu di Indonesia.

Selain itu, respons kebijakan fiskal terhadap krisis, seperti yang diungkapkan Kusnanto, Rizal, dan Subhana (2021), menunjukkan bahwa kebijakan pajak yang adaptif selama krisis COVID-19 telah membantu UMKM mengatasi tekanan ekonomi. Kebijakan ini tidak hanya memberikan keringanan fiskal tetapi juga mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang berubah dengan cepat. Hal ini menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah dalam mendorong adopsi teknologi dan pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan UMKM. Untuk mencegah kebangkrutan dan mempertahankan stabilitas keuangan perusahaan, penting untuk melakukan manajemen keuangan yang baik diantaranya menjaga

likuiditas dan rasio cicilan terhadap pendapatan. Rizal dan Heriawan (2020) menekankan bahwa pengelolaan utang yang hati-hati dan prioritas pada likuiditas perusahaan adalah komponen penting dari strategi manajemen keuangan yang efektif. Ini juga melibatkan restrukturisasi utang dan pembatasan cicilan agar tetap dalam batas yang dapat dikelola.

Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, investasi dalam inovasi dan teknologi semakin penting. Dalam teorinya tentang "Disruptive Innovation," Christensen (2022) menjelaskan bahwa perusahaan perlu berinvestasi dalam teknologi baru yang berpotensi untuk mengubah pasar yang ada dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih sederhana, lebih murah, dan lebih mudah diakses, yang pada akhirnya dapat menggantikan pemain pasar yang mapan dengan solusi inovatif. Rizal dan Ruslaini (2022) mengungkapkan bahwa kemajuan dalam layanan aplikasi berbasis internet menunjukkan cara teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Transformasi digital dan inovasi produk menjadi pilar utama dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. Selama pandemi COVID-19, beberapa perusahaan menciptakan produk inovatif seperti stiker aromaterapi untuk masker, yang menambah kenyamanan dan menjadi ciri khas di pasar (Gates, 2021). Transformasi digital tidak hanya terbatas pada produk fisik tetapi juga mencakup produk digital seperti e-book dan aplikasi yang menawarkan solusi baru dan efisiensi operasional yang lebih baik. Menurut McKinsey (2021), perusahaan yang berhasil mengadopsi teknologi digital dan inovasi produk cenderung memiliki pertumbuhan lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak beradaptasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang berfokus pada inovasi berkelanjutan dan penggunaan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

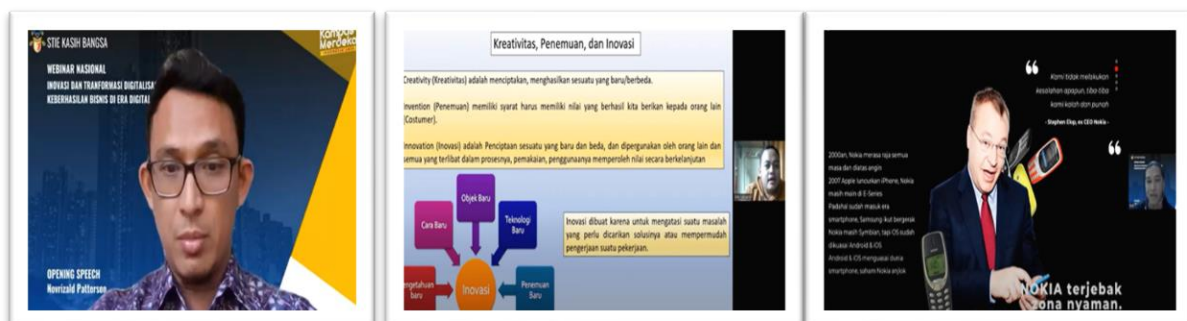
Selain inovasi produk, pendekatan digital juga mendorong keterlibatan pemangku kepentingan dan kolaborasi komunitas sebagai elemen penting dalam digitalisasi yang sukses. Kotler dan Armstrong (2020) menekankan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan dan kolaborasi komunitas penting untuk memastikan bahwa transformasi digital yang dilakukan diterima dan didukung oleh semua pihak. Ini juga menekankan pentingnya strategi pemasaran digital yang efektif, peningkatan keterlibatan melalui konten yang unik dan kreatif, serta pemberdayaan komunitas melalui inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) seperti penciptaan lapangan kerja. Oleh karenanya inovasi teknologi dan transformasi digital bukan hanya kebutuhan tetapi menjadi strategi penting bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar global yang dinamis. Implementasi strategi ini, didukung oleh kebijakan pemerintah yang adaptif dan manajemen keuangan yang solid,

dapat memberikan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di masa depan.

2. METODE

Webinar ini diadakan untuk membahas pentingnya inovasi dan transformasi digital dalam mencapai kesuksesan bisnis di era digital. Pelaksanaan webinar ini dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahap pertama, dilakukan perencanaan topik yang relevan, pemilihan pembicara yang kompeten, dan pengembangan strategi pemasaran untuk meningkatkan partisipasi. Pembicara yang dipilih yaitu Bp. Muhammad Rofi dan Dr. Billy didasarkan pada pertimbangan pengalaman mereka yang luas di bidang pemasaran kreatif dan manajemen bisnis.

Pada tahap berikutnya di waktu yang telah ditetapkan, webinar dilaksanakan melalui platform digital Zoom Meeting, yang memungkinkan interaksi langsung antara pembicara dan peserta. Para pembicara memberikan presentasi tentang inovasi dalam bisnis, strategi digital, dan transformasi operasional. Sesi ini juga melibatkan diskusi interaktif dan tanya jawab yang memungkinkan peserta untuk menggali lebih dalam tentang topik yang dibahas. Diskusi panel dan presentasi studi kasus digunakan untuk menggambarkan bagaimana perusahaan dapat menerapkan inovasi digital dalam operasional sehari-hari.



Gambar 1. Pelaksanaan Webinar

Tahap terakhir, dalam rangkaian pelaksanaan webinar, dilakukan penyerahan sertifikat dan survei online untuk mengevaluasi pemahaman peserta tentang topik yang dibahas



Gambar 2. Sertifikat untuk Narasumber

Dengan tahapan-tahapan ini, webinar dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan aplikatif bagi para peserta, sehingga mereka dapat mengimplementasikan strategi yang efektif dan inovatif dalam pengelolaan bisnis mereka. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam webinar ini tidak hanya berhasil mengumpulkan wawasan berharga dari para ahli tetapi juga memberikan pengalaman belajar yang interaktif dan langsung bagi para peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari webinar ini menunjukkan bahwa inovasi dan transformasi digital memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis di era digital. Salah satu temuan utama adalah pentingnya berfokus pada inovasi yang unik dan kreatif untuk menonjol di pasar yang kompetitif. Sebagai contoh, inovasi produk seperti stiker aromaterapi untuk masker menunjukkan bagaimana kreativitas dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk dan mempertahankan loyalitas konsumen. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen di tengah pandemi.

Selain itu, webinar ini menyoroti pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan dan kolaborasi komunitas dalam proses digitalisasi. Pendekatan ini melibatkan semua pihak yang berkepentingan, dari konsumen hingga mitra bisnis, dalam proses inovasi dan transformasi digital. Hal ini penting untuk memastikan bahwa transformasi digital yang dilakukan diterima dengan baik dan dapat berfungsi dengan efektif dalam jangka panjang. Studi kasus yang dibahas menunjukkan bagaimana perusahaan yang berhasil mengadopsi pendekatan kolaboratif ini mampu mencapai kesuksesan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang kurang melibatkan pemangku kepentingan mereka. Webinar ini

juga menggarisbawahi pentingnya pembelajaran berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan teknologi untuk mencegah keteringgalan seperti yang terjadi pada perusahaan besar seperti Nokia. Inovasi dan pengembangan produk harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar dan tren teknologi untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Seminar ini menegaskan bahwa inovasi dan transformasi digital adalah elemen kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis di era digital. Perusahaan perlu terus berinovasi, tidak hanya dalam hal produk dan layanan tetapi juga dalam cara mereka melibatkan pemangku kepentingan dan komunitas. Dengan fokus pada kreativitas, empati, dan adaptasi terhadap perubahan, perusahaan dapat mempertahankan daya saing mereka di pasar yang dinamis. Selain itu, kolaborasi yang efektif dengan pemangku kepentingan dan komunitas serta penerapan strategi digital yang inovatif dapat memastikan bahwa transformasi digital berjalan sukses dan diterima oleh publik. Untuk itu, penting bagi perusahaan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan teknologi untuk menjaga relevansi dan kesuksesan bisnis di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Christensen, C. M. (2022). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Dull, R. B., Gelinas, U. J., & Wheeler, P. R. (2019). *Accounting Information Systems*. Cengage Learning.
- Gates, B. (2021). *How to Avoid a Climate Disaster: The Solutions We Have and the Breakthroughs We Need*. Knopf.
- Irawan, D., Prabowo, H., Kuncoro, E. A., & Thoha, N. (2022). Operational resilience as a key determinant of corporate sustainable longevity in the Indonesian Jamu industry. *Sustainability*, 14(11), 6431.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kusnanto, E., Rizal, M., & Subhana, A. (2021). Tax Policy Responses to COVID-19 Crisis. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66-73.
- McKinsey & Company. (2021). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*. McKinsey Global Institute.
- Rizal, M., & Heriawan, D. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Likuiditas, Tax Avoidance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan

Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Studia Ekonomika*, 18(2), 29-45.

Rizal, M., & Ruslaini, R. (2022). Analysis of the feasibility of business idea application services online workshop "OT Repair" specifically for tire repair and oil change in the province of DKI Jakarta. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 9(2), 795-802.

Rizal, M., Ruslaini, R., & Kusnanto, E. (2022). Peran Regulasi dalam Mendorong Adopsi Cloud Computing UMKM DKI Jakarta. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 3(1), 130-136.

Ruslaini, R. (2021). Establishing Sustainable Practices on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Advance Indonesia's Economic Growth. *SSRN Electronic Journal*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3787801>