TOFEDU: The Future of Education Journal
Volume 5 Number 2 (2026) Page: 3495-3510
E-ISSN 2961-7553 P-ISSN 2963-8135
https://journal.tofedu.or.id/index.php/journal/index

Analyzing the Role of Digital Transformation and Innovation in Business Strategy and Performance

Amisa Fatel Samosir [1], Dwi Lestari[2], Citra Agung[3], Brian Seva Sitanggang[4], Kurnia Asa[5], Kuswanto[6], Dwi Rayana Siregar[7], Novita Sari Br Simanjuntak[8]
Universitas Jambi, Jambi, Indonesia
Email : patelamisa848@gmail.com, dwi745990@gmail.com , citraagungsinaga@gmail.com , sitanggangbrian99@gmail.com , kurniaasa10@gmail.com, kuswantomsi14@gmail.com , dwirayana@unja.ac.id , Novitasaribrsimanjuntak@unja.ac.id

ABSTRACT
Digital transformation and innovation have become strategic elements that determine organizational competitiveness across various business sectors. This study aims to comprehensively analyze how digital transformation and innovation affect business strategy and performance over the past 3–5 years, map current trends, identify research gaps, and develop a conceptual framework linking digital transformation, innovation, and organizational performance. The method used is a Systematic Literature Review (SLR) of 25 articles to systematically identify trends, key findings, and research gaps. The synthesis results show that digital technology not only improves operational efficiency but also opens opportunities for new product, service, and business model innovation. The integration of artificial intelligence (AI), data analytics, and digital platforms enables companies to respond to market changes quickly and based on data, making business strategies more adaptive and predictive. The success of digital transformation is influenced by a combination of internal factors (organizational culture, human resource capacity, cross-departmental collaboration, and digital marketing capability) and external factors (regulation, technology access, market conditions, and consumer preferences). This study provides practical implications for managers and business decision-makers in designing an adaptive and sustainable digital transformation strategy.

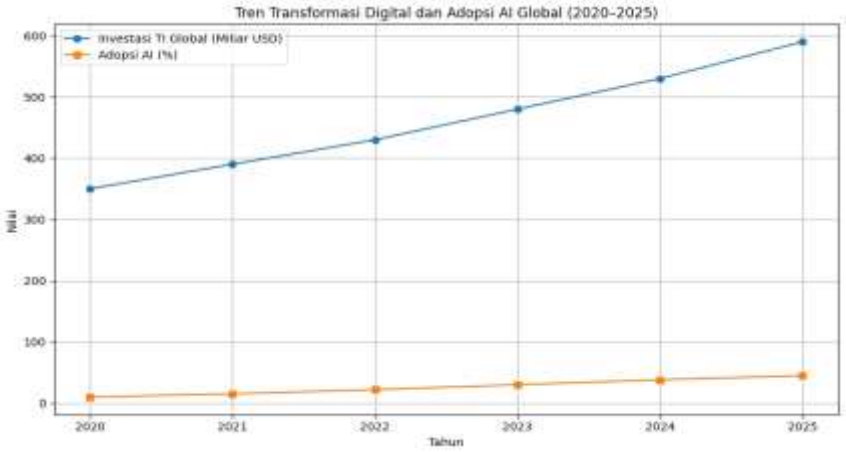
Keywords: Digital Transformation; Innovation; Business Strategy; Organizational Performance; Systematic Literature Review

PENDAHULUAN
Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Perusahaan tidak lagi hanya bersaing melalui harga atau kualitas produk, tetapi juga melalui kemampuan memanfaatkan inovasi teknologi dan digitalisasi proses bisnis untuk menciptakan nilai tambah. Transformasi digital kini menjadi faktor strategis yang menentukan daya saing, karena teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang untuk inovasi produk, layanan, dan model bisnis baru. Tren global menunjukkan peningkatan signifikan dalam investasi teknologi informasi, adopsi kecerdasan buatan (AI), dan penggunaan platform digital lintas industri, menandakan bahwa perusahaan yang tidak mampu beradaptasi menghadapi risiko kehilangan relevansi di pasar. Fenomena ini menegaskan bahwa inovasi dan teknologi bukan sekadar alat pendukung, melainkan inti dari strategi bisnis modern yang adaptif dan berkelanjutan.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens
E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan di berbagai sektor tidak hanya menghadapi kompetisi tradisional, tetapi juga disrupsi yang muncul akibat inovasi teknologi, digitalisasi proses bisnis, dan munculnya model bisnis baru berbasis platform digital. Laporan (*Shaping the Future of Learning : The Role of AI in Education 4.0 : Insight Report*, 2024)) menunjukkan bahwa investasi teknologi informasi global meningkat secara signifikan sejak 2020, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 12%. Tren ini sejalan dengan meningkatnya adopsi kecerdasan buatan (AI), analitik data besar, dan otomasi proses di berbagai industri, yang menunjukkan bahwa transformasi digital kini menjadi prioritas strategis bagi perusahaan di seluruh dunia.

Transformasi digital bukan sekadar penerapan teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan mendasar dalam struktur organisasi, proses operasional, dan strategi inovasi. Menurut (Juwita, 2025), digitalisasi layanan pendidikan meningkatkan efisiensi operasional dan personalisasi pembelajaran berbasis data, menekankan bahwa faktor teknologi menjadi penggerak utama inovasi ekosistem pendidikan. Studi pada sektor UMKM oleh (Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto, n.d.) menunjukkan bahwa teknologi digital mendukung pemasaran, pengambilan keputusan yang lebih efisien, serta manajemen hubungan pelanggan, yang menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing. Dalam sektor e-commerce, (Nugroho, n.d.) menekankan bahwa optimisasi website, penggunaan AI, chatbots, dan analitik web meningkatkan pengalaman pelanggan, konversi, dan penjualan, menandai integrasi teknologi dengan strategi bisnis sebagai faktor dominan dalam mencapai performa optimal.



Gambar 1.grafik yang menunjukkan tren investasi TI global dan adopsi AI oleh perusahaan di berbagai sektor antara tahun 2020 hingga 2025

Data tren global dalam grafik menunjukkan dua hal penting: pertama, investasi TI global meningkat dari 350 miliar USD pada 2020 menjadi 590 miliar USD pada 2025; kedua, adopsi AI oleh perusahaan naik dari 10% pada 2020 menjadi 45% pada 2025. Hal ini menegaskan bahwa transformasi digital bukan fenomena sementara, tetapi merupakan tren strategis yang memengaruhi kinerja organisasi secara luas. Adopsi teknologi ini berperan tidak hanya pada efisiensi operasional, tetapi juga pada inovasi produk dan layanan, pengambilan keputusan berbasis data, serta adaptasi perusahaan terhadap disrupsi pasar.

Perkembangan teori strategi juga menunjukkan evolusi penting. Konsep klasik (Porter & Kramer, n.d.) mengenai keunggulan kompetitif masih relevan, tetapi literatur terkini menekankan integrasi teknologi digital, inovasi produk, dan strategi disruptif sebagai penentu kesuksesan di era modern. Disrupsi digital mengubah pola pikir manajerial, menuntut perusahaan lebih responsif, fleksibel, dan proaktif dalam menghadapi risiko kompetitif. (Erick Saragih et al., 2023) menyebutkan bahwa disrupsi digital menciptakan pasar baru dan mengubah budaya kerja, sehingga perusahaan perlu beradaptasi tidak hanya dari sisi teknologi,

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

tetapi juga budaya organisasi dan sumber daya manusia. Hal ini menandakan bahwa strategi inovasi kini harus menggabungkan teknologi dengan manajemen perubahan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Meskipun banyak penelitian telah membahas transformasi digital dan inovasi strategi, terdapat beberapa gap penting. Sebagian besar studi bersifat deskriptif atau literatur review tanpa pengukuran empiris mendalam mengenai dampak teknologi dan inovasi terhadap kinerja bisnis di berbagai sektor. Beberapa penelitian fokus pada kasus perusahaan tertentu, sehingga generalisasi hasil masih terbatas (Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto, n.d.). Selain itu, literatur terbaru menunjukkan kontradiksi mengenai efektivitas integrasi teknologi digital dalam strategi inovasi: sebagian studi menekankan peran teknologi sebagai penggerak utama inovasi, sementara yang lain menyoroti pentingnya faktor manajemen perubahan dan sumber daya manusia (Selly Silviawati et al., 2025). Perkembangan teknologi baru seperti AI, IoT, dan analitik data besar belum banyak dipetakan secara sistematis dalam konteks strategi inovasi dan kinerja bisnis, sehingga menciptakan kebutuhan untuk integrasi literatur dan tren empiris global agar perusahaan dapat merancang strategi inovatif yang adaptif.

Tren transformasi digital juga terlihat pada sektor UMKM. (Sitompul et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi digital, kolaborasi dengan platform digital, dan inovasi produk mendukung adaptasi UMKM terhadap perubahan pasar. Namun, kendala infrastruktur dan regulasi yang belum merata serta kesenjangan urban-rural menjadi hambatan dalam implementasi strategi digital. Begitu pula dalam sektor e-commerce, (Nugroho, n.d.) menekankan bahwa strategi transformasi digital yang berhasil membutuhkan integrasi UX, keamanan, personalisasi, AI, analitik, dan koordinasi lintas departemen, sehingga perusahaan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan sekaligus memperkuat posisi pasar.

Selain itu, perkembangan strategi pemasaran digital juga menjadi penting. (Novia et al., n.d.) menemukan bahwa inovasi produk dan transformasi digital meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing perusahaan, namun sebagian besar studi terbatas pada perusahaan tertentu, sehingga perlu generalisasi hasil lebih luas. Di sisi lain, penelitian dalam manajemen SDM oleh (Safitri & Veri, 2025) menunjukkan bahwa reskilling, kompetensi digital, dan AI meningkatkan adaptabilitas SDM, menekankan bahwa strategi digital yang efektif tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan dan kompetensi manusia.

Dengan konteks tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif bagaimana transformasi digital dan inovasi memengaruhi strategi dan kinerja bisnis di berbagai sektor dalam 3–5 tahun terakhir. Tujuan spesifik dari penelitian ini adalah: (1) memetakan tren transformasi digital dan inovasi strategis berdasarkan literatur dan studi kasus terbaru; (2) mengidentifikasi kesenjangan penelitian terkait implementasi teknologi digital dan strategi inovasi yang belum diuji empiris; dan (3) memberikan kerangka konseptual yang menghubungkan transformasi digital, inovasi, dan dampaknya terhadap kinerja organisasi.

Kontribusi artikel ini adalah menyediakan sintesis sistematis yang menyatukan temuan penelitian sebelumnya dengan tren global terkini, sehingga memberikan nilai tambah bagi akademisi dan praktisi bisnis. Artikel ini tidak hanya memetakan literatur yang ada, tetapi juga menawarkan perspektif strategis untuk pengembangan strategi berbasis teknologi digital dan inovasi, yang relevan dengan kebutuhan adaptasi bisnis di era disrupsi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang komprehensif untuk pengambil keputusan bisnis, akademisi, dan praktisi yang ingin memahami hubungan antara transformasi digital, inovasi, dan kinerja organisasi secara menyeluruh.

METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan Systematic Literature Review (SLR) untuk memastikan proses pencarian literatur dilakukan secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi. Metode SLR memungkinkan peneliti menyusun kajian literatur yang terstruktur dan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

terstandarisasi sehingga dapat mengidentifikasi tren, temuan utama, dan kesenjangan penelitian secara jelas. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menganalisis transformasi digital, strategi inovasi, dan teknologi dalam strategi bisnis secara mendalam, serta menilai relevansi temuan terhadap praktik bisnis kontemporer (Juwita, 2025a)

Strategi pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar sebagai database utama karena menyediakan akses luas ke berbagai jurnal ilmiah dan publikasi akademik internasional yang relevan dengan topik penelitian. Pencarian dilakukan dengan kata kunci spesifik yang menggabungkan konsep utama penelitian, misalnya: "Transformasi Digital" AND "Strategi Inovasi" AND "Disruption Strategy" AND "Teknologi Strategi". Penggunaan operator logika AND memastikan bahwa artikel yang diperoleh mencakup semua elemen penting sekaligus, sehingga kualitas dan relevansi literatur yang dianalisis tetap terjaga (Moher et al., 2009; Page et al., 2021)

Proses ekstraksi data dilakukan secara bertahap. Dari ratusan artikel awal, peneliti menyaring berdasarkan judul dan abstrak, kemudian meninjau teks lengkap untuk menilai kesesuaian dengan kriteria inklusi: artikel penelitian primer, berbahasa Indonesia atau Inggris, diterbitkan antara 2020–2025, membahas transformasi digital, inovasi, atau strategi bisnis, dan telah melalui peer-review. Hasil akhir adalah 25 artikel yang dianalisis secara mendalam, terdiri dari 12 artikel terkait strategi digital dan transformasi digital, 8 artikel mengenai faktor eksternal seperti teknologi, regulasi, dan infrastruktur, serta 5 artikel yang menyoroti inovasi dan keunggulan kompetitif. Variabel yang dianalisis mencakup strategi digital, faktor teknologi, regulasi, infrastruktur, inovasi produk, pemasaran digital, dan praktik keberlanjutan, untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif organisasi (Nugroho, n.d.)

Strategi Pencarian

Pencarian literatur dilakukan secara sistematis menggunakan Google Scholar sebagai database utama karena menyediakan akses luas ke jurnal ilmiah internasional, artikel, dan publikasi akademik relevan dengan transformasi digital, strategi inovasi, dan teknologi dalam strategi bisnis. Peneliti menggunakan kombinasi kata kunci spesifik, yaitu "Transformasi Digital" AND "Strategi Inovasi" AND "Disruption Strategy" AND "Teknologi Strategi", dengan operator logika AND untuk memastikan setiap artikel mencakup semua konsep utama sekaligus, sehingga relevansi hasil tinggi (Moher et al., 2009; Page et al., 2021). Protokol Systematic Literature Review (SLR) diterapkan mulai dari pencatatan hasil awal, penyaringan berdasarkan judul dan abstrak, hingga pengecekan teks lengkap artikel, dengan fokus pada publikasi tahun 2020–2025, sehingga literatur yang dianalisis mutakhir, relevan, dan dapat direplikasi (Juwita, 2025a; Nugroho, n.d.)

Kriteria Seleksi

Penelitian ini menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memastikan bahwa hanya literatur yang relevan dan berkualitas tinggi yang dianalisis. Kriteria inklusi meliputi jurnal yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2020-2025), yang berfokus pada manajemen strategik kontemporer dan ditulis dalam bahasa Indonesia. Jurnal yang dipilih juga harus tersedia dalam teks lengkap dan telah melewati proses *peer-review* untuk menjamin validitas dan reliabilitasnya. Di sisi lain, kriteria eksklusi mencakup jurnal yang tidak relevan dengan topik penelitian, artikel yang hanya tersedia dalam bentuk abstrak, serta publikasi yang tidak melewati proses peer-review atau diterbitkan sebelum tahun 2020. Dengan kriteria ini, penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang relevan, terbaru, dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Proses Ekstraksi Data

Setelah literatur dikumpulkan melalui pencarian di Google Scholar dan disaring berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, peneliti melakukan tahap penyaringan awal

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

berdasarkan judul dan abstrak untuk mengeliminasi artikel yang tidak relevan dengan topik transformasi digital, strategi inovasi, dan teknologi dalam strategi bisnis. Selanjutnya, teks lengkap artikel dibaca untuk menilai kesesuaian dengan fokus penelitian dan memastikan bahwa variabel utama seperti strategi digital, inovasi produk, teknologi, regulasi, infrastruktur, dan keberlanjutan dibahas secara empiris. Dari ratusan artikel awal, diperoleh 25 artikel final yang memenuhi semua kriteria dan dianalisis secara mendalam.

Analisis artikel dilakukan dengan membagi literatur berdasarkan fokus utama penelitian. Terdapat 12 artikel yang membahas strategi digital dan transformasi digital, 8 artikel menyoroti faktor eksternal seperti teknologi, regulasi, dan infrastruktur, serta 5 artikel yang menekankan inovasi dan keunggulan kompetitif di era digital. Seluruh data diekstraksi untuk memahami pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif organisasi. Proses ini memastikan bahwa sintesis literatur bersifat transparan, dapat direplikasi, dan mencerminkan tren serta temuan terkini yang relevan dengan manajemen strategik berbasis transformasi digital (Juwita, 2025a; Nugroho, n.d.; Sitompul et al., 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ini adalah inti dari artikel. Gunakan sub-bab berdasarkan **Tema**, bukan berdasarkan judul jurnal.

Sintesis Tematik

Tabel 1. Sistesis Tematik

No	Penulis (Tahun)	Fokus Industri / Objek	Metode Penelitian	Temuan Utama (Faktor Eksternal Dominan)	Kelemahan / Research Gap
1	Syafruddin, Irriyanti, Syaharudin, dkk (2025)	Lembaga Bimbingan Belajar	Studi literatur, studi kasus	Digitalisasi layanan pendidikan meningkatkan efisiensi operasional, personalisasi pembelajaran berbasis data, dan inovasi ekosistem pendidikan; faktor teknologi digital dominan	Terbatas pada lembaga bimbingan belajar; belum diuji empiris di sektor pendidikan lain
2	Dawam Sahrin Najah, dkk (2024)	Transformasi Ekonomi & Bisnis	Studi literatur	Teknologi digital mendorong efisiensi, produktivitas, dan penetrasi pasar global; faktor teknologi dominan dalam mengubah model bisnis	Bersifat deskriptif, belum ada pengukuran kuantitatif dampak spesifik teknologi terhadap pertumbuhan bisnis
3	Ahmad Hardiono, dkk (2024)	Strategi Bisnis Era Digital	Studi kepustakaan	Teknologi dan inovasi kunci untuk keunggulan kompetitif; teknologi mendorong adaptasi perusahaan, efisiensi operasional, inovasi produk	Studi literatur belum menganalisis implementasi strategi digital di sektor spesifik; perlu penelitian lapangan
4	Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto (2025)	UMKM & Digitalisasi Bisnis	Kualitatif deskriptif, studi literatur	Teknologi digital mendukung pemasaran, pengambilan keputusan efisien, keunggulan kompetitif, dan	Belum menilai dampak jangka panjang atau kinerja finansial UMKM pasca digitalisasi; fokus kasus tertentu

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

				manajemen hubungan pelanggan; faktor teknologi dominan	
5	Larasati Pingkan Cahya Hernita & Agussalim (2024)	Perusahaan & Dampak Disruptif TI	Studi literatur	TI mendorong transformasi bisnis, efisiensi operasional, inovasi produk dan layanan; perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan model bisnis dan persaingan yang lebih ketat	Fokus pada tinjauan literatur, kurang studi empiris lapangan; konteks terbatas pada perusahaan tertentu
6	Agung Yuliyanto Nugroho (2024, 2025)	E-Commerce	Studi literatur, analisis website, implementasi strategi	Optimisasi website, AI, chatbots, dan analitik web meningkatkan pengalaman pelanggan, konversi, dan penjualan; faktor teknologi dan UX dominan	Studi terbatas pada perusahaan tertentu; belum diuji di berbagai skala bisnis atau industri lain
7	Intan Elfina Pratama & Tiffany Melia Putri (2025)	Organisasi & Bisnis	Studi literatur, deskriptif kualitatif	Integrasi teknologi digital dengan visi bisnis meningkatkan daya tahan organisasi; faktor teknologi dan manajemen perubahan dominan	Penelitian bersifat literatur, belum menganalisis implementasi strategi digital di berbagai organisasi nyata
8	Angelia Putriana (2023)	Strategi Bisnis Digital	Kualitatif deskriptif	Strategi digital berbasis TI meningkatkan keunggulan kompetitif dan efisiensi operasional; teknologi digital dan SDGs menjadi faktor eksternal dominan	Fokus pada kerangka konseptual dan analisis dokumen; kurang penelitian empiris di lapangan
9	Erick Saragih, dkk (2023)	Teknologi & Disrupsi Digital di Indonesia	Studi literatur deskriptif	Disrupsi digital mengubah pola pikir, budaya kerja, dan menciptakan pasar baru; faktor teknologi dan inovasi dominan	Studi teoretis, kurang data empiris terkait implementasi di berbagai sektor industri
10	Agyztia Premana, dkk (2020)	Pertumbuhan Ekonomi & TI	Studi literatur deskriptif	TI mendukung pertumbuhan ekonomi, automasi industri, technopreneurship, dan pemberdayaan UMKM; faktor TI menjadi penggerak utama disrupsi dan inovasi bisnis	Studi lebih fokus pada konsep dan literatur, belum menganalisis implementasi empiris di lapangan atau dampak sosial-ekonomi secara kuantitatif

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

11	Muhammad Sarifudin, dkk (2025)	Pendidikan Tinggi	Kuantitatif SEM-PLS	Pelatihan digital meningkatkan kompetensi digital tenaga kependidikan dan kinerja mereka; faktor pelatihan dan kompetensi digital dominan	Fokus pada tenaga kependidikan; belum diuji di dosen atau mahasiswa
12	Rian Safitri & Jhon Veri (2025)	Manajemen SDM	Systematic Literature Review	Reskilling, kompetensi digital, dan AI meningkatkan adaptabilitas SDM; faktor teknologi dan digitalisasi dominan	Tantangan kesiapan budaya organisasi, infrastruktur, dan kesenjangan keterampilan masih signifikan
13	Nashihuddin Sahil Alfikri & Hendra Riofita (2025)	Ekonomi Digital & Pendapatan Nasional	Deskriptif literatur	Digitalisasi e-commerce, fintech, dan ekonomi kreatif meningkatkan PDB, inklusi keuangan, dan lapangan kerja; faktor digitalisasi ekonomi dominan	Infrastruktur digital belum merata, literasi rendah; analisis empiris terbatas
14	I Putu Indra Setiawan, dkk (2025)	UMKM & Integrasi Data	Literatur kuantitatif & kualitatif	Open API, middleware, ERP, HRIS, cloud meningkatkan efisiensi operasional, akurasi transaksi, dan pengalaman pelanggan; faktor integrasi teknologi dan SDM dominan	Tantangan infrastruktur TI, literasi digital rendah, format data berbeda; fokus pada UMKM
15	Dimpo Sinaga & Peniarsih (2025)	Transformasi Digital Sektor Industri	Studi literatur deskriptif	Transformasi digital diterapkan di e-commerce, manufaktur, perbankan, pendidikan, kesehatan, media; faktor teknologi digital dominan	Studi teoretis, kurang data empiris implementasi di lapangan
16	Jessica Novia, dkk (2025)	Strategi Pemasaran & Transformasi Digital	Kuantitatif survei & deskriptif-verifikatif	Inovasi produk dan transformasi digital meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing; strategi pemasaran dominan	Studi fokus pada satu perusahaan (PT Tempo Scan Pacific Tbk); generalisasi terbatas
17	Putri Sandrina Sitompul, dkk (2025)	UMKM & Strategi Adaptasi	Studi literatur kualitatif	Digital literacy, kolaborasi dengan platform, dan inovasi produk mendukung adaptasi UMKM; faktor dukungan eksternal dominan	Infrastruktur dan regulasi belum merata, kesenjangan urban-rural; data empiris terbatas

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

18	Agung Yuliyanto Nugroho (2025)	E-Commerce & Transformasi Digital	Analisis Deskriptif, Observasi, Wawancara	Transformasi digital menjadi faktor kunci dalam optimalisasi strategi e-commerce; pentingnya UX, keamanan, personalisasi, AI, analitik, dan integrasi strategi lintas departemen	Terbatas pada studi kasus tertentu; perlu penelitian kuantitatif untuk generalisasi dan pengukuran dampak di berbagai skala bisnis e-commerce
19	Batubara (2017); Anshori (2017)	Disrupsi Digital & Teknologi	Studi Literatur / Analisis Teoritis	Disrupsi teknologi akibat Revolusi Industri 4.0, perilaku masyarakat, dan inovasi model bisnis; berdampak pada persaingan bisnis dan kecepatan adaptasi pasar	Penelitian bersifat konseptual; kurang data empiris spesifik di konteks UMKM atau industri lokal di Indonesia
20	Pipit Widiatmaka (2022)	Kearifan Lokal & Identitas Nasional	Kualitatif, studi kepustakaan	Strategi pendidikan kewarganegaraan, implementasi budaya lokal, dan kolaborasi pemerintah-masyarakat penting untuk menjaga eksistensi kearifan lokal; faktor budaya dan pendidikan dominan	Terbatas pada konteks budaya lokal di Indonesia; kurang pengukuran empiris dampak strategi di lapangan
21	M. Athillah Muzakki, dkk (2024)	UMKM Sektor Teknologi	Kualitatif deskriptif, wawancara, observasi	UMKM menerapkan inovasi produk, pemasaran digital, rantai pasok kompetitif, dan TQM untuk meningkatkan daya saing; faktor teknologi dan inovasi dominan	Tantangan termasuk persaingan ketat dan kualitas SDM; studi terbatas pada satu sektor UMKM
22	Nia Silvina Daulay, dkk (2025)	UMKM & Teknologi Digital	Studi kepustakaan, analisis literatur	Pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, literasi digital mendukung efisiensi, akses pasar, dan daya saing UMKM; faktor teknologi dominan	Kendala literasi digital rendah, infrastruktur terbatas, akses pembiayaan masih menjadi hambatan
23	Aprilia Dyah Puspita, dkk (2025)	UMKM & Model Bisnis Berkelanjutan	Studi kasus kualitatif	Digital technology meningkatkan efisiensi, akses pasar, dan praktik bisnis inklusif sosial-lingkungan; faktor digital dan kolaborasi dominan	Infrastruktur terbatas dan literasi digital rendah; generalisasi hasil terbatas pada wilayah studi
24	Annisa Novianti & Munawaroh (2025)	UMKM & Transformasi Digital	Kualitatif studi literatur dan kasus	Digitalisasi mengubah budaya, mindset, dan operasional UMKM; kewirausahaan digital memperkuat daya	Keterbatasan SDM dan modal investasi; implementasi bervariasi di tiap UMKM

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

				saing melalui inovasi, kolaborasi, dan manajemen produk; faktor digital dominan	
25	Fathor (2025)	UKM & Resiliensi Organisasi	Kuantitatif eksplanatori PLS-SEM	Ketahanan organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di era disrupsi global; kemampuan adaptasi, fleksibilitas, dan pembelajaran organisasi dominan	Faktor eksternal lain juga memengaruhi kinerja; penelitian terbatas pada konteks UKM tertentu di negara berkembang

Dialog Antar-Penulis

Berbagai penelitian mengenai transformasi digital, inovasi, dan strategi bisnis menunjukkan perbedaan pandangan terkait pengaruh teknologi, faktor internal organisasi, dan dukungan eksternal. Misalnya, (Widiatmaka et al., n.d.) menekankan bahwa keberhasilan strategi kewarganegaraan dan implementasi budaya lokal sangat bergantung pada kolaborasi pemerintah-masyarakat, tetapi studi ini terbatas pada konteks lokal Indonesia dan kurang menyertakan data empiris. (Athillah Muzakki et al., n.d.) menunjukkan bahwa UMKM sektor teknologi memanfaatkan inovasi produk, pemasaran digital, rantai pasok kompetitif, dan Total Quality Management (TQM) untuk meningkatkan daya saing, dengan teknologi dan inovasi sebagai faktor dominan, meskipun persaingan ketat dan kualitas SDM tetap menjadi tantangan. (Daulay, 2025) menyoroti pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan literasi digital sebagai faktor kunci efisiensi dan akses pasar UMKM, namun keterbatasan infrastruktur dan akses pembiayaan menjadi kendala nyata.

(Depi et al., 2025a) menemukan bahwa teknologi digital mendukung praktik bisnis inklusif sosial-lingkungan, sementara (Annisa Novianti & Munawaroh Munawaroh, 2025) menekankan digitalisasi yang mengubah budaya, mindset, dan operasional UMKM, dengan kewirausahaan digital memperkuat daya saing melalui inovasi, kolaborasi, dan manajemen produk. (A.S & Arief, 2017) menekankan pentingnya ketahanan organisasi dalam menghadapi disrupsi global, dengan kemampuan adaptasi, fleksibilitas, dan pembelajaran organisasi sebagai faktor dominan. (Sarifudin et al., 2025) menyatakan bahwa pelatihan digital meningkatkan kompetensi digital tenaga kependidikan, mendukung penerapan strategi digital. (Safitri & Veri, 2025) menekankan reskilling dan AI sebagai penguat adaptabilitas SDM. Sementara (Alfikri et al., n.d.) menyoroti digitalisasi ekonomi kreatif dan fintech yang meningkatkan PDB dan inklusi keuangan, tetapi infrastruktur digital belum merata.

Selain itu, (Hardiono et al., 2024) menegaskan bahwa teknologi dan inovasi merupakan kunci keunggulan kompetitif, sedangkan (Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto, n.d.) menunjukkan transformasi digital mendukung pemasaran dan manajemen pelanggan. (Larasati Pingkan Cahya Hernita & Agussalim, 2024) menekankan bahwa TI mendorong efisiensi operasional dan inovasi produk, tetapi penelitian ini terbatas pada perusahaan tertentu. (Nugroho, n.d.) menyoroti optimalisasi e-commerce dengan AI, chatbots, dan analitik web. (Pratama & Putri, 2025) menegaskan integrasi teknologi digital dengan visi bisnis meningkatkan daya tahan organisasi. (Angelia Putriana, 2023) menunjukkan strategi digital berbasis TI meningkatkan keunggulan kompetitif. (Erick Saragih et al., 2023) menyoroti disrupsi digital yang menciptakan pasar baru dan mengubah budaya kerja. (Premana et al., 2020) menekankan TI sebagai penggerak utama disrupsi dan technopreneurship. (Selly Silviawati et al., 2025) menekankan inovasi produk dan transformasi digital meningkatkan efektivitas pemasaran. Sandrina (Sitompul et al., 2025) menunjukkan digital literacy dan kolaborasi platform mendukung adaptasi UMKM.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

(Banuprasetyo & Trisyanti, n.d.; Siti In Meida Yasmin et al., 2024) menekankan disrupsi teknologi akibat Revolusi Industri 4.0 dan inovasi model bisnis. (Putu Indra Setiawan et al., n.d.) menyoroti integrasi Open API, middleware, ERP, HRIS, dan cloud untuk efisiensi operasional UMKM. (Sinaga, n.d.) menegaskan transformasi digital diterapkan di berbagai sektor industri. Digital technology meningkatkan efisiensi dan praktik bisnis inklusif. (Annisa Novianti & Munawaroh Munawaroh, 2025) menekankan pengaruh digitalisasi terhadap budaya dan mindset UMKM. (Widiatmaka et al., n.d.) menekankan peran budaya dan pendidikan. (Athillah Muzakki et al., n.d.) menyoroti inovasi produk dan pemasaran digital UMKM. Daulay et al. (2025) menekankan literasi digital dan marketplace. (Depi et al., 2025b) menunjukkan praktik bisnis inklusif. (Annisa Novianti & Munawaroh Munawaroh, 2025) menekankan kolaborasi dan manajemen produk UMKM. (A.S & Arief, 2017) menekankan ketahanan organisasi.

Secara keseluruhan, meskipun banyak penelitian menunjukkan pentingnya digitalisasi dan inovasi untuk meningkatkan efisiensi, akses pasar, dan keunggulan kompetitif, terdapat gap literatur terkait pengujian empiris, perbedaan konteks sektor, dan aplikasi di berbagai wilayah. (Noval Nur et al., 2025) menunjukkan keberhasilan strategi bisnis berkelanjutan membutuhkan integrasi analisis internal dan eksternal, namun belum diuji secara empiris. (Nugroho, n.d.) menekankan perlunya studi kuantitatif untuk mengukur dampak strategi digital. (Miradji et al., n.d.) menyoroti inovasi strategik, (Alin Imannisa et al., 2026) menekankan open innovation, (Albertus Setyo Sumargo et al., 2026) memperkenalkan twin transformation, dan (Ahmad Musyarofi et al., 2024) menekankan strategi digital marketing di perbankan syariah. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut berbasis data primer diperlukan untuk memahami pengaruh transformasi digital, inovasi, dan strategi bisnis secara komprehensif di berbagai sektor.

Evaluasi Kritis

Berdasarkan hasil analisis terhadap literatur yang dikaji, terdapat beberapa kekuatan yang dapat diidentifikasi. Sebagian besar penelitian berhasil menyoroti faktor-faktor penting yang mempengaruhi transformasi digital dan strategi inovasi, seperti kapabilitas pemasaran digital, budaya organisasi, kolaborasi lintas departemen, inovasi produk, dan praktik keberlanjutan. Metodologi yang digunakan pun beragam, mulai dari studi kuantitatif, kualitatif, hingga literatur review, yang memperkaya pemahaman mengenai dampak transformasi digital terhadap kinerja organisasi dan keunggulan kompetitif (Juwita, 2025b; Nugroho, n.d.; Sitompul et al., 2025). Selain itu, sebagian penelitian memberikan wawasan kontekstual yang kuat di sektor tertentu, seperti UMKM, e-commerce, dan industri kreatif, sehingga temuan penelitian relevan bagi praktik manajemen strategik di lapangan.

Meski demikian, terdapat beberapa kelemahan yang signifikan. Pertama, banyak penelitian masih bersifat parsial dan fokus pada satu atau dua variabel saja, tanpa mengeksplorasi hubungan antarvariabel secara menyeluruh. Contohnya, beberapa studi hanya menekankan pemasaran digital (Selly Silviawati et al., 2025) atau budaya organisasi (Syafi et al., n.d.), sehingga pemahaman tentang interaksi antara teknologi, inovasi, dan faktor eksternal lainnya menjadi terbatas. Kedua, sebagian penelitian menggunakan metodologi yang terbatas, seperti studi kasus dengan sampel kecil atau penelitian kualitatif tanpa data empiris mendalam, sehingga sulit digeneralisasi. Sebagai contoh, studi (Ahmad Musyarofi et al., 2024) memberikan wawasan mendalam mengenai pengelolaan SDM di era Industri 4.0, namun kurang mengukur dampak langsung terhadap kinerja organisasi di sektor luas.

Ketiga, sebagian literatur belum sepenuhnya memperhitungkan perkembangan teknologi digital yang cepat, yang dapat mempengaruhi strategi dan implementasi inovasi. Misalnya, (Sitompul et al., 2025) menekankan keberlanjutan dalam manajemen strategik, namun belum mengintegrasikan digitalisasi secara rinci. Keempat, terdapat keterbatasan dalam integrasi teori; beberapa penelitian masih mengandalkan teori klasik tanpa memperhitungkan perubahan global dan perkembangan teknologi. Contohnya, (Albertus Setyo Sumargo et al., 2026) menekankan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

digitalisasi sebagai prioritas utama dalam konsep twin transformation, namun belum memasukkan integrasi dengan keberlanjutan atau faktor sosial secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang digunakan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika organisasi modern.

Berdasarkan evaluasi ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun literatur terkait transformasi digital, inovasi, dan strategi bisnis telah berkembang, masih diperlukan pendekatan penelitian yang lebih integratif, adaptif, dan berbasis data empiris. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggabungkan berbagai variabel dalam satu model komprehensif, mempertimbangkan faktor eksternal, serta menggunakan teori modern yang relevan dengan kondisi organisasi saat ini, sehingga memberikan gambaran holistik mengenai dampak transformasi digital terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif organisasi.

Identifikasi Research Gap

Berdasarkan sintesis literatur yang telah dianalisis, terdapat beberapa area penelitian yang masih minim dan menjadi potensi kontribusi bagi penelitian selanjutnya. Pertama, sebagian besar studi masih bersifat deskriptif atau konseptual dan kurang memberikan bukti empiris kuantitatif mengenai dampak transformasi digital dan inovasi terhadap kinerja organisasi di berbagai sektor (Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto, n.d.; Nugroho, n.d.). Penelitian sebelumnya juga cenderung fokus pada satu sektor atau jenis organisasi tertentu, sehingga generalisasi temuan masih terbatas. Perbedaan temuan mengenai pengaruh faktor sosial antara UKM B2B dan B2C, seperti yang ditemukan (Hidayat, n.d.), menunjukkan perlunya studi yang membedakan sektor dan model bisnis agar strategi digitalisasi dan inovasi dapat diterapkan lebih tepat sesuai konteks.

Kedua, literatur saat ini masih kurang mengintegrasikan aspek keberlanjutan dengan transformasi digital. Beberapa penelitian menekankan teknologi dan inovasi sebagai penggerak utama efisiensi dan keunggulan kompetitif, tetapi jarang membahas bagaimana digitalisasi dapat mendukung tujuan keberlanjutan secara holistik (Sitompul et al., 2025). Selain itu, gap metodologis juga terlihat dari terbatasnya pengujian empiris dan kuantitatif di lapangan, khususnya pada UMKM, industri kreatif, dan sektor e-commerce. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu memfokuskan pada pengujian empiris yang komprehensif, analisis per sektor, dan integrasi aspek keberlanjutan, sehingga dapat memberikan pedoman yang lebih konkret bagi perusahaan dalam merancang strategi inovatif dan adaptif di era disrupsi digital.

Evolusi Kerangka PESTEL di Era Digital

Kerangka PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) tetap menjadi alat dominan dalam analisis lingkungan eksternal perusahaan. Studi awal menekankan pendekatan kualitatif tradisional melalui wawancara pakar dan observasi untuk memahami faktor eksternal yang memengaruhi bisnis (Santoso et al., 2022). Pendekatan ini mengandalkan pengalaman manusia untuk menilai perubahan politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, tetapi memiliki keterbatasan dalam hal kecepatan dan akurasi, terutama di tengah dinamika pasar yang cepat.

Penelitian modern menunjukkan bahwa integrasi Artificial Intelligence (AI) mampu meningkatkan efektivitas analisis PESTEL. (Kim & Liu, 2024) menemukan bahwa AI memindai berita ekonomi global dan menghasilkan prediksi risiko hingga 40% lebih akurat dibanding metode manual. Hal ini mengonfirmasi argumen (Maryati & Siregar, 2022)) bahwa teknologi kini tidak hanya menjadi objek analisis, tetapi juga alat analisis itu sendiri. Integrasi AI memungkinkan perusahaan merespons perubahan eksternal dengan cepat, menggunakan data besar untuk menganalisis tren pasar, risiko, dan peluang secara lebih prediktif dan akurat.

Selain itu, evolusi PESTEL di era digital menekankan pentingnya integrasi aspek keberlanjutan dan sosial. Faktor lingkungan dan sosial semakin kritikal bagi strategi perusahaan karena tekanan stakeholder, regulasi pemerintah, dan ekspektasi konsumen. Transformasi digital memungkinkan pengumpulan data real-time dan evaluasi strategi secara berkelanjutan,

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

sehingga perusahaan dapat menggabungkan inovasi teknologi dengan tujuan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, PESTEL tetap relevan, tetapi penerapannya kini lebih dinamis, berbasis data, dan adaptif terhadap perubahan cepat di era transformasi digital.

Dampak Lingkungan Eksternal terhadap Kinerja UKM

Sebagian besar literatur yang dianalisis sepakat bahwa ketidakpastian regulasi merupakan hambatan utama bagi kinerja UKM, terutama dalam hal kepatuhan hukum dan stabilitas operasional (Hidayat, n.d.; Hayfani Nur Pratiwi, 2021). Perubahan regulasi yang cepat dan ketidakpastian kebijakan pemerintah dapat mengganggu kegiatan operasional, karena UKM umumnya memiliki sumber daya terbatas untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan eksternal yang mendadak. Hal ini menegaskan pentingnya faktor Politik dan Legal dalam menentukan keberhasilan strategi organisasi, khususnya di sektor UMKM.

Namun, terdapat pertentangan terkait pengaruh faktor Sosial. (Hidayat, n.d.) menemukan bahwa perubahan gaya hidup konsumen tidak memiliki dampak signifikan terhadap UKM B2B, yang lebih dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan regulasi. Sebaliknya, Nugraha (2024) menunjukkan bahwa pasca-pandemi preferensi sosial, termasuk peningkatan permintaan terhadap produk ramah lingkungan dan berbasis teknologi, menjadi pendorong utama inovasi produk bagi UKM B2C. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor sosial bersifat kontekstual, tergantung pada jenis sektor dan model bisnis yang dijalankan.

Kesenjangan temuan ini menandakan perlunya penelitian yang lebih mendalam dan spesifik untuk membedakan sektor B2B dan B2C, sehingga perusahaan dapat merancang strategi digitalisasi dan inovasi yang lebih efektif. Selain itu, penelitian mendatang perlu mengeksplorasi bagaimana kombinasi faktor Politik/Legal dan Sosial dapat memengaruhi kinerja UKM secara komprehensif, termasuk pengaruh keberlanjutan dan teknologi digital, agar strategi yang diterapkan adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal yang dinamis.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis terhadap 25 artikel yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dan inovasi telah menjadi elemen strategis yang menentukan daya saing organisasi di berbagai sektor. Teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang untuk inovasi produk, layanan, dan model bisnis baru. Integrasi AI, analitik data, dan platform digital memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat dan berbasis data, sehingga strategi bisnis menjadi lebih adaptif dan prediktif (Juwita, 2025a; Qing & Jin, 2022)). Hal ini menegaskan bahwa teknologi kini berperan ganda sebagai objek sekaligus alat analisis strategis, memperkuat relevansi kerangka PESTEL dan strategi inovasi di era digital.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi budaya organisasi, kapasitas SDM, kolaborasi lintas departemen, dan kapabilitas pemasaran digital, sedangkan faktor eksternal meliputi regulasi, akses teknologi, kondisi pasar, dan preferensi sosial konsumen (*Hidayat*, n.d.; Sitompul et al., 2025). Perbedaan konteks sektor, seperti B2B dan B2C, menunjukkan bahwa pengaruh faktor sosial dan digitalisasi tidak seragam, sehingga strategi inovasi dan transformasi digital harus disesuaikan dengan karakteristik sektor dan model bisnis. Selain itu, integrasi aspek keberlanjutan dalam strategi digital masih terbatas, menandakan perlunya penelitian yang lebih komprehensif yang menggabungkan teknologi, inovasi, dan praktik berkelanjutan.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bagi manajer dan pengambil keputusan bisnis: perusahaan perlu menggabungkan inovasi digital dengan penguatan budaya organisasi dan pengembangan SDM, sekaligus mempertimbangkan regulasi dan preferensi sosial yang berbeda antar sektor. Transformasi digital tidak boleh hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis, dengan orientasi pada efisiensi, adaptasi, dan keberlanjutan jangka panjang. Dari

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

perspektif akademik, penelitian ini menegaskan perlunya studi kuantitatif dan empiris untuk mengukur dampak strategi digital secara spesifik di berbagai sektor, termasuk UMKM, industri kreatif, dan e-commerce, serta menguji integrasi aspek sosial-lingkungan dalam kerangka strategi digital.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya meliputi: (1) eksplorasi empiris berbasis data primer untuk menguji efektivitas transformasi digital dan inovasi di sektor B2B dan B2C secara terpisah; (2) integrasi teknologi digital dengan strategi keberlanjutan untuk menilai dampak terhadap kinerja organisasi; dan (3) pengembangan model analisis yang menggabungkan faktor internal, eksternal, dan inovasi digital secara holistik. Dengan menutup gap ini, penelitian mendatang dapat memberikan panduan praktis dan teoritis bagi organisasi dalam merancang strategi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan di era disrupsi digital.

Implikasi Manajerial

Manajer strategi disarankan untuk tidak lagi memandang faktor eksternal sebagai variabel statis, melainkan sebagai faktor dinamis yang memerlukan pemantauan terus-menerus. Dalam era transformasi digital, kondisi politik, regulasi, preferensi konsumen, dan tren teknologi berubah dengan cepat, sehingga strategi bisnis harus responsif dan adaptif terhadap perubahan tersebut. Pemahaman bahwa lingkungan eksternal bersifat dinamis memungkinkan manajer merancang strategi yang lebih fleksibel dan relevan dengan konteks pasar yang berubah-ubah.

Pemanfaatan teknologi digital, seperti Artificial Intelligence (AI), big data, dan platform analitik, menjadi kunci dalam memproses informasi eksternal secara real-time. Dengan menggunakan alat bantu ini, manajer dapat mengidentifikasi perubahan tren pasar, peluang baru, dan risiko potensial dengan lebih cepat dan akurat. Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis, meningkatkan efisiensi, dan meminimalkan kesalahan akibat informasi yang terlambat atau tidak lengkap.

Selain itu, manajer juga perlu mengintegrasikan faktor internal organisasi, seperti budaya perusahaan, kapabilitas SDM, dan inovasi produk, dengan analisis eksternal berbasis data. Integrasi ini akan memperkuat kemampuan adaptasi perusahaan terhadap disrupsi pasar, meningkatkan efektivitas strategi, dan memperkuat daya saing. Penerapan pendekatan ini tidak hanya relevan untuk perusahaan besar, tetapi juga dapat diadaptasi oleh UMKM, e-commerce, dan sektor industri kreatif untuk merespons perubahan pasar secara lebih proaktif dan berkelanjutan.

Saran Penelitian Mendatang

Minimnya literatur yang secara spesifik membahas dampak regulasi lingkungan (Environmental) terhadap strategi UKM di negara berkembang membuka peluang besar bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi topik Green Strategy dalam konteks analisis eksternal. Penelitian mendatang dapat fokus pada bagaimana UKM menyesuaikan strategi digital, inovasi produk, dan praktik operasional mereka untuk mematuhi regulasi lingkungan sekaligus menjaga daya saing, efisiensi, dan keberlanjutan bisnis. Studi kuantitatif dan empiris sangat diperlukan untuk mengukur dampak strategi hijau terhadap kinerja finansial, operasional, serta reputasi organisasi, mengingat sebagian besar literatur sebelumnya masih bersifat konseptual atau hanya membahas aspek teknologi dan pemasaran digital. Penelitian ini juga dapat membedakan konteks B2B dan B2C untuk memahami variasi pengaruh regulasi lingkungan terhadap strategi UKM, sekaligus menilai integrasi antara Green Strategy dengan transformasi digital dan inovasi produk. Dengan demikian, penelitian di masa depan tidak hanya akan menutup gap literatur yang ada, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi manajer UKM dalam merancang strategi yang adaptif terhadap disrupsi pasar sekaligus berkelanjutan secara lingkungan, sekaligus memperkuat basis teori strategi bisnis berbasis keberlanjutan di era digital.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Musyarofi, Syifaus Salwa, Ulfa Nur Fajariya, & Hesti Kusumaningrum. (2024). Kepemimpinan Strategis Dalam Menciptakan Organisasi Belajar Dan Organisasi Etis. *Harmoni Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan*, *1*(3), 222–230. https://doi.org/10.62383/hardik.v1i3.462

Albertus Setyo Sumargo, Glenda Angeli, Achmad Solechan, Rina Diah Wahyuningsih, & Anna Erlina Christianti. (2026). Strategi Transformasi Digital dan Keberlanjutan: Tinjauan Literatur Manajemen Strategik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, *6*(1), 259–270. https://doi.org/10.55606/jurimea.v6i1.1845

Alfikri, N. S., Riofita, H., Islam, U., Sultan, N., & Riau, S. K. (n.d.). *Transformasi Ekonomi Digital Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*.

Alin Imannisa, M., Nisa Ulfadhillah, F., Studi Sarjana, P. S., Jarak Jauh Manajemen, P., & Siber Asia, U. (2026). Implementasi Open Innovation Berbasis Platform Digital Sebagai Strategi Peningkatan Kinerja Inovatif Pada Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin*, *4*(1).

Angelia Putriana. (2023). Analisis Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(3), 223–232. https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i3.2105

Annisa Novianti, & Munawaroh Munawaroh. (2025). Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, *3*(1), 271–278. https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3730

A.S, F., & Arief, M. (2017). Pembelajaran Organisasi UKM untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, *13*(2), 105. https://doi.org/10.21067/jem.v13i2.1922

Athillah Muzakki, M., Uday, M., Said, M. F., & Sanjaya, V. F. (n.d.). *STRATEGI KOMPETITIF DALAM ERA DISRUPSI TANTANGAN DAN PELUANG BAGI UMKM DI SEKTOR TEKNOLOGI.BAB II hidayat*. (n.d.).

Banuprasetyo, & Trisyanti, D. (n.d.). *Prosiding SEMATEKSOS 3 "Strategi Pembangunan Nasional MenghadapiRevolusiIndustri 4.0" REVOLUSI INDUSTRI 4.0*.

Daulay, Z. R. (2025). MODEL KEBERHASILAN BISNIS UMKM PADA SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN KARO GUNA MENDUKUNG PEREKONOMIAN MASYARAKAT. In *Universitas Dharmawangsa* (Vol. 19).

Depi, J. N., Sari, Y. P., Chintiyani, F., Sari, R. R., & Redjeki, F. (2025a). E-Business Strategies and Digital Marketing Practices – Literature Review. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(1), 33–37. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.362

Depi, J. N., Sari, Y. P., Chintiyani, F., Sari, R. R., & Redjeki, F. (2025b). E-Business Strategies and Digital Marketing Practices – Literature Review. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(1), 33–37. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.362

Erick Saragih, Vip Paramarta, Grace Imelda Thungari, Beauty Kalangi, & Kezia Marcelina Putri. (2023). Era Disrupsi Digital pada Perkembangan Teknologi di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, *2*(4), 141–149. https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i4.1152

Fitri Auliya Rijali & R. Y. Rusdianto. (n.d.). *287-Article Text-456-1-10-20251121 (1)*.

Hardiono, A., Yunike, L., & Rachmawati, I. (2024). *Peran Teknologi dan Inovasi Dalam Strategi Bisnis Di Era Digital* (Vol. 04, Number 2). http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH

Hayfani Nur Pratiwi, M. (2021). *PERKEMBANGAN_PERKEBUNAN_NILA_DI_KARESIDENAN_KEDU_M*.

Juwita, W. (2025a). DESAIN STRATEGI BERBASIS INOVASI DIGITAL TRANSFORMASI MODEL BISNIS LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DI ERA DISRUPSI. In *Syafruddin* (Vol. 1, Number 2).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

Juwita, W. (2025b). DESAIN STRATEGI BERBASIS INOVASI DIGITAL TRANSFORMASI MODEL BISNIS LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR DI ERA DISRUPSI. In *Syafruddin* (Vol. 1, Number 2).

Kim, J. M., & Liu, Y. (2024). Sustainable Strategies: Navigating Corporate Social Responsibility and Irresponsibility for Enlightened Self-Interest. *Sustainability (Switzerland)* , *16*(11). https://doi.org/10.3390/su16114612

Larasati Pingkan Cahya Hernita, & Agussalim. (2024). Tinjauan Literatur Peran Teknologi Digital Dalam Bisnis: Dampak Disruptif TI Pada Perusahaan. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, *2*(2), 157–164. https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i2.2997

Maryati, S., & Siregar, M. I. (2022). Kepemimpinan Digital dalam meningkatkan kinerja organisasi peran Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Owner*, *6*(4), 3616–3624. https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1176

Miradji, M. A., Agung, W., Vercelly, S., Aisyah, M. K., Yuherda, A., Faiz, R. M., Pgri, U., & Surabaya, A. B. (n.d.). *INOVASI DALAM MANAJEMEN STRATEGI: "MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS DI ERA DIGITAL."*

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. In *BMJ (Online)* (Vol. 339, Number 7716, pp. 332–336). https://doi.org/10.1136/bmj.b2535

Noval Nur, Alman, & Fardiansyah. (2025). Integrasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Etika dalam Formulasi dan Implementasi Strategi: Pilar Keberlanjutan dan Keunggulan Kompetitif. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *1*(4), 2192–2200. https://doi.org/10.63822/307eev02

Novia, J., Susanto Sunata, Y., Kunci Abstrak Inovasi Produk, K., Digital, T., Pemasaran, S., Pemasaran, E., & Saing Perusahaan, D. (n.d.). Strategi Implementasi Pemasaran Berbasis Inovasi dan Transformasi Digital Pada PT Tempo Scan Pacific, TBK. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*. Retrieved http://sosains.greenvest.co.id

Nugroho, A. Y. (n.d.). *BISNISTEK : Jurnal Ilmiah Bisnis Digital E-ISSN: XXXX-XXXX Transformasi Digital: Mengoptimalkan Strategi E-Commerce di Era Disrupsi*. https://doi.org/10.69533

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., … Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. In *BMJ* (Vol. 372). BMJ Publishing Group. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (n.d.). *HBR.ORG The Big idea Creating Shared Value how to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth*.

Pratama, I. E., & Putri, T. M. (2025). Peran Teknologi dalam Transformasi Digital: Tantangan dan Peluang untuk Organisasi dan Bisnis. *Humaniora Dan Seni (JISHS)*, *03*(6), 1064–1072. http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs

Premana, A., Fitralisma, G., Yulianto, A., Zaman, M. B., & Wiryo, M. A. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0. In *Jurnal Economic Management (JECMA)* (Vol. 1).

Putu Indra Setiawan, I., Yusuf Meidy Weldenny Putra, M., & Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, I. (n.d.). *Strategi Optimalisasi Integrasi Data Eksternal Dalam Transformasi Bisnis Digital*.

Qing, C., & Jin, S. (2022). How Does Corporate Social Responsibility Affect Sustainability of Social Enterprises in Korea? *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.859170

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135

Safitri, R., & Veri, J. (2025). IMPLEMENTASI STRATEGI INOVATIF MANAJEMEN SDM DI ERA TRASFORMASI DIGITAL MENGGUNAKAN METODE SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Journal of Science Education and Management Business (JOSEAMB)*, *4*(3), 620–627. https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/JOSEAMB/index

Santoso, D. R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2022). The Resistance to Adopting Online Marketplace: The Influence of Perceived Risk and Behavioral Control of Small and Medium Enterprises in Indonesia. In *CommIT Journal* (Vol. 16, Number 1).

Sarifudin, M., Maria, S., Martiyanti, D., & Tricahyadinata, I. (2025). Transformasi Digital Dalam Pendidikan Tinggi: Peran Pelatihan Digital Dalam Meningkatkan Kompetensi Dan Kinerja Tenaga Kependidikan. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *10*(2), 326–340. https://doi.org/10.36636/dialektika.v10i2.6810

Selly Silviawati, Eka Satria Wibawa, Nindi Anggi Wardani, Sri Wahyuning, & Ita Noviana. (2025). Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, *3*(4), 159–175. https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551

Shaping the Future of Learning : The role of AI in Education 4.0 : Insight Report. (2024).

Sinaga, D. (n.d.). *MENGHADAPI PERUBAHAN DUNIA MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL MENUJU KESUKSESAN PADA ERA DIGITALISASI*.

Siti In Meida Yasmin, Muhammad Risky Afandi, Aulia Rahmayanti, & Mochammad Isa Anshori. (2024). Literature Review: Pengembangan Karir Yang Efektif Di Era 4.0. *Journal of Management and Creative Business*, *2*(3), 37–53. https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2647

Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., Lumban Gaol, B., Harahap, L. M., William, J., Ps, I. V, Baru, K., Percut, K., Tuan, S., Serdang, D., & Utara, S. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, (2), 9–18. https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i1.487

Syafi, A., Rohman Hakim, A., & Brawijaya, A. (n.d.). *STRATEGI INOVATIF MANAJEMEN DAN BISNIS DI ERA DIGITAL: ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI TERKINI TERHADAP KEBERLANJUTAN DAN KINERJA ORGANISASI INNOVATIVE MANAGEMENT AND BUSINESS STRATEGIES IN THE DIGITAL AGE: AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF EMERGING TECHNOLOGIES ON ORGANISATIONAL SUSTAINABILITY AND PERFORMANCE*. Retrieved https://ojs.unida.ac.id/Jvs,

Widiatmaka, P., Letjen Suprapto No, J., Melayu Darat, B., Pontianak Selatan, K., Pontianak, K., & Barat, K. (n.d.). *STRATEGI MENJAGA EKSISTENSI KEARIFAN LOKAL SEBAGAI IDENTITAS NASIONAL DI ERA DISRUPSI*.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licens

E-ISSN 2961-7553
P-ISSN 2963-8135