

DAMPAK TRANSFORMASI DIGITAL TERDAHAP KINERJA BISNIS SELAMA MASA PANDEMI COVID-19: LITERATUR REVIEW PADA BERBAGAI SEKTOR PERUSAHAAN

Putu Anisa Gayatri¹, Putu Wahyu Permana Arta², Lucy Sri Musmini³, Desak Nyoman Sri Werastuti⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Ganesha

Email: anisa.gayatri@student.undiksha.ac.id

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 menuntut perusahaan agar dapat beradaptasi menghadapi risiko penurunan kinerja bisnis dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau kembali dampak dari penerapan transformasi digital terhadap kinerja perusahaan di berbagai sektor pada masa Pandemi COVID-19. Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah *literature review* dengan pendekatan sistematis untuk melakukan analisis data secara *simplified approach*. Penelitian menemukan bahwa penerapan teknologi digital memberikan dampak yang positif terhadap kinerja bisnis diberbagai sektor mulai dari sektor non-teknologi, manufaktur, jasa keuangan dan perbankan, ritel, warisan budaya, hingga UMKM di berbagai belahan dunia. Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar secara global, serta memperkuat keterlibatan dan kepuasan pelanggan. Temuan dari literatur yang dikaji menggarisbawahi bahwa adopsi digitalisasi dapat menciptakan nilai yang lebih luas bagi konsumen dan masyarakat.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Kinerja Bisnis, Pandemi COVID-19.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic requires companies to be able to adapt to the risk of declining business performance and increase competitiveness. This study aims to review the impact of implementing digital transformation on company performance in various sectors during the COVID-19 Pandemic. The method used in this study is a literature review with a systematic approach to conduct data analysis with a simplified approach. The study found that the application of digital technology has a positive impact on business performance in various sectors ranging from non-technology, manufacturing, financial services and banking, retail, cultural heritage, to MSMEs in various parts of the world. Digital transformation allows companies to respond quickly to market changes, increase operational efficiency, expand market reach globally, and strengthen customer engagement and satisfaction. Findings from the literature reviewed underline that the application of digitalization can create broader value for consumers and society.

Keywords: Digital Transformation, Business Performance, COVID-19 Pandemic.

A. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 menjadi salah satu krisis global yang memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor di seluruh dunia. Berbagai kebijakan pemerintah seperti pembatasan sosial yang diterapkan untuk menekan penyebaran virus, telah menyebabkan perubahan drastis pada lingkungan kerja dan operasional bisnis. Pandemi COVID-19 memberikan pengalaman nyata tentang dunia yang penuh ketidakpastian, kompleks, dan ambigu (Saputra et al., 2022). Situasi pandemi ini menuntut perusahaan untuk segera beradaptasi agar mampu menghadapi risiko penurunan kinerja bisnis dan meningkatkan daya saing. Digitalisasi dapat menjadi solusi dan strategi krusial untuk meningkatkan ketahanan bisnis, menjaga kinerja, dan mengurangi dampak negatif dari guncangan ekonomi yang diakibatkan pandemi.

Menurut Biro Analisis Ekonomi (BEA), pada tahun 2019, ekonomi digital telah menyumbang hampir 10% dari PDB dan merupakan sektor keempat terbesar dalam ekonomi AS (BEA, 2021). Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan industri digital, penyebaran dan adopsi teknologi digital memberikan dampak yang besar pada sektor non digital. Proses inilah yang disebut dengan digitalisasi atau transformasi digital yang telah mengubah model bisnis perusahaan non-teknologi dengan memasukkan inovasi digital ke dalam proses operasional bisnisnya (Gaspar et al., 2024). Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya menjadi strategi untuk efisiensi tetapi juga sebagai elemen esensial bagi ketahanan bisnis. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan produktivitas dan mengoptimalkan sumber daya, meskipun ada pembatasan fisik yang diberlakukan selama pandemi. Adopsi teknologi informasi dan komunikasi (ICT), teleworking, serta otomatisasi proses bisnis, memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasional secara jarak jauh dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui platform digital.

Dengan pemanfaatan platform digital, perusahaan akan mampu merespons dengan cepat perubahan pasar yang tiba-tiba, serta meningkatkan fleksibilitas dalam pengelolaan rantai pasokan, pemasaran, dan operasional secara keseluruhan. Sebagai contoh, perusahaan di sektor ritel yang telah beralih ke model bisnis digital dapat tetap melayani konsumen melalui e-commerce, sementara perusahaan yang tidak terdigitalisasi mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi selama pandemi. Di Timur Tengah dan Asia Tengah, penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat digitalisasi lebih tinggi mampu mengurangi penurunan penjualan hingga 4 persen lebih baik dibandingkan perusahaan yang terbatas dalam mengadopsi teknologi digital (Abidi et al., 2023).

Meski demikian, selama pandemi masih ada perusahaan yang belum mampu beradaptasi mengadopsi penggunaan teknologi. Hal ini dikarenakan kurangnya kapabilitas digital dan kepemimpinan perusahaan yang tidak mendorong adanya eksplorasi dan inovasi digital. Menurut penelitian Saputra et al. (2024) kapabilitas digital memainkan peran penting dalam mendukung kepemimpinan ambidekster atau kepemimpinan yang mendorong inovasi yang pada akhirnya akan meningkatkan kelincuhan bisnis perusahaan. Dari ketiga aspek kelincuhan bisnis, kelincuhan rantai pasokan memiliki pengaruh yang besar pada kinerja perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk meninjau kembali dampak dari penerapan transformasi digital terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini memiliki keterbaruan yang terletak pada pendekatan literatur review yang digunakan untuk menggali dampak penerapan transformasi digital pada kinerja bisnis di berbagai sektor perusahaan di berbagai belahan dunia. Berbeda dari penelitian terdahulu yang berfokus pada satu sektor dan berfokus pada kinerja yang dihasilkan, maka kajian penelitian ini akan membandingkan penerapan digitalisasi pada sektor yang berbeda serta adopsi teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja. Teknologi yang berbeda tentunya akan mengatasi masalah yang berbeda dan memberikan hasil kinerja yang berbeda pula. Dengan demikian, kajian ini diharapkan memberikan kontribusi baru yang dapat memberikan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengadopsi digitalisasi dalam sistem perusahaannya.

B. KAJIAN PUSTAKA

1.1 Konsep Teori *Dynamic Capability View* (DCV)

Teori *Dynamic Capability View* (DCV) menekankan pentingnya kemampuan perusahaan untuk beradaptasi, berinovasi, dan mengubah sumber daya internal guna tetap kompetitif di tengah lingkungan bisnis yang dinamis. Berdasarkan teori ini, kesuksesan jangka panjang perusahaan tidak hanya bergantung pada aset atau sumber daya yang dimiliki, tetapi juga pada kapabilitas perusahaan dalam merespons perubahan di pasar, teknologi, dan persaingan (Bui & Le, 2023). DCV terdiri dari tiga komponen utama: *sensing*, *seizing*, dan *transforming*. *Sensing* adalah kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, seperti perubahan tren pasar dan preferensi konsumen. *Seizing* mencakup kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang dengan cepat dan efektif, misalnya, melalui pengembangan produk baru atau strategi pemasaran yang relevan. *Transforming* adalah kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi, misalnya dengan

mengubah proses bisnis atau model operasional untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

Teori DCV ini diterapkan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan dapat bertahan dan berkembang selama pandemi COVID-19 melalui kapabilitas dinamis yang didukung oleh teknologi digital. Perusahaan yang memiliki kapabilitas digital yang dinamis dan kuat terbukti lebih adaptif dan mampu mempertahankan daya saing mereka, baik melalui optimalisasi operasional, peningkatan keterlibatan pelanggan, atau adopsi model bisnis *multi-channel* yang mengintegrasikan platform digital. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks, DCV menjadi landasan penting bagi keberlanjutan perusahaan, karena kapabilitas ini memungkinkan perusahaan untuk terus relevan dan kompetitif di pasar yang berubah cepat.

1.2 Transformasi Digital dalam Bisnis

Transformasi digital adalah penggunaan teknologi digital untuk memberdayakan perusahaan melalui penerapan komprehensif dan konfigurasi kemampuan digital untuk mengelola risiko yang mungkin timbul pada perusahaan dan ketidakpastian yang dihadapi perusahaan secara tepat (Miranti & Santosa, 2024). Transformasi digital mampu mendorong inovasi di luar batas organisasi ke dalam jaringan inovasi eksternal. Transformasi digital ditandai dengan perubahan dibangun di atas fondasi teknologi. Dalam suatu perusahaan, transformasi digital didefinisikan sebagai pergeseran organisasi ke platform data besar, analitik, cloud, seluler, dan media sosial (Kurniawan et al., 2021). Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan model bisnis berbasis data yang mengurangi biaya operasi dan meningkatkan efisiensi.

1.3 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah ukuran seberapa baik perusahaan dapat memenuhi tujuan dan sasarannya dibandingkan dengan pesaing utamanya. Secara umum, kinerja perusahaan yang unggul biasanya ditandai dengan profitabilitas, pertumbuhan dan nilai pasar (Kurniawan et al., 2021). Kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun faktor eksternal. Pandemi COVID-19 dapat menjadi salah satu kondisi eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu inovasi digital untuk mengatasi tantangan pandemi, selain agar perusahaan memiliki kinerja yang kompetitif. Kinerja kompetitif digunakan sebagai ukuran kinerja inovasi, kinerja produk dan kinerja penjualan. Beberapa peneliti telah menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja kompetitif.

Manajemen hubungan pemasok yang efektif dengan pemanfaatan teknologi digital akan mengurangi biaya dan ketidakpastian yang terkait dengan relokasi sehingga menghasilkan pengiriman dan kinerja kompetitif yang akurat (Miranti & Santosa, 2024).

C. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode *literature review* untuk menganalisis berbagai penelitian tentang dampak transformasi digital pada kinerja bisnis selama pandemi COVID-19. *Literature review* adalah menyediakan kerangka kerja berkaitan dengan temuan baru dan temuan sebelumnya guna mengidentifikasi indikasi ada atau tidaknya kemajuan dari hasil suatu kajian melalui penelitian komprehensif dan hasil interpretasi dari literatur yang berhubungan dengan topik tertentu dimana di dalamnya mengidentifikasi pertanyaan penelitian dengan mencari dan menganalisis literatur yang relevan menggunakan pendekatan sistematis. Metode yang di gunakan pada literature review melalui pendekatan sistematis untuk melakukan analisa data secara *simplified approach*. *Simplified approach* merupakan analisa data dengan cara melakukan kompilasi dari setiap artikel yang didapat dan menyederhanakan setiap temuannya.

Artikel yang digunakan difokuskan pada artikel original empirical research atau artikel penelitian yang berisi hasil dari pengamatan aktual atau eksperimen yang memuat abstrak, pendahuluan, metode, hasil, dan diskusi. Strategi pencarian artikel menggunakan database yang tersedia pada Publish or Perish dan Elsevier untuk menemukan jurnal dengan indeks Scopus dan Sinta. Kata kunci dalam menemukan artikel, yaitu “*digitalization*”, “*digital transformation*”, “*firm performance*”, dan “*Pandemic COVID-19*”. Dari pencarian, ditentukan tujuh artikel untuk direview, dimana 5 artikel berbahasa Inggris dengan indeks Scopus dan 2 artikel berbahasa Indonesia dengan indeks Sinta.

Pendekatan *Simplified Approach* dimulai dengan mengidentifikasi literatur yang relevan dari jurnal akademik, laporan industri, dan data sekunder yang berfokus pada transformasi digital dan ketahanan bisnis di tengah pandemi COVID-19. Selanjutnya, dilakukan telaah kritis untuk menilai kekuatan dan kelemahan setiap literatur, sambil mengidentifikasi tema-tema utama yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Tema-tema yang sejenis digabungkan, diberi nama yang tepat, dan dianalisis secara komparatif untuk memahami peran digitalisasi dalam ketahanan bisnis di berbagai sektor. Langkah terakhir adalah meninjau kembali hasil *critical appraisal* dan memastikan bahwa pola yang ditemukan menunjukkan hubungan signifikan

antara digitalisasi dan kinerja bisnis, sehingga semua temuan dapat menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.4 Hasil

Temuan utama dari literatur ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang diterapkan perusahaan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan dan ketahanan kinerja bisnis dari berbagai sektor di masa pandemi COVID-19. Namun, penerapan transformasi digital ini perlu disertai dengan kapabilitas digital, kelincahan pemasaran, dan kelincahan dalam penyesuaian operasional. Berikut adalah temuan utama dari literatur yang telah direview dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Temuan Utama Hasil Literatur Review

No	Peneliti	Fokus Penelitian	Metodologi	Hasil Temuan
1	Gaspar et al. (2024)	Dampak penerapan digitalisasi terhadap kinerja dan ketahanan perusahaan non-teknologi selama pandemi dan bencana alam di Amerika Serikat	Metode <i>difference-in-differences</i> (DID)	Perusahaan non-teknologi dengan intensitas digital yang tinggi memiliki kinerja yang lebih baik selama krisis. Saat pandemi COVID-19, perusahaan dengan intensitas digital tinggi menunjukkan peningkatan signifikan dalam abnormal returns, profitabilitas, dan pertumbuhan pendapatan.
2	Miranti dan Santosa (2024)	Dampak transformasi digital terhadap kemampuan rantai pasokan	SEM (<i>Structural Equation Model</i>)	Terdapat pengaruh positif transformasi digital terhadap pertukaran informasi rantai pasokan. Terdapat pengaruh positif

		dan kinerja kompetitif rantai pasokan pada UMKM di Jakarta Barat, Indonesia		transformasi digital terhadap kinerja kompetitif rantai pasokan.
3	Bui dan Le (2023)	Bagaimana kapabilitas digital dan kemampuan kreatif dapat meningkatkan kinerja perusahaan selama pandemi dan merumuskan strategi berbasis kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Vietnam.	Metode campuran, yaitu analisis kualitatif melalui wawancara dan survei kuantitatif	Kapabilitas digital dan kreatif memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan, yang kemudian mempengaruhi strategi CSR perusahaan.
4	Li et al. (2022)	Pengaruh penggunaan teknologi digital yang disertai kapabilitas dinamis terhadap kinerja perusahaan selama pandemi	Analisis multivariat mediasi menggunakan rutin PROCESS	Kelincahan dalam memanfaatkan pasar (<i>market capitalizing agility</i>) dan kelincahan dalam penyesuaian operasional (<i>operational adjustment agility</i>) secara penuh memediasi hubungan antara

		COVID-19 di Tiongkok.		kapabilitas digitalisasi dan kinerja perusahaan.
5	Husain (2021)	Konvergensi teknologi digital dalam mempertahankan dan mempromosikan sektor warisan budaya selama pandemi COVID-19.	Pendekatan kualitatif dan konseptual	Konvergensi teknologi digital memainkan peran yang penting dalam memperkuat dan mempertahankan sektor warisan budaya di tengah pandemi COVID-19.
6	Kurniawan et al. (2021)	Pengaruh transformasi digital terhadap kinerja bank Di Jawa Barat, Indonesia	<i>Partial Least Square</i> (PLS-SEM)	Transformasi digital memiliki pengaruh secara langsung terhadap kinerja Bank bjb (Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk) maupun secara tidak langsung melalui inovasi.
7	Nanda et al. (2021)	Dampak pandemi COVID-19 terhadap perusahaan properti ritel dan lanskap jalan utama di Inggris melalui percepatan <i>e-commerce</i> dan digitalisasi	Wawancara	Toko fisik perlu reposisi perannya sebagai bagian dari bisnis <i>multi-channel</i> dan perlu mendukung penggunaan platform digital untuk menarik pelanggan secara lebih luas dan meningkatkan daya saing di era digital.

Tabel 1. Menunjukkan bahwa penerapan transformasi digital pada perusahaan di masa kritis seperti pandemi COVID-19 dapat membantu meningkatkan dan mempertahankan kinerja bisnisnya. Penggunaan teknologi digital pada perusahaan dapat membantu manajemen rantai pasokan, menjangkau pelanggan yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing. Pemanfaatan teknologi digital ini akan semakin efektif apabila sumber daya perusahaan memiliki kapabilitas digital yang mumpuni, serta kelincahan pemasaran, dan kelincahan dalam penyesuaian operasional.

Transformasi digital terbukti sebagai faktor penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan di berbagai sektor selama pandemi COVID-19. Hal ini sesuai dengan temuan dari masing-masing literatur yang penelitiannya dilakukan pada sektor yang berbeda. Temuan pada penelitian yang dilakukan di perusahaan non-teknologi Amerika Serikat menunjukkan bahwa intensitas digital yang tinggi berkorelasi dengan kinerja keuangan yang lebih baik selama pandemi. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa perusahaan yang memiliki intensitas digital tinggi mengalami peningkatan dalam pertumbuhan penjualan, pengembalian aset (ROA), dan pangsa pasar dibandingkan perusahaan dengan intensitas digital rendah. Hal ini didukung oleh peran digitalisasi dalam meningkatkan fleksibilitas operasional dan mempercepat pengambilan keputusan berbasis data yang penting selama masa krisis (Gaspar et al., 2024). Dalam konteks ini, perusahaan yang lebih tinggi atau sering menggunakan teknologi digital dalam aktivitas perusahaannya mengalami pertumbuhan lebih baik berkat kemampuan beradaptasi secara cepat terhadap tantangan eksternal.

Hal tersebut juga didukung oleh hasil temuan penelitian pada perusahaan manufaktur di China yang menunjukkan bahwa kapabilitas digitalisasi yang diintegrasikan dalam sistem manajemen mampu meningkatkan ketahanan perusahaan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan *market capitalizing agility* dan *operational adjustment agility* yaitu kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan cepat terhadap dinamika pasar dan operasional yang berubah drastis akibat pandemi. Perusahaan manufaktur di China menunjukkan bahwa kelincahan dalam mengelola peluang pasar yang disediakan oleh kapabilitas digital memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif bahkan dalam kondisi krisis (Li et al., 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan perusahaan-perusahaan manufaktur untuk merespons lebih cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis, memastikan keberlanjutan operasional mereka di tengah ketidakpastian.

Hal serupa juga ditemukan terkait kapabilitas digital dan kreatif yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM di Vietnam pada masa pandemi COVID-19. Kapabilitas

digital yang mencakup penggunaan platform digital, keterampilan teknologi karyawan, dan integrasi layanan digital seperti logistik, memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan operasi bisnis dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil survei pada penelitian ini menunjukkan bahwa setelah mengadopsi platform digital, sebagian besar perusahaan mengalami peningkatan pendapatan baik dari ekspor maupun impor (Bui & Le, 2023). Perusahaan yang aktif di platform digital melaporkan peningkatan lalu lintas situs web dan visibilitas di mesin pencari yang dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing perusahaan. Selain itu, kapabilitas kreatif dalam perusahaan, seperti kemampuan karyawan untuk berinovasi dan mengembangkan produk baru, juga berkontribusi signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan memungkinkan mereka untuk merespons perubahan permintaan pasar dengan lebih baik.

Pada penelitian di UMKM Vietnam ini juga ditemukan bahwa kinerja perusahaan yang positif mendorong perusahaan untuk lebih aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial (CSR), yang bukan hanya sekadar alat pemasaran, melainkan bagian dari pencapaian dan kontribusi perusahaan terhadap Masyarakat (Bui & Le, 2023). Hal ini menunjukkan pengembangan kapabilitas digital dan kreatif tidak hanya meningkatkan kinerja operasional, tetapi juga mendorong perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas CSR yang lebih bermakna sebagai bentuk keberhasilan mereka di tengah situasi krisis

Penelitian pada sektor yang sama yaitu UMKM di Jakarta Barat Indonesia, juga menemukan hal yang serupa. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa digitalisasi berperan dalam peningkatan daya saing melalui efisiensi operasional dan integrasi rantai pasokan. Penerapan teknologi digital pada UMKM berkontribusi pada peningkatan pertukaran informasi dan integrasi aktivitas rantai pasokan, meskipun mediasi langsung dari kapabilitas ini terhadap kinerja kompetitif belum signifikan. UMKM yang berhasil menerapkan teknologi digital mampu merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat dan efisien, yang akhirnya memperkuat daya saing mereka dalam pasar yang kompetitif (Miranti & Santosa, 2024). Digitalisasi rantai pasokan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas dan transparansi yang penting dalam mengantisipasi gangguan dan mengurangi biaya operasional selama krisis Pandemi COVID-19.

Temuan di sektor lain yaitu sektor perbankan, khususnya pada Bank BJB di Indonesia, juga menunjukkan bahwa digitalisasi dan inovasi teknologi terbukti meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Bank BJB, sebagai lembaga keuangan yang menghadapi persaingan ketat, memanfaatkan transformasi digital

untuk mengembangkan layanan berbasis teknologi seperti aplikasi perbankan digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa transformasi ini tidak hanya mendukung kelancaran operasional tetapi juga meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang lebih cepat dan lebih mudah diakses (Kurniawan et al., 2021). Penelitian ini mendukung pandangan bahwa sektor jasa, khususnya keuangan, membutuhkan digitalisasi untuk mempertahankan pelanggan dan memperkuat posisi di pasar.

Temuan terkait digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan juga ditunjukkan pada sektor real estate ritel dan area *high street* (toko fashion pinggir jalan). Digitalisasi mendorong transformasi fungsi toko fisik menjadi lebih multi-channel, dimana toko fisik tidak hanya berfungsi sebagai lokasi penjualan langsung tetapi juga mendukung integrasi dengan platform digital. Pandemi memaksa bisnis ritel untuk cepat beradaptasi dengan platform digital yang memungkinkan konsumen untuk terus berbelanja meskipun terjadi pembatasan fisik (Nanda et al., 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen yang lebih mengandalkan platform digital telah berdampak pada bisnis properti ritel, terutama dalam mempercepat transformasi di area *high street*. Sementara pembatasan sosial memengaruhi operasional toko fisik, digitalisasi membuka peluang bagi toko-toko ini untuk bertahan dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang berubah.

Terakhir, teknologi digital memainkan peran yang sangat penting dalam memperkuat dan mempertahankan sektor warisan budaya di tengah pandemi COVID-19. Inovasi digital seperti *Augmented Reality* (AR), *Virtual Reality* (VR), dan berbagai aplikasi digital telah membantu lembaga-lembaga warisan budaya tetap terhubung dengan audiensnya di saat aktivitas fisik dibatasi. Contohnya, museum-museum mencatat peningkatan yang signifikan dalam kunjungan virtual, serta peningkatan kolaborasi melalui media sosial selama periode pandemi. Penggunaan teknologi digital memberikan kesempatan baru bagi lembaga-lembaga ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tetap relevan di era digital (Husain, 2021). Adaptasi teknologi digital dalam warisan budaya membantu menciptakan nilai tambah dan memperpanjang siklus hidup inovasi dalam sektor tersebut. Selain itu, digitalisasi memudahkan institusi warisan budaya dalam mengelola, menyimpan, dan menampilkan koleksi museum yang berpotensi meningkatkan *engagement* dengan komunitas lokal dan internasional.

Secara keseluruhan, ketujuh penelitian ini menggarisbawahi pentingnya digitalisasi sebagai strategi adaptasi yang esensial untuk bertahan di masa pandemi dan memitigasi

dampak krisis. Digitalisasi yang terintegrasi dalam operasi perusahaan tidak hanya meningkatkan daya saing melalui efisiensi dan kelincahan operasional, tetapi juga memperkuat daya tahan terhadap guncangan eksternal. Bagi perusahaan di berbagai sektor, peningkatan intensitas digital melalui penguatan kapabilitas teknologi telah terbukti membantu mereka merespons tantangan pandemi dengan lebih baik, mempercepat pemulihan, dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Pembahasan

1. Digitalisasi Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan

Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi dan merampingkan proses operasional yang berkontribusi signifikan terhadap efisiensi dan produktivitas. Dalam sektor perbankan, misalnya, penelitian pada Bank BJB menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital untuk layanan perbankan memungkinkan bank untuk mengurangi waktu pemrosesan transaksi dan meningkatkan aksesibilitas layanan bagi pelanggan, baik melalui aplikasi seluler maupun platform digital lainnya. Efisiensi ini tidak hanya mempercepat pelayanan, tetapi juga meningkatkan kemampuan bank untuk merespons permintaan pasar secara lebih cepat dan akurat, yang sangat penting dalam menghadapi situasi pandemi COVID-19 yang penuh ketidakpastian (Kurniawan et al., 2021).

Di sektor manufaktur di China, digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengelola rantai pasokan secara lebih efisien, menurunkan biaya operasional, dan meminimalkan kesalahan. Dengan menggunakan teknologi digital, perusahaan mampu meningkatkan kapabilitas mereka dalam mengelola inventaris, penjadwalan produksi, dan pengiriman barang ke pelanggan, yang semuanya berkontribusi terhadap pengurangan biaya dan peningkatan produktivitas operasional (Li et al., 2022). Digitalisasi juga memberikan keuntungan bagi UMKM di Jakarta Barat yang meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, digitalisasi mampu mempercepat proses komunikasi dan kolaborasi antar tim, sehingga meningkatkan respons terhadap kebutuhan pelanggan dan perubahan pasar secara *real-time* (Miranti & Santosa, 2024).

2. Digitalisasi Meningkatkan Daya Saing Global

Digitalisasi membuka peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas pasar secara global, terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor. Penelitian pada UMKM di Vietnam menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kapabilitas digital mampu

menjangkau pasar internasional melalui *platform e-commerce* yang mempercepat proses ekspor dan meningkatkan pendapatan. Sebagai contoh, perusahaan yang menggunakan platform digital untuk perdagangan internasional melaporkan peningkatan visibilitas produk mereka di pasar global dan peningkatan pangsa pasar (Bui & Le, 2023).

Kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam ekspor ini sangat penting dalam konteks persaingan global, di mana digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk memperpendek waktu yang diperlukan untuk memasuki pasar baru dan mengakses konsumen internasional. Penelitian ini menekankan bahwa digitalisasi tidak hanya memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan besar, tetapi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar global, bahkan dengan keterbatasan sumber daya. Temuan ini menunjukkan bahwa kapabilitas digital memberikan keunggulan signifikan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan internasional yang semakin ketat.

3. Digitalisasi Meningkatkan Keterlibatan dan Kepuasan Pelanggan

Digitalisasi memperluas kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung melalui berbagai saluran digital, seperti media sosial, situs *web*, dan aplikasi seluler. Di sektor perbankan, penelitian pada Bank BJB menunjukkan bahwa transformasi digital memungkinkan bank untuk menawarkan layanan yang lebih mudah diakses oleh pelanggan, seperti layanan perbankan *online* dan *mobile banking* yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik (Kurniawan et al., 2021). Dengan akses yang lebih mudah dan cepat ke layanan, pelanggan merasa lebih puas, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan hubungan jangka panjang dengan bank.

Demikian pula, UMKM dan sektor ritel selama Pandemi COVID-19 juga dapat mempertahankan keterlibatan pelanggan berkat digitalisasi. Perusahaan yang menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan mampu mengumpulkan umpan balik secara *real-time* yang membantu mereka dalam menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Peningkatan keterlibatan ini berkontribusi langsung terhadap loyalitas pelanggan, yang menjadi elemen penting dalam mempertahankan posisi kompetitif di pasar yang dinamis (Nanda et al., 2021).

4. Penguatan Kapabilitas Digital dan Kreatif

Digitalisasi juga memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kapabilitas kreatif, seperti inovasi produk dan layanan yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Penelitian pada UMKM di Vietnam menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kapabilitas kreatif yang kuat mampu merespons perubahan pasar dengan lebih baik dan menciptakan produk yang inovatif, yang memberikan mereka keunggulan kompetitif. Kapabilitas kreatif ini didukung oleh penggunaan teknologi digital yang memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan mengembangkan produk yang relevan (Bui & Le, 2023).

Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya mempercepat inovasi, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan analisis pasar yang lebih mendalam. Hal ini penting bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, di mana kapabilitas digital membantu mereka mengidentifikasi peluang pasar yang sebelumnya sulit dijangkau. Temuan ini menyoroti bahwa digitalisasi dan kapabilitas kreatif saling melengkapi dalam mendorong inovasi dan daya saing perusahaan di pasar yang berubah dengan cepat.

E. KESIMPULAN

Digitalisasi telah menjadi aspek penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan di berbagai sektor selama masa Pandemi COVID-19. Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar secara global, serta memperkuat keterlibatan dan kepuasan pelanggan. Dalam sektor manufaktur, perbankan, retail, dan UMKM, hingga warisan budaya telah terbukti bahwa digitalisasi mampu memperkuat kapabilitas kreatif yang mendorong inovasi produk dan layanan. Temuan dari literatur yang dikaji menggarisbawahi bahwa adopsi digitalisasi bukan hanya tentang otomatisasi, tetapi juga penciptaan nilai yang lebih luas bagi konsumen dan masyarakat.

Namun, masih terdapat sejumlah keterbatasan pada penelitian yang ada. Beberapa penelitian terbatas pada data *cross-sectional* sehingga tidak memungkinkan pengamatan jangka Panjang. Selain itu sebagian besar studi hanya berfokus pada satu sektor atau lokasi tertentu, belum ada tinjauan pada sektor pertambangan. Oleh karena itu, hasil kajian ini masih memerlukan dukungan dari studi yang lebih komprehensif dan mendalam. Sebagai saran untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk menggunakan data longitudinal agar efek jangka panjang dari digitalisasi dapat teramati dengan lebih baik. Penelitian di berbagai sektor dan negara yang berbeda juga perlu diperhitungkan untuk memberikan gambaran yang lebih

lengkap. Dengan pendekatan yang lebih luas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan panduan yang lebih akurat bagi perusahaan dalam merancang strategi digital yang berkelanjutan dan responsif terhadap perubahan pasar di masa krisis seperti Pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidi, N. (2023). Digitalization and resilience during the COVID-19 pandemic. *Telecommunications Policy* Volume 47, Issue 4, 102522. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2023.102522>
- Bui, MT. & Le, HL. (2023). Digital capability and creative capability to boost firm performance and formulate differentiated CSR-based strategy. *Journal Helion*, 34(4), 221-235. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14241>
- Gaspar, M., Xu, L., & Wang, S. (2024). Digitalization and the performance of non-technological firms: Evidence from the COVID-19 and natural disaster shocks. *Journal of Corporate Finance* 89: 102670. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2024.102670>
- Husain, Z. (2021). Paradigm of technological convergence and digital transformation: The challenges of CH sectors in the global COVID-19 pandemic and commencing resilience-based structure for the post-COVID-19 era. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage* Volume 21, e00182. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2021.e00182>
- Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh transformasi digital terhadap kinerja perbankan: Studi kasus Bank BJB. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)* Volume 10 No. 2 Tahun 2021: 159-181. <https://doi.org/10.34010/jika.v10i2.4426>
- Li, L., & Tong, Y. (2022). Digital technology-enabled dynamic capabilities and their impacts on firm performance: Evidence from the COVID-19 pandemic. *Information & Management* Volume 59, Issue 8:103689. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103689>
- Miranti, S., & Santosa, W. (2024). Dampak Transformasi Digital Pada Kemampuan Rantai Pasokan Dan Kinerja Kompetitif Rantai Pasokan: Studi kasus di Jakarta Barat. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7(5): 3639-3649. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11025>
- Nanda, A., Xu, Y., & Zhang, F. (2021). How would the COVID-19 pandemic reshape retail real estate and high streets through acceleration of E-commerce and digitalization. *Journal of Urban Management* Volume 10, Issue 2: 110-124. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.04.001>

