



Transformasi Digital sebagai Tantangan dan Peluang dalam Menciptakan Bisnis Startup yang Inovatif

Deny Setyawan¹, Sishadiyati²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Abstract

Received: 20 Oktober 2023
Revised : 26 Oktober 2023
Accepted: 01 November 2023

Perkembangan teknologi ini menjadi tantangan dan juga peluang bagi pelaku bisnis apalagi dalam hal proses penciptaan bisnis start up. Pentingnya berinovasi dan berkreasi di era revolusi industri 4.0 kita dituntut harus menjadi lebih pintar dalam inovasi agar mendapatkan manfaat tertinggi dari teknologi baru yang sedang berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami transformasi digital dalam penciptaan bisnis start up yang inovatif. Dalam kepenulisan artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan melakukan pencarian literatur secara nasional maupun internasional dengan memberdayakan database dari berbagai literatur seperti jurnal, ataupun buku. Transformasi digital melibatkan semua perusahaan dan terlebih lagi dunia startup, yang semakin menjadi pendorong yang merangsang dan mendorong organisasi besar untuk berubah dan merangkul peluang revolusi teknologi dengan pendekatan win-win solution.
Transformasi Digital, Startup, Inovasi

Kata Kunci:

(*) Corresponding Author:

20011010165@student.upnjatim.ac.id

How to Cite: Setyawan, D., & Sishadiyati. (2023). Transformasi Digital sebagai Tantangan dan Peluang dalam Menciptakan Bisnis Startup yang Inovatif. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10074951>

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi revolusi digital, pemerintah nasional dan daerah semakin mendefinisikan digitalisasi sebagai prioritas strategis dan menyiapkan inisiatif skala besar untuk mendorong transformasi digital ilmu pengetahuan, industri, dan masyarakat. Saat melakukannya, mereka meningkatkan kesadaran publik dan memperkenalkan skema pendanaan penelitian dan model kolaborasi baru. Digitalisasi juga menciptakan peluang lebih lanjut untuk terlibat dalam kolaborasi penelitian dengan industri. Dengan kehadiran teknologi digital di mana-mana, perusahaan merasa terjebak dalam cara kerja tradisional mereka dan mendekati universitas lebih sering untuk proyek inovasi dalam penelitian dan pengajaran.

Dalam hal ini mahasiswa sebagai penduduk asli digital dan peneliti untuk memberikan pandangan dari luar ke dalam peluang digital di industri mereka dan membantu mereka untuk berinovasi dan mengembangkan model, produk, dan layanan bisnis digital. Terakhir, teknologi menjadi semakin ramah pengguna dan dapat diakses oleh para peneliti, dan layanan cloud menyediakan akses berbiaya rendah ke infrastruktur TI yang sangat kuat. Karena hambatan masuk untuk mengimplementasikan konsep inovatif melalui prototipe berdasarkan teknologi terbaru semakin berkurang, ide dan hasil penelitian dapat lebih mudah ditunjukkan. Hal ini memungkinkan seseorang untuk membuat penelitian menjadi lebih nyata, untuk menguji dan mengumpulkan umpan balik tentang ide penelitian, untuk mengevaluasi prototipe penelitian dengan komunitas pengguna yang lebih besar,

dan untuk menutup kesenjangan antara penelitian, pengembangan produk, dan komersialisasi.

Dalam menghadapi revolusi digital, pemerintah nasional dan daerah semakin mendefinisikan digitalisasi sebagai prioritas strategis dan menyiapkan inisiatif skala untuk mendorong transformasi digital ilmu pengetahuan, industri, dan masyarakat. Digitalisasi dapat dianggap sebagai *commo denominator* disiplin kita, bukan fenomena yang benar-benar baru. Meskipun eksploitasi teknologi digital adalah inti dari disiplin kami sendiri, banyak komunitas peneliti lainnya dengan cepat merangkul digitalisasi, seringkali mengabaikan teori, konsep, atau pendekatan sebelumnya dari bidang ini.

Perkembangan teknologi ini menjadi tantangan dan juga peluang bagi pelaku bisnis apalagi dalam hal proses penciptaan bisnis *start up*. *Start up* diartikan sebagai perusahaan baru (*rintisan*) yang didirikan oleh kurang dari dua puluh orang pegawai dimana bentuk bisnisnya ini dioperasikan secara digital. *Startup* bisnis mampu menciptakan dan menumbuhkan peluang dengan membawa inovasi baru bagi para generasi muda milenial yang mampu dan memiliki hasrat beradaptasi serta mengubah mekanisme dari bentuk model pasar tradisional ke dalam pasar virtual. Seiring berjalannya waktu model bisnis tradisional bertransformasi ke dalam model bisnis berbasis online serta inventaris digantikan oleh informasi atau barang fisik digantikan dengan produk digital. Sedangkan dalam dunia digital ini, bentuk pemasaran wahib dipahami secara digital, yang dilakukan melalui *smartphone* dan aplikasi pendukung lainnya.

Pentingnya berinovasi dan berkreasi di era revolusi industri 4.0 kita dituntut harus menjadi lebih pintar dalam inovasi agar mendapatkan manfaat tertinggi dari teknologi baru yang sedang berkembang. Secara umum inovasi adalah suatu proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk/sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami transformasi digital dalam penciptaan bisnis *start up* yang inovatif. Maka dari itu peneliti memilih judul **“Transformasi Digital sebagai Tantangan dan Peluang dalam Menciptakan Bisnis Startup yang Inovatif”**.

METODE

Dalam kepenulisan artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan melakukan pencarian literatur secara nasional maupun internasional dengan memberdayakan database dari berbagai literatur seperti jurnal, ataupun buku. Metode ini memberikan output berupa data dan penjabaran mengenai penemuan yang dijadikan contoh sebagai kajian penelitian untuk membuat ataupun Menyusun pembahasan dari permasalahan yang diteliti (Andriani, 2021). Dalam penggunaan metode yang diambil dari beberapa jurnal yang telah dikumpulkan oleh peneliti, kemudian ditelaah dan ditarik kesimpulannya untuk dapat disajikan dalam bentuk hasil dan pembahasan yang baik dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital adalah konsep yang relatif baru yang kini menjadi semakin penting dalam bidang strategi bisnis. Manajer perusahaan memiliki tantangan besar untuk tahun-tahun mendatang: bagaimana seharusnya mereka menyesuaikan bisnis mereka dengan ekonomi digital baru? Digital transformasi adalah fenomena yang mempengaruhi organisasi, model bisnis dan keterampilan mereka secara horizontal; dia tidak cukup untuk mengimplementasikan solusi stop-gap atau make-up. Menerapkan transformasi digital menyeluruh menyiratkan memberikan pengguna dan pelanggan pengalaman yang mereka miliki sekarang membutuhkan di semua tingkat organisasi dan, pada saat yang sama, meningkatkan daya saing perusahaan kami untuk memenuhi yang baru ancaman dan pemain dengan mengembangkan bakat internal dan eksternal. Singkatnya, transformasi digital adalah titik temu antara peluang teknologi dan bisnis baru dan model pertumbuhan. September lalu,

Forbes menerbitkan sebuah artikel yang menunjukkan meningkatnya tingkat penetrasi konsep digital transformasi di A.S. 90% CEO mempertimbangkan hal itu Ekonomi Digital akan berdampak besar pada industri mereka, meskipun hanya 25% perusahaan yang memiliki rencana untuk mengembangkannya proyek transformasi digital dan bahkan kurang –15%– sudah menerapkan strategi yang komprehensif.

Semua orang tahu bahwa ini adalah perubahan yang tak terhentikan dan memahami kebutuhan untuk terlibat dalam proses ini. Namun, perusahaan dihadapkan pada dilema penting: bagaimana seharusnya mereka memulai transformasi digital ini? Dalam konteks ini, organisasi perlu menemukan kembali diri mereka sendiri, tidak hanya menyesuaikan pasokan mereka dengan permintaan baru, tetapi juga untuk bersaing dengan perusahaan yang sedang berkembang pesat dan signifikan didirikan untuk menempati setiap ceruk pasar baru. Startup memiliki keunggulan yang jelas dalam lingkungan yang kompetitif ini: mereka mengubah ranah digital menjadi sekutu yang kuat dan juga memiliki tidak ada warisan, baik birokratis maupun batasan perusahaan yang khas berdiri di jalan mereka. Inovasi dan adopsi baru teknologi adalah aspek kunci untuk setiap startup. Dua faktor itu mempromosikan dan mendorong pertumbuhan yang cepat, meminimalkan risiko di mereka proses dan membantu mereka membangun hubungan yang langgeng dengan mereka penonton. Dengan demikian, mereka menjadi korporasi yang kuat pada khususnya ceruk pasar

Menurut penelitian yang dilakukan oleh MIT Center for Digital Business, perusahaan yang menerapkan transformasi digital 26% lebih kuat dari pesaingnya dan memiliki faktor pertumbuhan 12% lebih tinggi. Oleh karena itu, sangat penting bagi para pemula untuk menggunakan teknologi baru dan menjadi inovatif. Berikut bagaimana transformasi digital dapat membawa lebih banyak manfaat bagi perusahaan-perusahaan ini:

- meningkatkan pengalaman pelanggan;
- memfasilitasi manajemen bisnis;
- mengembangkan saluran baru;
- mengurangi biaya operasional;
- memungkinkan proses perencanaan secara real time.

Berinvestasi dalam transformasi digital adalah tujuan setiap perusahaan atau start-up yang ingin meningkatkan bisnisnya secara efektif. Mereka yang sudah memulai transformasi digital telah melihat manfaatnya. Alasan mengapa berinvestasi dalam transformasi digital menjadi penting terkait dengan revolusi digital, yang telah mengubah masyarakat secara radikal. Alasan bagus untuk berinvestasi dalam transformasi digital adalah agar tidak tertinggal dari persaingan. Pesaing sudah beradaptasi dengan inovasi dan perubahan digital karena mereka telah menyadari manfaat yang dapat ditawarkan oleh transformasi digital. Oleh karena itu, langkah terbaik untuk mencapai hasil nyata dan tidak ketinggalan adalah mengadopsi strategi kompetitif dan merangkul transformasi digital dengan keyakinan.

Start-up memainkan peran kunci dalam pengembangan dan inovasi perusahaan besar menghadapi transformasi digital. Mempertimbangkan manfaat bagi organisasi besar, hubungan dengan start-up secara bertahap mulai dianggap sebagai prioritas dan telah dikodifikasikan: pengembangan gagasan inovasi terbuka, penggandaan inisiatif untuk menyatukan aktor eksternal, akuisisi start-up, pelatihan manajemen puncak, pengembangan alat untuk mengukur inovasi, implementasi modul intrapreneurship, dan lain lain.

Perusahaan besar telah menyadari bahwa daya saing mereka bergantung pada kemampuan mereka untuk menemukan pendorong pertumbuhan baru melalui hubungan yang lebih dekat dengan para pemain inovatif yang mampu menantang aset internal mereka yang secara fisiologis mungkin menerima status quo. Pemasaran dan komunikasi adalah kunci keberhasilan startup. Peluncuran startup di pasar tidak lepas dari penataan yang tepat dari jalur komunikasi terintegrasi yang bertindak sebagai penghubung antara startup start up dan pasar. Inovasi yang mencirikan jenis bisnis ini juga harus mempengaruhi komunikasi yang akan dilaksanakan, sehingga gaya informal dan cepat harus diutamakan, dengan penggunaan berbagai saluran komunikasi dan platform sosial.

Saat ini, lebih dari sebelumnya, start-up harus siap menghadapi perubahan apa pun dan menerima tantangan baru apa pun. Berikut merupakan aspek-aspek utama yang harus mereka pertimbangkan agar berhasil:

- Memperoleh kesadaran: dalam hal ini perlu memahami tren baru dan menyadari teknologi baru. Anda juga harus mempertanyakan model bisnis dengan maksud untuk transformasi digital yang berkelanjutan;
- Eksperimen untuk dipelajari: penting untuk membangun ekosistem, aliansi, dan kemitraan. Mereka harus mengadopsi pendekatan prototipe, membuat tim yang mandiri dan gesit;
- Meningkatkan aktivitas untuk melipatgandakan dampak: mendesain ulang model bisnis dengan memilih untuk meningkatkan pengaturan saat ini atau membuat spin-off.

Untuk mendapatkan hasil besar maka perusahaan dapat diubah secara digital, melalui :

- Langkah pertama adalah memahami fakta bahwa transformasi digital tidak hanya melibatkan teknologi, tetapi juga kepemimpinan, seperti yang ditunjukkan oleh peneliti ilmiah MIT's Initiative on the Digital Economy,

George Westerman. Dukungan para pemimpin yang menumbuhkan budaya perubahan dan inovasi merupakan elemen kunci bagi setiap organisasi.

- Langkah kedua secara langsung memengaruhi keahlian dan budaya internal organisasi: pendekatan kewirausahaan harus dikembangkan di dalam perusahaan. Berinovasi dengan cara yang dinamis, fleksibel, dan gesit dapat dilakukan di perusahaan mana pun.
- Poin ketiga berkaitan dengan kebutuhan untuk merancang model bisnis digital yang terukur dan menguntungkan, dengan kemungkinan untuk menghadirkan model-model baru kapan pun nyaman. Mengambil risiko menjadi sangat umum di dalam perusahaan yang mencari tingkat keunggulan kompetitif baru dan yang lebih berkomitmen pada pengembangan digital.
- Dan keempat, memahami bahwa transformasi digital memerlukan tantangan baru terkait dengan bisnis terbuka, kolaborasi, dan hubungan dengan ekosistem inovasi eksternal. Saat ini, organisasi menemukan bahwa kecepatan di mana mereka dapat menyelesaikan dan beradaptasi dengan perubahan jauh lebih kecil daripada kecepatan ekosistem mereka. Dalam hal ini, penggunaan parameter inovasi terbuka harus lebih diprioritaskan melalui aliansi dan identifikasi bakat individu dan perusahaan, serta mengidentifikasi pemain baru yang relevan, mungkin lebih kecil, tetapi dengan potensi dampak yang sangat besar.

Singkatnya, mengetahui tren terbaru dalam desain layanan digital, model bisnis ekonomi digital baru, dan metodologi tangkas yang digunakan oleh para pemula adalah faktor kunci untuk mengimplementasikan transformasi digital untuk perusahaan yang sukses. Dengan memfokuskan strategi perusahaan pada pelanggan dan berkembang seiring dengan itu. Kami menghabiskan banyak waktu untuk berpikir tentang menemukan kembali, meningkatkan, atau menciptakan pengalaman baru bagi pelanggan, tetapi kami tidak melibatkan pelanggan dalam proses definisi ini. Ada perbedaan besar antara menempatkan diri kita pada posisi pelanggan dan mengintegrasikan pelanggan ke dalam strategi. Mengajak konsumen untuk berkolaborasi dalam proses konsepsi, evaluasi dan pengembangan serta dalam penciptaan strategi bisnis adalah penting untuk mengetahui secara pasti apakah usaha kita benar-benar terhubung dengan permintaan pasar. Pelanggan lebih terdigitalisasi, memiliki akses ke banyak informasi, dan kekuatan pengambilan keputusan mereka sangat besar.

Di beberapa sektor, tingkat kematangan meningkat pesat, misalnya ritel besar. Keranjang belanja sekarang digital untuk banyak rumah tangga. Layanan belanja online telah merevolusi proses distribusi makanan dengan pengiriman yang hampir seketika. Dalam hal ini, pemain besar seperti Amazon mampu menawarkan pengalaman pembelian online yang unik dan spesial. Ini adalah contoh nyata bagaimana sebuah perusahaan dapat mengubah model bisnisnya melalui inovasi yang berfokus pada kebutuhan konsumen. Tetapi inovasi startup yang berkembang pesat, seperti Ulabox, menghadapi dan bersaing dengan perusahaan besar yang terkonsolidasi dengan menerapkan inovasi manajemen dan model bisnis yang disesuaikan untuk pelanggan mereka.

Dalam konteks yang sulit, seperti pandemi Covid-19, perusahaan mapan telah memahami pentingnya digital sebagai pengungkit untuk memastikan

kesinambungan, dan prakiraan investasi TIK untuk tahun 2021 menunjukkan pertumbuhan tipis sebesar +0,89%. Tetapi dorongan baru untuk berkolaborasi dengan startup baru muncul di perusahaan setelah darurat kesehatan: 34% perusahaan besar menunjukkan stimulus yang lebih besar untuk Inovasi Terbuka, 22% telah menemukan lebih banyak minat atau memulai kolaborasi konkret dengan startup baru untuk mengatasi keadaan darurat.

Dalam model inovasi terbuka, perusahaan mengkomersialkan ide eksternal dan/atau menggunakan saluran eksternal untuk mengkomersialkan idenya sendiri. Keterbukaan yang melintasi semua aktivitas perusahaan, mulai dari manajemen aset hingga pemilihan mitra hingga konfigurasi (ulang) keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, untuk berkembang dan tetap kompetitif atau memantapkan dirinya di pasar, sebuah perusahaan tidak boleh gagal untuk memanfaatkan ide dan saluran dengan jalur “campuran” yang mencakup alat dan keterampilan yang belum tentu ada di dalam perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Transformasi digital melibatkan semua perusahaan dan terlebih lagi dunia startup, yang semakin menjadi pendorong yang merangsang dan mendorong organisasi besar untuk berubah dan merangkul peluang revolusi teknologi dengan pendekatan win-win. Inovasi terbuka mendukung kolaborasi antara perusahaan baru dan perusahaan: yang pertama dapat mengakses lebih banyak modal dan teknologi, memasuki pasar dengan lebih mudah, mendapatkan referensi; yang terakhir dapat memanfaatkan aktivitas R&D start-up, mendiversifikasi bisnis, dan menguji produk/layanan dengan lebih mudah sebelum meluncurkannya di pasar. Pusat inovasi memainkan peran penting dalam menjembatani kesenjangan antara bisnis dan transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, W. 2021. Penggunaan Metode Sistematis Literatur Review Dalam Penelitian Ilmu Sosiologi. *Jurnal PTK dan Pendidikan*, 7(2) : 124-133.
- Maalej W., et al. 2016. Towards data-driven requirements engineering. *IEEE Softw* 33(1):48–54.
- Madrid. 2015. Digital transformation: the art of being a startup. *Developing Ideas*.
- Marhawati., et al. 2023. E-commerce dan Startup: Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis Di Era Industri 4.0. *JEEMBA*, 1(1).
- Matt C., Hess T., Benlian A. 2015. Digital transformation strategies. *Business Information System Engineering* 57(5):339–343
- Sudiantini, Dian., et al. 2023. Transformasi Digital : Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending Jurnal Ekonomi, Akutansi, dan Manajeen*, 1(3) : 21-30.