

DAMPAK TRANSFORMASI DIGITAL DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BISNIS DI ERA MODERN (STUDI PUSTAKA)

Dovina Navanti^{1*}, Jumawan Jumawan², Yazid Bustomi³, Deni Sulaeman⁴, Lerdi Sabdiel
P. Tarigan⁵, Dimas Ramadhan Saputra⁶, Maulana Riski Ramadhani⁷,
Ratu Khanza Zemima Hasanazwa⁸, Wahyu Dicky Octavian⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id, jumawan@dsn.ubharajaya.ac.id, yazidbustomi118@gmail.com,
denisulaeman071@gmail.com, lerdisabdiel792@gmail.com, dimsrsx@gmail.com,
maulanariskiramadhani@gmail.com, ratukhanza392@gmail.com,
wahyudiocavian10@gmail.com

*corresponden author

ARTICLE INFO

Keywords: Keunggulan
Bersaing, Transformasi Digital,
Literasi Digital

Received : 10, March

Revised : 21, March

Accepted: 29, March

©2023The Author(s): This is an open-
access article distributed under the terms
of the [Creative Commons Atribusi 4.0
Internasional](#).



ABSTRACT / ABSTRAK

Artikel Dampak transformasi digital literasi digital terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern merupakan artikel ilmiah literature review dalam ruang lingkup ilmu manajemen pemasaran. Tujuan dari penulisan artikel ini yaitu membentuk hipotesis mengenai hubungan antar faktor, yang selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasaran. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian sebelumnya yang masih relevan dengan konsep penelitian ini. Data diperoleh dari platform online akademis terkemuka, termasuk Publish or Perish, Google Scholar, e-book dan jurnal terindeks Sinta. Hasil dari penelitian literature review ini yaitu: 1) Adanya dugaan bahwa Transformasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern; dan 2) Adanya dugaan bahwa Literasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern.

PENDAHULUAN

Di dunia yang serba digital saat ini, transformasi digital dan literasi digital merupakan variabel penting dalam menentukan keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Transformasi digital adalah integrasi teknologi digital ke seluruh

bagian operasional perusahaan, sedangkan enrichment, or exciting results (novelty-if available).

Literasi digital adalah pemahaman dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital. Keduanya secara signifikan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan di seluruh dunia menyadari perlunya transformasi digital agar tetap relevan dan kompetitif saat ini. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen, kemajuan teknis, dan semakin ketatnya persaingan di pasar dunia. Perusahaan dapat memanfaatkan transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, pengalaman pelanggan, dan menambah nilai melalui inovasi produk dan layanan. Perusahaan yang mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasinya dapat merespons perubahan pasar dengan lebih cepat, meningkatkan fleksibilitas, dan memperoleh manfaat kompetitif jangka Panjang (Azeem et al., 2021).

Baihaqi & Huda, (2023) mengemukakan bahwa transformasi digital akan gagal jika personelnnya kurang memiliki literasi digital yang memadai. Literasi digital sangat penting untuk memanfaatkan manfaat transformasi digital di perusahaan. Karyawan dengan pemahaman yang kuat tentang teknologi digital akan lebih efektif dalam menggunakan alat digital, berkolaborasi secara online, dan berkontribusi terhadap inovasi organisasi. Selain itu, literasi digital diperlukan untuk memastikan keamanan dan privasi data perusahaan, yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan reputasi merek. Hasilnya, transformasi digital dan literasi digital saling terkait erat dan bekerja sama untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di dunia saat ini.

Ada beberapa faktor yang mendorong dunia usaha untuk menerapkan transformasi digital dan meningkatkan tingkat literasi digital karyawannya. Pertama, pesaing yang bisa dengan cepat mengadopsi teknologi digital menimbulkan bahaya bagi organisasi yang enggan beradaptasi. Khaira et al., (2022) mengatakan bahwa lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, kapasitas untuk merespons perubahan dengan cepat merupakan hal yang sangat penting bagi kesuksesan. Kedua, perubahan perilaku pelanggan dan preferensi pasar mendorong organisasi untuk meningkatkan kemampuan digital mereka. Konsumen semakin menuntut pengalaman berbelanja yang lancar dan layanan individual, sehingga mengharuskan penggunaan teknologi digital inovatif oleh dunia usaha. Ketiga, transformasi digital dan peningkatan literasi digital dapat membantu dunia usaha mengoptimalkan operasionalnya dan memangkas pengeluaran. Perusahaan yang menggunakan teknologi digital untuk mengotomatisasi proses perusahaan dan meningkatkan efisiensi operasional dapat meminimalkan pemborosan sekaligus meningkatkan profitabilitas (Jumawan et al., 2020).

Meskipun terdapat banyak manfaat dari transformasi digital dan peningkatan literasi digital, terdapat juga permasalahan signifikan yang harus diatasi. Pertama, biaya dan kompleksitas penerapan teknologi digital mungkin menjadi penghalang bagi usaha tertentu, khususnya usaha kecil dan menengah. Biaya penerapan teknologi baru dan pelatihan masyarakat tentang cara

menggunakannya mungkin sangat besar. Kedua, penolakan terhadap perubahan dapat memperlambat laju transformasi digital. Beberapa staf mungkin ragu untuk meninggalkan cara kerja tradisional dan mengadopsi teknologi baru, sehingga membatasi keberhasilan penerapan transformasi digital. Untuk mengatasi permasalahan ini, manajemen perubahan dan pelatihan yang efektif sangatlah penting (Jumawan et al., 2023).

Pentingnya transformasi digital dan literasi digital dalam membangun keunggulan kompetitif saat ini tidak dapat dilebih-lebihkan. Perusahaan yang dapat dengan cepat mengadopsi teknologi digital, meningkatkan literasi digital karyawannya, dan memasukkan transformasi digital ke dalam strategi bisnisnya akan memiliki keunggulan signifikan dalam pasar yang semakin kompetitif. Transformasi digital dan literasi digital tidak hanya memerlukan penerapan teknologi baru, namun juga pengembangan budaya organisasi yang mendorong inovasi, kerja sama, dan pembelajaran terus-menerus. Oleh karena itu, transformasi digital dan pengembangan literasi digital menjadi perhatian utama bagi dunia usaha yang ingin tetap relevan dan unggul di dunia yang didominasi digital saat ini (Navanti et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka ditentukan rumusan masalah sebagai berikut: 1) Apakah transformasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern?; dan 2) Apakah literasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern?.

TINJAUAN TEORITIS

Keunggulan bersaing

Keunggulan bersaing adalah suatu skenario di mana suatu perusahaan atau organisasi dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggannya dibandingkan pesaingnya. Manfaat ini mungkin berasal dari berbagai sumber, termasuk biaya produksi yang lebih murah, diferensiasi produk, inovasi teknis, kualitas layanan yang lebih tinggi, atau kapasitas untuk beradaptasi lebih cepat terhadap pasar. Dalam dunia bisnis, keunggulan kompetitif memungkinkan suatu perusahaan memperoleh posisi dominan di pasar, menumbuhkan pangsa pasar, dan meningkatkan keuntungan. Keunggulan ini sering kali diperkuat oleh strategi yang efektif, sumber daya yang berbeda, dan kompetensi organisasi yang sulit ditiru oleh pesaing (Prihartono & Ali, 2020).

Transformasi digital

Transformasi digital adalah proses menggabungkan teknologi digital ke seluruh bagian operasional perusahaan, sehingga menghasilkan perubahan besar dalam cara perusahaan berjalan dan memberikan nilai kepada pelanggannya (Sulistyanto et al., 2022).

Literasi Digital

Literasi Digital mengacu pada kapasitas individu untuk memahami, menggunakan, dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui teknologi digital. Literasi digital mencakup kemampuan dasar dalam penggunaan

perangkat digital seperti komputer dan telepon pintar, serta kapasitas untuk mengakses, menilai, dan menggunakan informasi dari internet secara efisien dan etis (SARI, 2019).

METODOLOGI

Pemeriksaan Literatur Dalam penyusunan artikel, metodologi seperti tinjauan literatur sistematis (SLR) dan penelitian perpustakaan digunakan. Metode-metode tersebut menjalani evaluasi kualitatif, dan aksesibilitasnya diverifikasi melalui sumber web ilmiah termasuk Mendeley dan Google Cendekia. Tinjauan literatur sistematis (SLR) adalah proses ketat dan metodis yang melibatkan identifikasi, penilaian, dan pemeriksaan semua literatur penelitian terkait dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Saat melakukan analisis kualitatif, sangatlah penting untuk menerapkan tinjauan literatur secara konsisten sesuai dengan asumsi metodologis. Bersifat investigatif, analisis kualitatif dilakukan terutama karena alasan tersebut, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka diperoleh hasil penelitian ini sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing

Indikator atau dimensi yang terdapat pada keunggulan bersaing meliputi: 1) Biaya Rendah: Kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa dengan biaya lebih rendah dibandingkan pesaing, sehingga memungkinkan suatu perusahaan memberikan harga yang lebih kompetitif; 2) Diferensiasi Produk: Mengembangkan produk atau layanan khas yang menonjol di pasar, baik dari segi kualitas, fitur, desain, atau layanan tambahan yang tidak ditawarkan oleh pesaing; 3) Inovasi: Kemampuan untuk mengembangkan produk atau layanan baru dan memperbarui prosedur bisnis untuk meningkatkan efisiensi atau kualitas; dan 4) Kualitas: Memberikan produk atau layanan yang unggul dalam hal daya tahan, keandalan, dan kepuasan pelanggan (Desfiandi et al., 2017).

Keunggulan bersaing telah diteliti dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Octavia et al., 2020), (Hamdan et al., 2023), (Chong & Ali, 2022).

Transformasi Digital

Komputasi awan, analisis data besar, kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan blockchain adalah contoh teknologi yang digunakan dalam transformasi digital. Pendekatan ini berfokus tidak hanya pada pengintegrasian teknologi baru, namun juga pada transformasi budaya organisasi, model bisnis, dan proses kerja untuk meningkatkan nilai. Transformasi digital memungkinkan dunia usaha menjadi lebih tangkas, responsif, dan efisien, sekaligus menciptakan peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan. Retailer, misalnya, dapat menggunakan teknologi e-commerce dan analisis data untuk menganalisis perilaku konsumen dengan lebih baik, memberikan pengalaman berbelanja yang

disesuaikan, dan mengoptimalkan rantai pasokan mereka untuk meminimalkan biaya dan waktu pengiriman (Sulistyanto et al., 2022).

Indikator atau dimensi yang terdapat pada transformasi digital meliputi:

1) Integrasi Teknologi: Penggunaan teknologi digital seperti komputasi awan, analisis data besar, AI, IoT, dan blockchain dalam proses perusahaan sehari-hari; 2) Digitalisasi Proses: Penggunaan teknologi untuk mengotomatisasi dan meningkatkan efisiensi proses bisnis, seperti manajemen rantai pasokan, logistik, dan manufaktur; 3) Pengalaman Pelanggan: Menggunakan teknologi untuk meningkatkan interaksi dan layanan pelanggan, seperti platform e-commerce, aplikasi seluler, dan layanan pelanggan berbasis AI; dan 4) Budaya Digital: Menciptakan budaya organisasi yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan penggunaan teknologi secara efektif di semua tingkatan (Devianto & Dwiasnati, 2020).

Transformasi digital telah diteliti dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Izzuddin & Ilahiyyah, 2022), (Sulistyanto et al., 2022), (Devianto & Dwiasnati, 2020).

Literasi Digital

Memahami keamanan siber, privasi data, dan etika digital juga merupakan aspek penting dalam literasi digital. Dalam arti yang lebih luas, literasi digital mengacu pada kemampuan berinteraksi dan bekerja sama secara online, menghasilkan materi digital, dan memahami serta menerapkan teknologi digital untuk tujuan pendidikan, profesional, dan pribadi. Literasi digital menjadi semakin penting di era digital saat ini, ketika teknologi digital mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan hubungan sosial. Misalnya, di tempat kerja, literasi digital memungkinkan karyawan menggunakan alat kolaborasi online seperti email, konferensi video, dan perangkat lunak manajemen proyek agar dapat beroperasi dengan lebih sukses dan produktif (SARI, 2019).

Indikator atau dimensi yang terdapat pada keunggulan bersaing meliputi: 1) Akses Informasi: Kemampuan mencari, mengakses, dan menilai informasi yang diperoleh melalui internet dan sumber digital lainnya; 2) Komunikasi Digital: Kemampuan berkomunikasi secara efektif di berbagai platform digital, seperti email, media sosial, dan alat pesan instan; 3) Pembuatan Konten Digital: Kemampuan untuk membuat, memodifikasi, dan bertukar konten digital seperti teks, foto, video, dan audio; dan 4) Keamanan dan Privasi Digital: Memahami perlunya keamanan siber dan privasi data, serta kemampuan untuk mempertahankan diri dari serangan online (Soleha & Hidayah, 2022).

Keunggulan bersaing telah diteliti dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Li et al., 2020), (SARI, 2019), (Soleha & Hidayah, 2022).

Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	Dasar Hipotesis
1.	(Baihaqi & Huda, 2023)	Transformasi digital dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan	Pengaruh transformasi digital terhadap keunggulan bersaing	Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan	H1
2.	(D. Firmansyah & Saepuloh, 2022)	Literasi digital dan transformasi digital berpengaruh terhadap daya saing bisnis	Pengaruh literasi digital terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern	Pengaruh transformasi digital terhadap keunggulan bersaing	H2

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan-temuan tersebut di atas dan penelitian-penelitian terdahulu, maka dirumuskan pembahasan penelitian sebagai berikut:

1. Dampak Transformasi Digital terhadap Keunggulan Bersaing Bisnis di Era Modern

Transformasi digital mempunyai dampak yang luar biasa terhadap daya saing perusahaan saat ini, khususnya dalam hal efektivitas biaya, diferensiasi produk, inovasi, dan kualitas. Transformasi ini melibatkan integrasi teknologi, digitalisasi proses, pengalaman pelanggan, dan budaya digital, yang semuanya membantu perusahaan menjadi lebih efisien, inovatif, dan responsif terhadap permintaan pasar.

Integrasi teknologi adalah landasan transformasi digital, yang memungkinkan perusahaan untuk memasukkan berbagai teknologi digital ke dalam operasi mereka, termasuk komputasi awan, analisis data besar, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things. Koneksi ini memungkinkan bisnis untuk mengoptimalkan operasi mereka sekaligus menurunkan biaya produksi dan operasional. Misalnya, komputasi awan dapat memangkas pengeluaran infrastruktur TI dengan menghilangkan kebutuhan pengeluaran besar pada server fisik dan peralatan lainnya. Selain itu, analisis big data memungkinkan perusahaan mengevaluasi data dalam jumlah besar dengan cepat dan efektif, membantu mereka mengidentifikasi tren pasar, mengoptimalkan rantai pasokan, dan mengurangi pemborosan. Semua ini membantu mencapai biaya rendah, yang merupakan salah satu aspek terpenting dari keunggulan kompetitif.

Digitalisasi proses adalah aspek lain dari transformasi digital yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Perusahaan yang mengotomatiskan prosedur bisnis dapat meningkatkan produktivitas dan menghilangkan kesalahan manusia. Sistem otomatis kini dapat melakukan aktivitas yang biasa dan berulang, sehingga memberikan kebebasan bagi karyawan untuk fokus pada pekerjaan yang lebih strategis dan bernilai tambah. Otomatisasi manajemen inventaris, misalnya, dapat memanfaatkan teknologi seperti sensor RFID dan IoT untuk melacak stok secara real-time, sehingga mengurangi kekurangan dan

kelebihan inventaris. Selain itu, otomatisasi proses bisnis dapat mempersingkat waktu siklus produksi dan pengiriman, sehingga menawarkan keuntungan bagi bisnis dalam kecepatan operasional dan efisiensi. Hal ini tidak hanya menurunkan biaya, namun juga meningkatkan kualitas produk dan layanan, karena operasi otomatis lebih konsisten dan dapat diandalkan.

Pengalaman pelanggan juga berubah secara signifikan sebagai akibat dari transformasi digital. Perusahaan dapat menggunakan teknologi digital untuk memberikan layanan yang lebih personal dan responsif, sehingga meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas konsumen. Misalnya, platform e-commerce dan aplikasi seluler memungkinkan pelanggan melakukan pembelian kapan pun dan di mana pun mereka memilih, sementara teknologi AI dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan riwayat belanja sebelumnya. Pengalaman pelanggan yang lebih baik ini dapat menjadi elemen diferensiasi produk yang utama, karena masyarakat lebih memilih merek yang memberikan pengalaman berbelanja positif dan layanan pelanggan yang cepat. Selain itu, penggunaan teknologi seperti chatbots dan asisten virtual dapat meningkatkan efisiensi layanan pelanggan dengan menyediakan dukungan 24 jam, sehingga menghasilkan kualitas layanan yang lebih baik.

Budaya digital adalah komponen transformasi digital yang melibatkan perubahan dalam cara organisasi berjalan dan berinteraksi baik di dalam maupun di luar. Budaya digital mendorong inovasi dengan menyediakan lingkungan yang kondusif untuk eksperimen, kerja sama, dan adopsi teknologi baru. Karyawan dalam budaya digital didorong untuk menghasilkan ide-ide baru, mencoba cara-cara kreatif, dan bekerja secara lintas fungsi untuk mengembangkan solusi yang lebih baik. Misalnya, bisnis teknologi seperti Google dan Apple dikenal dengan budaya digitalnya yang kuat, yang memungkinkan karyawan bereksperimen dan berkreasi, sehingga menghasilkan produk dan layanan baru yang diakui di seluruh dunia. Budaya digital juga memungkinkan bisnis beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga memberikan keunggulan kompetitif dalam hal kreativitas dan daya tanggap.

Integrasi teknologi, digitalisasi proses, pengalaman pelanggan, dan budaya digital semuanya berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan di zaman modern dengan cara yang berbeda-beda. Pertama, biaya rendah dicapai dengan meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi dan analisis data, sehingga memungkinkan bisnis memangkas biaya limbah dan produksi. Kedua, kapasitas untuk memberikan pengalaman klien individual dan layanan luar biasa membedakan organisasi dari pesaingnya. Ketiga, inovasi didorong oleh budaya digital yang mendukung eksperimen dan adopsi teknologi baru, sehingga memungkinkan dunia usaha menghasilkan produk dan layanan yang unik dan bernilai tambah. Terakhir, kualitas ditingkatkan melalui proses otomatis dan analitis yang memastikan konsistensi dan keandalan produk dan layanan yang disediakan.

Secara keseluruhan, transformasi digital berdampak signifikan terhadap daya saing perusahaan saat ini. Perusahaan yang berhasil memasukkan

teknologi digital ke dalam operasi mereka, mendigitalkan proses bisnis, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menumbuhkan budaya digital yang inventif dan kolaboratif akan memiliki posisi yang lebih baik untuk berkembang di pasar yang sangat kompetitif. Mereka tidak hanya mampu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi, namun juga menyediakan produk dan layanan yang lebih baik dan lebih disesuaikan dengan kebutuhan klien, sehingga menghasilkan nilai tambah yang besar dan berjangka panjang. Oleh karena itu, transformasi digital merupakan strategi penting yang harus diterapkan oleh dunia usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar saat ini.

2.Dampak Literasi Digital terhadap Keunggulan Bersaing Bisnis di Era Modern

Literasi digital berdampak besar terhadap daya saing perusahaan saat ini, khususnya dalam hal efektivitas biaya, diferensiasi produk, inovasi, dan kualitas. Literasi digital terdiri dari empat komponen utama: akses informasi, komunikasi digital, pembuatan konten digital, serta keamanan dan privasi digital. Masing-masing komponen tersebut berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional, inovasi, dan daya saing pasar suatu perusahaan. Akses terhadap informasi merupakan komponen penting dari literasi digital, yang mempengaruhi daya saing perusahaan. Karyawan dengan kemampuan literasi digital yang kuat dapat dengan mudah menemukan, mengakses, dan menilai informasi penting dari berbagai sumber online. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mengikuti tren pasar terkini, kemajuan teknologi, dan perubahan permintaan pelanggan. Perusahaan yang menggunakan informasi yang tepat dan akurat dapat mengambil keputusan bisnis lebih cepat dan lebih baik, sehingga menghasilkan biaya operasional yang lebih rendah dan efisiensi yang lebih tinggi. Perusahaan, misalnya, mungkin menggunakan analisis data dan teknologi pengambilan informasi untuk mengungkap peluang memangkas biaya produksi atau mencari pemasok baru yang lebih kompetitif.

Komunikasi digital juga merupakan komponen penting dari literasi digital, yang membantu bisnis bersaing. Kapasitas untuk berkomunikasi secara efektif menggunakan berbagai platform digital seperti email, media sosial, dan alat kolaborasi online memungkinkan karyawan dan tim manajemen untuk terlibat secara efisien, berbagi informasi, dan berkolaborasi dalam inisiatif-inisiatif penting melintasi batas-batas geografis. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga memungkinkan bisnis untuk beradaptasi lebih cepat terhadap keinginan dan komentar klien, yang merupakan hal penting dalam mencapai kekhasan produk. Perusahaan yang dapat mempertahankan komunikasi yang lancar dan responsif memiliki hubungan pelanggan yang lebih kuat, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Produksi konten digital adalah aspek lain dari literasi digital yang secara langsung memengaruhi inovasi dan diferensiasi produk. Karyawan yang mahir dalam produksi konten digital dapat membuat materi pemasaran yang menarik, presentasi yang mendidik, dan konten media sosial yang menarik, yang semuanya menambah citra merek yang kuat dan menarik perhatian pasar.

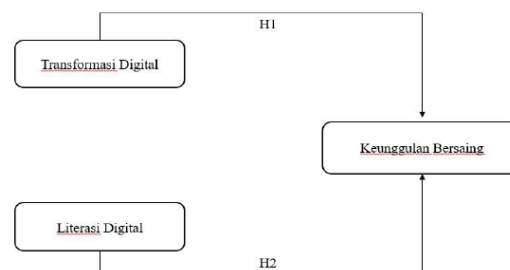
Dengan kemampuan untuk membuat konten berkualitas tinggi, bisnis dapat menyajikan produk dan layanan baru dengan cara yang lebih imajinatif dan efektif, sehingga membedakan dirinya dari pesaing. Selain itu, konten digital yang diproduksi dengan baik dapat digunakan untuk mengedukasi pelanggan, membantu mereka memahami manfaat dan aspek pembeda dari produk atau layanan yang diberikan, sehingga meningkatkan nilai yang dirasakan dan loyalitas pelanggan.

Keamanan dan privasi digital adalah komponen utama literasi digital, yang mempunyai implikasi signifikan terhadap kualitas dan kepercayaan pelanggan. Di era digital, bahaya keamanan siber semakin meningkat, dan perusahaan yang gagal melindungi data pelanggan dan informasi sensitif berisiko kehilangan kepercayaan dan reputasi. Karyawan yang menghargai nilai keamanan digital dan privasi dapat membantu bisnis dalam menerapkan langkah-langkah keamanan yang efektif seperti enkripsi data, kata sandi yang kuat, dan praktik terbaik keamanan siber lainnya. Perusahaan dapat membatasi risiko pelanggaran data yang merugikan sambil menjaga integritas operasional dengan menjamin keamanan data dan sistem mereka dari ancaman dunia maya. Keamanan yang baik juga memberikan pelanggan rasa aman dan kepercayaan terhadap perusahaan, yang sangat penting untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan pemberian layanan.

Secara keseluruhan, literasi digital, yang mencakup akses informasi, komunikasi digital, pembuatan konten digital, serta keamanan dan privasi digital, membantu bisnis memperoleh keunggulan kompetitif saat ini. Perusahaan dapat mengurangi pengeluaran dan meningkatkan efisiensi operasional dengan memastikan akses informasi yang cepat dan akurat. Komunikasi digital yang efektif mendorong kolaborasi yang lebih baik dan lebih tanggap terhadap permintaan klien, sehingga membantu diferensiasi produk. Kemampuan untuk mengembangkan materi digital berkualitas tinggi mendorong inovasi dan meningkatkan citra merek di pasar. Terakhir, prosedur keamanan dan privasi digital yang solid memastikan bahwa bisnis dapat menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan sekaligus menjaga aset digital mereka dari serangan dunia maya.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil analisis fakta, teori dan rumusan masalah diatas, maka ditentukan kerangka konseptual sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka diatas, maka dapat dibangun hipotesis bahwa :

H1. Transformasi digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern

H2. Literasi digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern.

Namun selain transformasi digital dan literasi digital yang berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern, terdapat variabel lain yang mempengaruhinya, antara lain:

1. Citra Merek: (Navanti & Sumantyo, 2024), (Ali et al., 2023), (Saputra & Sumantyo, 2022).
2. Kualitas Layanan: (N. Firmansyah & Ali, 2019), (Jumawan & Susanto, 2022), (Jumawan, 2018).
3. Kualitas Produk: (Mahaputra & Saputra, 2021), (Junikon & Ali, 2022), (Thanh Nguyen et al., 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, hasil dan pembahasan diatas, maka ditentukan kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Adanya preposisi transformasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern; dan
2. Adanya preposisi literasi digital berdampak terhadap keunggulan bersaing bisnis di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In In Deeppublish: Yogyakarta.
- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, E. B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682.
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66(January), 101635. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101635>
- Baihaqi, A., & Huda, M. (2023). Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Umkm di Kabupaten Pasuruan. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 120–130.
- Chong, D., & Ali, H. (2022). LITERATURE REVIEW : COMPETITIVE STRATEGY , COMPETITIVE ADVANTAGES , AND MARKETING PERFORMANCE ON E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 299–309.
- Desfiandi, A., Fionita, I., & Ali, H. (2017). Implementation of the information systems and the creative economy for the competitive advantages on

- tourism in the province of Lampung. *International Journal of Economic Research*.
- Devianto, Y., & Dwiasnati, S. (2020). Kerangka Kerja Sistem Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia Indonesia. *Jurnal Telekomunikasi Dan Komputer*, 10(1), 19. <https://doi.org/10.22441/incomtech.v10i1.7460>
- Firmansyah, D., & Saepuloh, D. (2022). Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250.
- Firmansyah, N., & Ali, H. (2019). Consumer Trust Model : The Impact of Satisfaction and E-Service Quality toward Repurchase Intention in E-Commerce. 6256, 552–559. <https://doi.org/10.21276/sjhss.2019.4.8.4>
- Hamdan, H., Ali, H., Mahaputra, M. R., Marlapa, E., Maharani, A., Mahaputra, M. R., Saputra, E. B., Satriawan, N., Nofrialdi, R., Setiawan, H. A., Yandi, A., Gupron, G., & Saputra, F. (2023). INDONESIA ONLINE SHOPPING PERSPECTIVE: RELATIONSHIP E-SATISFACTION, E-COMMITMENT, E-WOM AND E-REPURCHASE INTENTION. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), 1–26.
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Jumawan, Hadita, & Khalida, R. (2020). Peranan Teknologi dan Informasi Dalam Kepemimpinan di Karang Taruna Kelurahan Harapan Jaya. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat) UBJ*, 3(1), 33–40.
- Jumawan, J. (2018). The Effect of Service Quality on Loyalty using Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Entrepreneurs in Bekasi Bonded Zone). *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 4(5), 389–394. <https://doi.org/10.22161/ijaems.4.5.9>
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Jumawan, J., & Susanto, P. C. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara. *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 19(2), 45–52.
- Junikon, E., & Ali, H. (2022). The Influence of Product Quality and Sales Promotion on Repurchase Intention & Impulsive Buying (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(2), 297–305. <https://dinastipub.org/DIJMS/article/view/1525/1063>
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Li, J., Wu, Y., & Xiao, J. J. (2020). The impact of digital finance on household consumption: Evidence from China. *Economic Modelling*, 86(September 2019), 317–326. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.09.027>

- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH , ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 53–73.
- Navanti, D., Taufik, A. R., & Hakim, I. (2023). The Quality Measurement of Products, Services, and Advertising on Customer Satisfaction at Fast Food Restaurant in Bekasi Area (A Case Study at J. Co Donuts & Coffee). *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 2(6), 2461–2472.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., & Ali, H. (2020). Innovation Capability and Supply Chain Management: Empirical study of Indonesian Traditional Herbal Medicine Products. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 601–608.
<https://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/4337/2210>
- Prihartono, & Ali, H. (2020). The promises ethics and marketing concept strategy as a competitive advantage on private higher education (A survey on perception of product attributes and promotion mix in Indonesia). *Talent Development and Excellence*.
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2022). The Role of Marketing Management in Information Industry: Corporate Image , Brand Awareness and Promotion (Case Study at PT Lensa Potret Mandiri). *Jornal of Applied Management and Business*, 3(2), 46–54. <https://doi.org/10.37802/jamb.v3i2.267>
- SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>
- Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan bertransaksi terhadap minat generasi millennial dalam menggunakan dompet digital (shopeepay). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 312–316.
- Sulistyanto, A., Muhamad, P., Dwinarko, & Sjafrizal, T. (2022). Pemberdayaan dan Pendampingan Masyarakat Desa dalam Transformasi Digital Pelayanan Publik Berbasis Website. *ABDIRA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 117–128. <http://abdira.org/index.php/abdira/article/view/173>
- Thanh Nguyen, P., Ali, H., & Agung Hudaya. (2019). MODEL BUYING DECISION AND REPEAT PURCHASE: PRODUCT QUALITY ANALYSIS (Case Study of Bank Permata Syariah Jakarta KPR Financing Customers). *Dinasti International Journal of Management Science*. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i1.29>