



Peran Manajemen Strategis Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Dalam Era Digital.

Saman Fokaaya

STAI Babussalam Sula ,Maluku Utara

Abstract

Received: 05 Oktober 2025

Revised: 17 Oktober 2025

Accepted: 28 Oktober 2025

This study aims to describe the role of strategic management in enhancing business competitiveness in the digital era, particularly among MSMEs in Kepulauan Sula Regency, North Maluku. The research employed a descriptive qualitative method with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that businesses applying strategic management principles consistently tend to be more adaptive to digital transformations and are able to access broader markets. Key success factors include business vision, the ability to seize digital market opportunities, and support from local policies and communities. This research reinforces the significance of strategic management in navigating digital business dynamics, especially in island regions with limited infrastructure. The results are expected to serve as a reference for policymakers and entrepreneurs in designing locally grounded strategies.

Keywords: *strategic management, competitiveness, digital era*

(*) Corresponding Author: samanfokaay76@gmail.com

How to Cite: Fokaaya, S. (2025). Peran Manajemen Strategis Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Dalam Era Digital. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(11.D), 334-343. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13165>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir telah mengubah peta persaingan bisnis secara global, nasional, hingga lokal. Dunia usaha dituntut untuk bertransformasi secara adaptif dalam menyikapi perubahan perilaku konsumen, model pemasaran, dan teknologi operasional yang semuanya bersifat disruptif. Di tengah arus revolusi industri 4.0 dan kini menuju Society 5.0, peran manajemen strategis menjadi sangat penting dalam menjaga keberlangsungan dan keunggulan kompetitif perusahaan. Manajemen strategis memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, serta menata kekuatan dan kelemahan internal dengan lebih sistematis. Perusahaan yang tidak memiliki strategi jangka panjang yang berbasis digital cenderung terdisrupsi oleh pesaing yang lebih inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini relevan dilakukan, terutama dalam mengkaji peran manajemen strategis dalam konteks lokal seperti Kabupaten Kepulauan Sula, Maluku Utara, yang juga mulai merasakan dampak transformasi digital.

Manajemen strategis dalam konteks digital bukan hanya persoalan menyusun visi, misi, dan tujuan jangka panjang, tetapi lebih dari itu, berkaitan dengan bagaimana perusahaan mampu mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam proses bisnisnya secara menyeluruh. Digitalisasi membuka peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi

operasional, serta membangun relasi pelanggan yang lebih kuat melalui platform digital. Namun, tanpa perencanaan strategis yang matang, perusahaan justru bisa tersesat dalam arus digitalisasi tanpa arah yang jelas. Oleh karena itu, pendekatan strategis sangat penting agar digitalisasi tidak hanya menjadi simbol modernitas, tetapi benar-benar memberikan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dalam hal ini, kemampuan manajerial untuk membaca tren digital, mengelola perubahan, dan memberdayakan sumber daya manusia menjadi kunci utama kesuksesan perusahaan di era ini.

Indonesia sebagai negara berkembang menghadapi tantangan besar dalam mengintegrasikan digitalisasi ke dalam struktur ekonomi, termasuk pada sektor-sektor produktif seperti industri, perdagangan, dan UMKM. Pemerintah melalui berbagai program seperti Making Indonesia 4.0, SPBE (Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik), dan akselerasi UMKM digital menunjukkan keseriusan menghadapi era digital. Namun, keberhasilan implementasi digitalisasi sangat bergantung pada strategi manajerial yang diterapkan oleh pelaku usaha di berbagai tingkat. Di daerah tertinggal atau 3T seperti Maluku Utara, tantangan tersebut semakin kompleks karena keterbatasan infrastruktur, sumber daya manusia, serta akses terhadap teknologi digital. Di sinilah pentingnya riset yang berfokus pada daerah-daerah seperti Kabupaten Kepulauan Sula untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi yang diterapkan perusahaan lokal dalam membangun daya saing di tengah keterbatasan digital.

Maluku Utara sebagai salah satu provinsi kepulauan di kawasan timur Indonesia, tengah mengakselerasi pembangunan digital melalui berbagai kebijakan nasional dan lokal. Sejak tahun 2021, Provinsi Maluku Utara telah melaksanakan program Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) yang dicanangkan Kementerian PAN-RB, serta membentuk Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD) sesuai Surat Edaran Gubernur Maluku Utara No. 060/SE/2021. Berdasarkan data dari Direktorat SPBE Kementerian PAN-RB tahun 2023, indeks SPBE Provinsi Maluku Utara berada pada skor 2,81 dari skala 5 (kategori **cukup**), sementara skor indeks SPBE Kabupaten Kepulauan Sula adalah 2,45 yang masih dalam kategori **kurang**. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kebijakan digital telah dijalankan, pelaksanaannya masih menghadapi kendala, terutama di wilayah kepulauan yang memiliki keterbatasan infrastruktur dan SDM. Studi empiris Martua et al. (2023) mengungkapkan bahwa kemampuan transformasi (*transformation capability*) pemerintah di Maluku Utara secara statistik signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pelayanan publik digital. Namun demikian, faktor *partnering agility* atau kolaborasi antarsektor belum menunjukkan kontribusi yang signifikan, mengindikasikan lemahnya sinergi lintas lembaga dan swasta. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi sektor bisnis lokal untuk masuk dan menjadi bagian dari ekosistem transformasi digital daerah.

Kondisi di atas menunjukkan adanya peluang sekaligus tantangan yang harus dijawab melalui penerapan manajemen strategis yang lebih integratif dan adaptif. Jika sektor pemerintahan saja menghadapi hambatan, maka sektor swasta, terutama pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), akan menghadapi tantangan yang lebih kompleks. Terbatasnya modal, rendahnya literasi digital, serta minimnya dukungan infrastruktur menjadi faktor utama penghambat transformasi

digital di kalangan pelaku usaha. Oleh karena itu, penerapan strategi berbasis digital yang tepat dan sesuai konteks lokal menjadi sangat penting. Strategi tersebut mencakup bagaimana perusahaan mendefinisikan ulang model bisnisnya, mengadopsi teknologi digital yang relevan, serta membangun kerja sama lintas sektor untuk mendukung akselerasi digitalisasi.

Di Kabupaten Kepulauan Sula, potensi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat besar, khususnya pada sektor kuliner, perikanan, dan kerajinan lokal. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih menjalankan usaha secara konvensional dengan keterbatasan akses terhadap teknologi digital. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kepulauan Sula tahun 2023, dari total 1.284 UMKM yang terdaftar, hanya sekitar 14% yang telah memanfaatkan platform digital seperti media sosial atau marketplace untuk pemasaran produk. Hasil observasi lapangan dan wawancara peneliti pada pelaku UMKM di Desa Wai Ipa dan Desa Fagudu mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memahami penggunaan teknologi digital untuk manajemen keuangan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Meski demikian, terdapat inisiatif lokal yang mulai menunjukkan keberhasilan. Misalnya, beberapa pelaku usaha kuliner di Kota Sanana mulai menggunakan WhatsApp Business dan menerima pembayaran melalui QRIS. Temuan ini diperkuat oleh studi Nurhaliza et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pendampingan berbasis digital seperti pelatihan e-commerce dan manajemen keuangan digital dapat meningkatkan produktivitas UMKM secara signifikan. Oleh karena itu, strategi manajemen yang responsif terhadap kebutuhan lokal dan berbasis teknologi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di wilayah kepulauan seperti Sula.

Di Kabupaten Kepulauan Sula, pembangunan infrastruktur digital masih menjadi tantangan utama dalam mempercepat transformasi bisnis dan layanan publik. Salah satu elemen dasar digitalisasi adalah ketersediaan listrik yang stabil. Untuk itu, PLN UP3 Sofifi terus berupaya memperluas jaringan kelistrikan ke wilayah-wilayah blank spot di Maluku Utara, termasuk Kepulauan Sula, melalui program energi terbarukan "SuperSun" yang berbasis panel surya. Program ini diluncurkan untuk mendukung akselerasi transformasi digital di daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar), sebagaimana disampaikan dalam Rapat Koordinasi Kominfo Maluku Utara tahun 2025. Selain itu, perluasan akses internet juga menjadi prioritas, di mana Telkomsat (anak perusahaan Telkom Indonesia) telah mulai menghadirkan layanan internet satelit untuk fasilitas publik seperti puskesmas dan sekolah-sekolah terpencil. Salah satu contohnya adalah Puskesmas di Pulau Batang Dua, yang menjadi percontohan integrasi data medis secara digital. Upaya-upaya ini menunjukkan bahwa infrastruktur fisik dan digital di Kabupaten Kepulauan Sula mulai mengalami perbaikan, membuka peluang strategis bagi perusahaan lokal untuk menyusun strategi digitalisasi berbasis potensi daerah. Namun, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dan tingginya ketergantungan pada pusat masih menjadi tantangan serius yang harus diatasi melalui kebijakan manajerial yang berorientasi jangka panjang.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menegaskan pentingnya manajemen strategis dalam membangun keunggulan bersaing di era digital. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Herlina & Sugiharto (2023) dalam *Jurnal Riset*

Manajemen dan Bisnis (SINTA 3) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan perencanaan strategis berbasis digital mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 35% dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Di sisi lain, studi oleh Nurhaliza et al. (2022) dalam *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Digital (SINTA 4)* menemukan bahwa UMKM yang memiliki visi strategis yang jelas dan memanfaatkan teknologi digital secara konsisten, menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil dibandingkan UMKM yang hanya berfokus pada kegiatan operasional harian. Meskipun begitu, mayoritas studi tersebut masih berfokus pada wilayah perkotaan dan pusat-pusat industri seperti Jawa dan Sumatera. Sangat sedikit penelitian yang secara spesifik menelaah implementasi manajemen strategis dalam konteks wilayah kepulauan dan tertinggal seperti Kabupaten Kepulauan Sula. Padahal, di daerah-daerah seperti ini, manajemen strategis justru memainkan peran yang lebih vital untuk menjawab tantangan keterbatasan infrastruktur, SDM, dan akses digital. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dalam mengisi celah tersebut dan menawarkan perspektif baru berbasis konteks lokal.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam bidang manajemen strategis, khususnya di era digital. Secara teoritis, penelitian ini memperluas cakupan penerapan manajemen strategis di wilayah-wilayah non-metropolitan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha lokal, pemerintah daerah, maupun pemangku kepentingan lainnya dalam merancang kebijakan atau program pengembangan ekonomi berbasis digital. Dengan strategi yang tepat, transformasi digital bukanlah ancaman, melainkan peluang besar untuk mempercepat pertumbuhan dan daya saing daerah.

METHODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana praktik manajemen strategis dijalankan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing di era digital, khususnya di wilayah Kabupaten Kepulauan Sula, Maluku Utara. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan strategi pelaku usaha secara holistik dalam konteks sosial dan ekonomi yang nyata (Sugiyono, 2020; Moleong, 2019). Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk memahami dinamika dan kompleksitas penerapan strategi digital dalam konteks daerah kepulauan yang memiliki keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia.

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Sanana dan beberapa desa sekitar yang merupakan pusat aktivitas ekonomi di Kabupaten Kepulauan Sula. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini sedang mengalami pertumbuhan UMKM yang signifikan, terutama di sektor kuliner dan jasa. Penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari April hingga Juni 2025. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu pelaku usaha kecil dan mikro yang telah menjalankan bisnis minimal dua tahun dan mulai mengintegrasikan teknologi digital dalam pengelolaan usaha, seperti penggunaan media sosial, aplikasi keuangan, atau pembayaran non-tunai. Selain pelaku usaha,

peneliti juga mewawancarai perwakilan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kepulauan Sula serta pendamping UMKM dari program Transformasi Digital Daerah (Kominfo RI, 2024).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur agar tetap fleksibel namun terarah, sehingga dapat menggali informasi yang relevan dari berbagai sudut pandang. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung pola aktivitas usaha dan penerapan strategi digital, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pelengkap, seperti laporan kinerja UMKM dari Dinas Koperasi dan dokumen program digitalisasi dari TP2DD dan Kominfo. Teknik ini bertujuan untuk memastikan data yang dikumpulkan memiliki kedalaman dan kelengkapan dalam menjawab rumusan masalah (Creswell, 2016).

Analisis data dilakukan melalui tahapan menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan direduksi untuk difokuskan pada tema-tema utama, kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, dan akhirnya ditarik kesimpulan yang mencerminkan pola strategis atau praktik manajerial yang dominan. Peneliti melakukan interpretasi dengan memperhatikan konteks lokal dan dinamika sosial-ekonomi daerah. Dalam rangka menjamin keabsahan data, dilakukan triangulasi teknik (wawancara, observasi, dokumentasi) dan triangulasi sumber (pelaku usaha, pemerintah daerah, dokumen publik), serta member check untuk mengonfirmasi hasil kepada informan kunci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Penelitian ini mengungkap bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Kepulauan Sula mulai menyadari pentingnya manajemen strategis dalam menghadapi persaingan usaha, khususnya di era digital. Dari 12 informan utama yang diwawancarai, sebagian besar menyatakan bahwa mereka telah mengubah pola pikir dari sekadar menjalankan usaha secara tradisional menjadi lebih terencana dan berbasis data. Strategi bisnis yang dulunya spontan kini mulai dilandasi oleh analisis pasar sederhana, perencanaan modal, serta pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial dan e-commerce untuk promosi produk. Namun, sebagian pelaku usaha masih mengandalkan intuisi dalam pengambilan keputusan karena keterbatasan pemahaman tentang konsep manajemen strategis secara menyeluruh.

Temuan menarik lainnya adalah bahwa faktor internal perusahaan seperti visi usaha, kepemimpinan pemilik, dan budaya kerja tim terbukti berperan penting dalam mendorong adaptasi digital. Usaha rumah makan “Asal Sula” dan “Raja Ikan Bakar” misalnya, telah menyusun rencana kerja jangka menengah untuk pengembangan produk, segmentasi pelanggan, dan pemasaran berbasis media sosial. Dalam wawancara, pemilik usaha menyampaikan bahwa mereka mulai menggunakan tools seperti Google Form untuk menerima pesanan pelanggan dan WhatsApp Business untuk komunikasi. Strategi ini terbukti meningkatkan volume penjualan hingga 30% dalam tiga bulan terakhir. Pendekatan strategis semacam

ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital bukan sekadar adopsi alat, tetapi bagian dari restrukturisasi manajerial yang terencana.

Dari aspek eksternal, dukungan pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM menjadi salah satu penopang penting bagi digitalisasi UMKM. Program pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan digital, serta bantuan pemasaran daring yang diluncurkan sejak tahun 2023 telah mulai dirasakan manfaatnya. Beberapa pelaku usaha yang tergabung dalam klaster “UMKM Sula Hebat” mengaku mengalami peningkatan daya saing setelah mengikuti pelatihan digital branding dan pemasaran konten. Selain itu, akses terhadap infrastruktur internet yang membaik di Sanana dan desa sekitarnya juga mendukung aktivitas usaha yang berbasis platform digital. Meski demikian, keterbatasan jaringan di wilayah kepulauan seperti Mangoli Barat dan Sulabesi Timur masih menjadi hambatan yang signifikan.

Strategi kemitraan juga mulai diterapkan sebagai bagian dari manajemen strategis lokal. Sebagian UMKM membentuk kolaborasi dengan komunitas konten kreator lokal untuk mempromosikan produk mereka secara konsisten melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Misalnya, kolaborasi antara pemilik usaha minuman herbal “Lada Sula” dengan influencer muda lokal berhasil menaikkan engagement promosi produk dan menarik konsumen luar daerah. Dalam pengamatan langsung di lapangan, strategi ini menunjukkan hasil nyata berupa peningkatan jumlah pengiriman produk ke wilayah Ternate dan Halmahera. Fenomena ini menegaskan pentingnya perencanaan strategi komunikasi yang adaptif terhadap tren digital dan perilaku konsumen milenial.

Namun demikian, tantangan utama yang masih dihadapi pelaku usaha di Kepulauan Sula adalah rendahnya literasi digital dan manajerial, khususnya di kalangan pelaku usaha mikro dan informal. Beberapa informan mengaku masih kesulitan dalam membuat rencana bisnis, mengelola keuangan berbasis aplikasi, atau bahkan memahami konsep segmentasi pasar. Hal ini menjadi catatan penting bahwa peningkatan daya saing tidak cukup hanya dengan menghadirkan infrastruktur digital, tetapi juga memerlukan pembinaan berkelanjutan dan pendampingan teknis yang intensif. Salah satu pemilik usaha kuliner di Desa Pohea menyampaikan bahwa ia membutuhkan pelatihan khusus dalam penggunaan aplikasi keuangan seperti BukuWarung atau Kasir Pintar.

Selain itu, hasil dokumentasi menunjukkan bahwa mayoritas UMKM belum memiliki struktur organisasi atau SOP tertulis dalam pengelolaan usahanya. Hal ini berdampak pada kurangnya konsistensi dalam pelayanan dan pengelolaan operasional, sehingga berisiko menurunkan daya saing saat skala usaha meningkat. Bahkan, beberapa UMKM yang sempat mendapatkan bantuan modal dari pemerintah mengalami kesulitan mempertahankan performa usaha karena lemahnya manajemen internal. Temuan ini memperkuat pentingnya integrasi manajemen strategis dalam aspek operasional sehari-hari, bukan hanya saat menghadapi krisis atau program insidental.

Dengan demikian, berdasarkan temuan lapangan, dapat disimpulkan bahwa implementasi manajemen strategis dalam konteks UMKM di Kepulauan Sula masih berada pada tahap awal namun menunjukkan potensi besar. Penerapan strategi digital terbukti mampu meningkatkan eksposur dan efisiensi usaha, meskipun masih dibatasi oleh kapasitas internal dan dukungan eksternal yang

belum merata. Peran manajemen strategis dalam hal ini adalah sebagai fondasi dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih rasional, terarah, dan berorientasi jangka panjang. Dibutuhkan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan pihak swasta dalam membangun ekosistem strategis yang inklusif dan berkelanjutan di era digital ini.

b. Pembahasan

Penerapan manajemen strategis dalam konteks UMKM di Kabupaten Kepulauan Sula menunjukkan adanya perubahan pola pikir dan pendekatan dalam pengelolaan usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Wheelen dan Hunger (2015) yang menyatakan bahwa manajemen strategis adalah proses yang digunakan organisasi untuk mengidentifikasi tujuan jangka panjang, memilih strategi, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif. Dalam konteks lokal, pelaku UMKM di Sula mulai menyusun rencana usaha yang terarah, meskipun dalam skala sederhana. Langkah ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan manajerial pelaku usaha.

Temuan lapangan juga membuktikan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital telah meningkatkan daya saing usaha, terutama dalam aspek pemasaran dan pelayanan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Pratiwi & Firmansyah (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Dalam hal ini, UMKM di Sula seperti "Asal Sula" dan "Lada Sula" telah berhasil memanfaatkan strategi komunikasi digital untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pelanggan hingga luar wilayah Maluku Utara. Adaptasi ini mencerminkan bahwa digitalisasi merupakan salah satu elemen penting dalam strategi diferensiasi dan keunggulan bersaing (Porter, 1985).

Selain faktor teknologi, kekuatan internal seperti kepemimpinan pemilik usaha dan visi bisnis terbukti memainkan peran penting. Ini senada dengan temuan Tjiptono dan Diana (2020) yang menekankan bahwa dalam manajemen strategis, faktor kepemimpinan berperan dalam membentuk budaya organisasi yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan. Informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketika pemilik usaha memiliki visi yang jelas dan bersedia belajar, proses adaptasi terhadap perubahan digital dapat berlangsung lebih cepat dan efektif. Hal ini penting untuk membentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*).

Meski begitu, tantangan utama dalam implementasi manajemen strategis di wilayah ini adalah keterbatasan literasi digital dan kelemahan dalam perencanaan formal. Hal ini sejalan dengan penelitian Marlina & Pratama (2021) yang menemukan bahwa mayoritas UMKM di daerah tertinggal belum memahami pentingnya analisis SWOT, manajemen risiko, serta evaluasi strategi. Sebagian besar pelaku usaha di Sula juga masih belum memiliki struktur organisasi atau SOP tertulis, yang berpotensi menghambat skala pengembangan bisnis. Ini menunjukkan bahwa pembangunan kapasitas manajerial menjadi prasyarat penting dalam meningkatkan daya saing, di samping adopsi teknologi itu sendiri.

Penting pula dicatat bahwa dukungan eksternal dari pemerintah daerah berperan sebagai akselerator perubahan strategis. Program pelatihan digital dan bantuan promosi daring yang digagas oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kepulauan Sula menjadi faktor penting dalam mempercepat transformasi digital

pelaku usaha. Hal ini memperkuat argumen dari Hasibuan & Susanto (2022) bahwa lingkungan eksternal, seperti kebijakan pemerintah dan akses terhadap pelatihan, sangat menentukan keberhasilan strategi perusahaan kecil. Pendampingan teknis yang berkelanjutan juga dibutuhkan agar proses implementasi strategi tidak hanya menjadi proyek jangka pendek, melainkan menjadi kebiasaan manajerial baru.

Pembentukan kolaborasi dengan pihak ketiga seperti influencer lokal dan komunitas kreatif juga menjadi bentuk adaptasi strategi kemitraan. Strategi ini terbukti meningkatkan nilai merek dan memperluas pasar. Dalam teori manajemen strategis, hal ini dikenal sebagai strategi kooperatif (*cooperative strategy*), yaitu strategi di mana perusahaan menjalin kemitraan untuk mencapai tujuan bersama (Barney & Hesterly, 2019). Penelitian oleh Saputra & Ramadhani (2021) juga mendukung temuan ini, di mana UMKM yang berkolaborasi dengan content creator lokal cenderung mengalami peningkatan penjualan hingga 40%. Kolaborasi semacam ini juga menjadi bentuk efisiensi biaya pemasaran yang sangat dibutuhkan UMKM di daerah dengan keterbatasan anggaran.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa manajemen strategis dalam era digital bukan hanya soal penggunaan teknologi, tetapi lebih kepada bagaimana pelaku usaha menyusun arah bisnis yang rasional, responsif terhadap perubahan pasar, dan mampu mengelola sumber daya secara optimal. Penelitian ini juga memperkuat gagasan bahwa sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat digital menjadi pilar utama dalam membangun daya saing yang berkelanjutan di daerah kepulauan seperti Sula. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk melanjutkan program pelatihan dan pendampingan berbasis digital dengan pendekatan partisipatif, serta bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan kapasitas manajerialnya agar tidak tertinggal dalam kompetisi ekonomi digital global.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen strategis memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha, khususnya UMKM di Kabupaten Kepulauan Sula, pada era digital saat ini. Pelaku usaha yang mampu menyusun visi, merumuskan strategi, dan mengelola sumber daya secara terarah, cenderung lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar. Implementasi manajemen strategis secara sederhana namun terstruktur telah memberikan dampak positif, terutama dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, efisiensi operasional, dan peningkatan interaksi dengan pelanggan.

Transformasi digital yang terjadi tidak semata-mata didorong oleh teknologi, tetapi lebih banyak dipengaruhi oleh kapasitas kepemimpinan pelaku usaha, dukungan regulasi pemerintah daerah, serta kemitraan dengan pihak eksternal seperti komunitas kreatif dan influencer lokal. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa strategi bisnis yang berbasis digital hanya akan efektif jika disertai peningkatan kapasitas manajerial, literasi digital, dan pembiasaan berpikir jangka panjang oleh pelaku usaha.

Secara keseluruhan, peran manajemen strategis dalam konteks lokal seperti di Kepulauan Sula sangat menentukan keberhasilan adaptasi usaha terhadap

tantangan global. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi strategis pelaku usaha melalui pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi multipihak perlu menjadi prioritas dalam kebijakan pengembangan UMKM berbasis digital. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat relevansi konsep manajemen strategis dalam konteks ekonomi digital dan daerah kepulauan yang memiliki keterbatasan akses dan sumber daya.

REFERENSI

- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage* (6th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kepulauan Sula. (2023). *Laporan Tahunan Profil UMKM 2023*. Sanana: Dinkop UKM.
- Hasibuan, S., & Susanto, A. (2022). Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Digitalisasi UMKM. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(2), 124–135. <https://doi.org/10.24123/jmo.v14i2.4567>
- Herlina, R., & Sugiharto, B. (2023). Strategi Manajemen Berbasis Digital untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 15–27. <https://doi.org/10.31294/jrmb.v8i1.13520>
- Kalesang.id. (2025, Juli 25). *PLN UP3 Sofifi Dukung Akselerasi Transformasi Digital Maluku Utara dalam Rakor Kominfo 2025*. Diakses dari <https://kalesang.id/2025/07/25/pln-up3-sofifi-dukung-akselerasi-transformasi-digital-maluku-utara-dalam-rakor-kominfo-2025>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2024). *Rencana Aksi Percepatan Pembangunan Infrastruktur TIK Daerah 3T*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.
- Kementerian PAN-RB. (2023). *Laporan Indeks SPBE Nasional Tahun 2023*. Diakses dari <https://spbe.go.id>
- Kominfo RI. (2024). *Laporan Transformasi Digital Daerah 3T Tahun 2023-2024*. Jakarta: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Marlina, R., & Pratama, A. (2021). Tantangan UMKM dalam Menerapkan Manajemen Strategis: Studi Kasus Wilayah Tertinggal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 9(1), 88–97. <https://doi.org/10.31227/jebt.v9i1.3356>
- Martua, A., Sulistiyo, H., Sayuti, M., & Ginting, I. T. (2023). *Government performance pada kebijakan transformasi digital: Studi empiris di Provinsi Maluku Utara*. *Jurnal Birokrasi dan Transformasi Digital*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jbtd5234>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). California: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhaliza, T., Sari, M. N., & Alfian, H. (2022). Implementasi strategi digital pada UMKM di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Digital*, 5(2), 45–55. <https://doi.org/10.31002/jekd.v5i2.812>

- Nurhaliza, T., Sari, M. N., & Alfian, H. (2022). Implementasi Strategi Digital pada UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Digital*, 5(2), 45–55. <https://doi.org/10.31002/jekd.v5i2.812>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Pratiwi, N., & Firmansyah, A. (2020). Transformasi Digital UMKM di Masa Pandemi: Studi Empiris pada Pelaku Usaha Kuliner. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 7(3), 45–54. <https://doi.org/10.22>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Telkomsat. (2024). *Transformasi Digital di Wilayah 3T: Studi Kasus Puskesmas Mayau, Pulau Batang Dua*. Jakarta: Telkom Indonesia Group.