

TRANSFORMASI BISNIS MODERN MELALUI TEKNOLOGI INFORMASI, KOMUNIKASI, DAN APLIKASI DIGITAL

Muh. Rizal S^{1*}, Nur Hikmah Zainal², Nurhasni Muis³, Fitriana⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Administrasi Bisnis FIS-H UNM

Email: rizalsuyuti@unm.ac.id, nurhikmahzainal18@gmail.com, nurhasni.muis@unm.ac.id, fitriamzb@unm.ac.id

ABSTRAK. Transformasi bisnis modern kini didorong oleh perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan aplikasi digital yang menciptakan peluang inovasi dan efisiensi baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam mendukung efisiensi operasional, strategi komunikasi, dan adaptasi pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan studi kasus pada beberapa perusahaan yang telah berhasil mengadopsi teknologi ini. Teknik analisis melibatkan identifikasi pola penerapan teknologi dan dampaknya pada produktivitas serta kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pelanggan, dan mempercepat pengambilan keputusan berbasis data.

Kata Kunci: *transformasi bisnis, teknologi informasi, komunikasi digital, aplikasi digital*

Abstract. Modern business transformation is now driven by developments in information, communication, and digital application technologies, creating new opportunities for innovation and efficiency. This study aims to analyze the role of digital technology in supporting operational efficiency, communication strategies, and market adaptation. The research method used is qualitative analysis using a literature review approach and case studies of several companies that have successfully adopted this technology. The analysis technique involves identifying technology implementation patterns and their impact on productivity and customer satisfaction. The results show that technology integration improves operational efficiency, expands customer reach, and accelerates data-driven decision-making.

Keywords: business transformation, information technology, digital communication, digital applications

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, transformasi bisnis modern telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk tetap kompetitif. Perubahan ini terutama dipicu oleh perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan aplikasi digital yang mampu mengatasi tantangan utama dalam operasional dan strategi bisnis. Teknologi telah menjadi pilar utama dalam menciptakan efisiensi, meningkatkan kolaborasi, serta memperluas akses pasar global. Urgensi transformasi ini tidak hanya terletak pada tekanan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, tetapi juga pada meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap layanan yang lebih cepat, personal, dan berbasis teknologi.

Berdasarkan data yang diperoleh, 75% perusahaan yang mengadopsi aplikasi digital menunjukkan peningkatan produktivitas hingga 40%. Hal ini menegaskan perlunya Perusahaan mengintegrasikan teknologi sebagai bagian inti dari strategi mereka. Di sisi lain, perkembangan teknologi juga menghadirkan tantangan besar, terutama terkait dengan biaya implementasi dan pergeseran budaya organisasi. Banyak perusahaan, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menghadapi hambatan signifikan dalam mengakses teknologi canggih karena keterbatasan dana dan keterampilan sumber daya manusia yang tersedia. Menurut laporan dari McKinsey & Company (2022), sekitar 60% perusahaan kecil dan menengah di negara berkembang mengalami kesulitan dalam

mengadopsi teknologi baru karena kurangnya pelatihan dan sumber daya yang memadai. Oleh karena itu, pemahaman tentang strategi implementasi teknologi yang efektif dan langkah-langkah mitigasi hambatan ini menjadi kunci dalam keberhasilan transformasi digital perusahaan. Selain itu, meskipun teknologi informasi seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP), *blockchain*, dan *Internet of Things* (IoT) menawarkan berbagai manfaat, adopsi teknologi ini membutuhkan waktu dan usaha yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam mendukung efisiensi operasional, strategi komunikasi, dan adaptasi pasar, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan adopsi teknologi digital di berbagai perusahaan.

Dari tinjauan pustaka, menyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dalam Bisnis mampu mengurangi biaya operasional hingga 25%. Sementara itu, perusahaan yang menggunakan aplikasi digital dalam manajemen pelanggan berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 30%. Namun, tidak semua perusahaan mampu mengadopsi teknologi ini dengan efektif karena kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, biaya tinggi, dan resistensi terhadap perubahan. Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah dengan mengidentifikasi strategi adopsi teknologi yang dapat diimplementasikan secara bertahap.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang manfaat transformasi teknologi dalam bisnis modern serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengoptimalkan implementasinya. Berdasarkan permasalahan dan tinjauan pustaka yang ada, hipotesis yang diajukan adalah bahwa integrasi teknologi informasi, komunikasi, dan aplikasi digital secara signifikan

meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran teknologi informasi, komunikasi, dan aplikasi digital dalam mendukung transformasi Bisnis modern. Ruang lingkup penelitian mencakup analisis terhadap implementasi teknologi digital pada sektor retail dan layanan berbasis teknologi. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang telah berhasil mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis mereka.

Definisi operasional variabel mencakup tiga aspek utama:

1. Efisiensi Operasional – Pengurangan biaya dan waktu melalui otomasi proses.
2. Strategi Komunikasi – Penggunaan media digital untuk interaksi pelanggan.
3. Adaptasi Pasar – Penyesuaian strategi berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan.

Populasi penelitian meliputi perusahaan kecil hingga menengah (UMKM) dan korporasi besar di sektor terkait. Sampel dipilih secara purposive, mencakup lima perusahaan yang dianggap representatif berdasarkan tingkat digitalisasi mereka. Bahan utama penelitian berupa data sekunder dari laporan tahunan perusahaan, publikasi akademik, serta artikel media terkait transformasi digital. Alat utama yang digunakan adalah perangkat lunak analisis data kualitatif untuk mengidentifikasi pola penerapan teknologi. Teknik pengumpulan data melibatkan wawancara semi-terstruktur dengan manajer operasional dan pakar teknologi, serta dokumentasi dari laporan perusahaan. Teknik analisis data dilakukan secara tematik, dengan mengelompokkan

hasil berdasarkan kategori efisiensi operasional, strategi komunikasi, dan adaptasi pasar. Selain pendekatan kualitatif yang telah disebutkan, penelitian ini juga memanfaatkan metode triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, laporan tahunan, dan literatur akademik guna memastikan konsistensi data. Fokus tambahan lainnya adalah mengeksplorasi implementasi teknologi IoT dan blockchain pada perusahaan disektor retail dan manufaktur. Teknologi ini dipilih karena kemampuannya dalam meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi proses bisnis. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti Vivo untuk memetakan pola adopsi teknologi pada berbagai konteks perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan tiga aspek utama transformasi bisnis modern melalui teknologi informasi, komunikasi, dan aplikasi digital: efisiensi operasional, strategi komunikasi, dan adaptasi pasar. Temuan-temuan ini memberikan gambaran mendalam mengenai manfaat dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam proses transformasi digital.

1. Efisiensi Operasional

Penerapan teknologi digital seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan sistem otomasi terbukti mengurangi waktu penyelesaian tugas administratif dan meningkatkan produktivitas karyawan. Berdasarkan analisis, rata-rata waktu penyelesaian proses administrasi berkurang dari 40 jam menjadi 28 jam per minggu, menghemat 30% waktu. Otomasi juga memungkinkan peningkatan produktivitas harian sebesar 25%, dari rata-rata 100 unit menjadi 125 unit. Tabel 1 menyajikan data perbandingan efisiensi operasional sebelum dan setelah adopsi teknologi digital.

Tabel 1 Perbandingan Efisiensi Operasional Sebelum dan Setelah Adopsi Teknologi Digital.

Tabel 1. Kategori variabel penelitian

Kategori	Sub Adopsi	Set. Adopsi	Perubahan
Waktu proses (jam)	40	28	-30%
Produktivitas	100 unit/hari	125 unit/hari	+25%

2. Strategi Komunikasi

Teknologi komunikasi berbasis digital seperti media sosial dan aplikasi pesan instan memberikan keunggulan dalam menjangkau pelanggan secara lebih luas dan responsif. Data menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan platform digital melaporkan peningkatan interaksi pelanggan sebesar 40% dibandingkan dengan metode tradisional. Selain itu, aplikasi manajemen pelanggan (CRM) memungkinkan perusahaan untuk merespons keluhan pelanggan dalam waktu rata-rata kurang dari 24 jam. Grafik 1 menunjukkan pertumbuhan interaksi pelanggan pada lima perusahaan sampel selama dua tahun terakhir. Selain itu, chatbot berbasis AI juga semakin diterima oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi. Dengan kemampuan untuk memberikan respons instan bahkan di luar jam kerja, chatbot telah meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan Tingkat konversi penjualan meningkat sebesar 25% pada beberapa perusahaan yang menerapkannya. Penggunaan chatbot ini memberikan pengalaman interaktif yang lebih cepat dan memuaskan, yang pada gilirannya membantu perusahaan mempertahankan pelanggan. Strategi komunikasi memegang peran penting dalam keberhasilan penerapan teknologi digital seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan sistem otomasi. Meskipun teknologi mampu memberikan manfaat operasional seperti pengurangan waktu penyelesaian tugas dari 40 jam

menjadi 28 jam per minggu serta peningkatan produktivitas sebesar 25%, literatur menegaskan bahwa efektivitas komunikasi internal merupakan faktor kunci yang memungkinkan hasil tersebut dapat dicapai. Hal tersebut mengindikasikan bahwa implementasi sistem digital membutuhkan komunikasi yang jelas, terstruktur, dan partisipatif untuk dan memastikan Komunikasi perubahan (*change communication*) yang dilakukan mulai sejak tahap perencanaan hingga evaluasi mampu menurunkan resistensi terhadap penggunaan teknologi, meningkatkan pemahaman, serta mempercepat adopsi teknologi baru.

Pertama, komunikasi mengenai urgensi dan manfaat transformasi digital dianggap penting untuk membangun *sense of readiness*. Studi Kotter (2012) dan Armenakis & Harris (2009) menunjukkan bahwa kejelasan pesan mengenai alasan perubahan meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian yang sering muncul pada proses digitalisasi. *Kedua*, menekankan pentingnya penggunaan kanal komunikasi yang beragam berbasis teknologi digital seperti email, intranet, platform kolaborasi, dan forum diskusi. Hal ini sejalan dengan Men & Jiang (2016) yang menyatakan bahwa *multi-channel communication* memungkinkan pesan disampaikan secara lebih cepat dan konsisten kepada seluruh karyawan, termasuk informasi mengenai SOP baru dan pelatihan penggunaan ERP. *Ketiga*, keberhasilan penerapan ERP juga dipengaruhi oleh komunikasi dua arah yang memungkinkan karyawan memberikan umpan balik terhadap kendala atau perubahan proses kerja. Studi Elving (2005) serta Lines (2004) menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif mampu menurunkan resistensi sekaligus meningkatkan komitmen karyawan terhadap sistem digital yang baru diimplementasikan. *Keempat*, transparansi informasi dalam proses perubahan menjadi

elemen penting untuk memastikan dukungan internal. Mazzei (2014) mengungkapkan bahwa organisasi yang memberikan informasi secara terbuka mengenai manfaat, risiko, dan dampak transformasi digital cenderung memiliki tingkat penerimaan teknologi lebih tinggi. *Kelima*, pelatihan sebagai bagian dari strategi komunikasi juga dinilai berperan signifikan. Pelatihan tidak hanya memberikan pemahaman teknis terkait penggunaan ERP dan otomasi, tetapi juga berfungsi sebagai media penyampaian pesan strategis mengenai standar kerja baru, target efisiensi, dan harapan produktivitas. Studi Sykes et al. (2009) menunjukkan bahwa pelatihan intensif mempercepat adaptasi sehingga berkontribusi pada penghematan waktu hingga 30%.

3. Adaptasi Pasar

Penggunaan teknologi big data dan analisis perilaku konsumen memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih akurat. Sebagai hasilnya, perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara lebih efektif. Sebanyak 80% perusahaan yang diobservasi melaporkan peningkatan loyalitas pelanggan setelah mengadopsi strategi berbasis data. Hal ini membuktikan bahwa pengambilan Keputusan berbasis data merupakan elemen kunci untuk menjaga daya saing.

Dalam konteks ini, perusahaan juga mulai memanfaatkan teknologi IoT untuk memantau preferensi pelanggan secara real-time. Penggunaan sensor IoT pada produk memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data pengguna secara langsung, memberikan wawasan yang lebih akurat untuk penyesuaian produk dan layanan. Sebagai contoh, perusahaan ritel yang mengimplementasikan IoT dalam pengelolaan inventaris melaporkan peningkatan dalam keakuratan stok hingga 30%, yang tidak hanya mengurangi biaya

tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan.

Hasil telaah literatur menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan sistem otomasi bukan saja menciptakan efisiensi internal organisasi, namun akan berdampak pada kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan dinamika dan perubahan pasar pasar. Adaptasi pasar (*market adaptation*) adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan strategi, produk, layanan, dan operasionalnya agar tetap relevan dan kompetitif di tengah perubahan kebutuhan pelanggan dan persaingan industri.

Selain itu, beberapa studi (Day, 2011; Kohli & Melville, 2019) menunjukkan bahwa teknologi digital dapat memperkuat kemampuan organisasi organisasi dalam memahami tren pasar melalui analisis data. Pemanfaatan data operasional dan pelanggan memungkinkan organisasi menyesuaikan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas layanan, dan mempercepat inovasi produk.

PEMBAHASAN

Pada aspek efisiensi operasional, keberadaan Sistem otomasi dan *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah contoh teknologi digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Mengoptimalkan efisiensi operasional berarti mengurangi waktu pemrosesan, meningkatkan akurasi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan meningkatkan output kerja dalam waktu yang sama. Dalam penelitian ini, penggunaan ERP dan otomasi alur kerja terbukti mampu mengurangi waktu proses administratif dari 40 jam menjadi 28 jam per minggu, atau penghematan sebesar 30%. Selain itu, otomatisasi alur kerja menunjukkan peningkatan produktivitas harian sebesar 25 persen dari 100 unit menjadi 125 unit. Hasil tentang strategi

komunikasi dan adaptasi pasar digabungkan dalam pembahasan berikut untuk memberikan penjelasan integratif. Ada 5 poin yang bisa jelaskan pada aspek efisiensi operasional. *Pertama*, keberadaan teknologi dan tingkat integrasi sistem serta kualitas pemrosesan data memengaruhi efisiensi operasional. ERP memungkinkan perusahaan menggabungkan semua operasi mereka, seperti manajemen keuangan, inventaris, produksi, dan distribusi, ke dalam satu platform. Selama ini, kesalahan input manual dan duplikat data menjadi penyebab inefisiensi proses bisnis, tetapi integrasi ini mencegahnya. Dengan memiliki data real-time, pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan lebih akurat, yang mempercepat tanggapan perusahaan terhadap permintaan dan perubahan kondisi operasional. *Kedua*, dengan menghilangkan kegiatan manual yang memakan waktu dan mempercepat tugas rutin, sistem otomasi meningkatkan efisiensi operasional secara langsung. Alat otomasi alur kerja seperti pemesanan dan pelaporan otomatis, serta pengendalian inventori, memungkinkan karyawan mengalokasikan waktu mereka untuk kegiatan strategis dan analitis. Dihasilkan peningkatan kapasitas output sebesar 25% setiap hari, menunjukkan bahwa otomasi meningkatkan kecepatan dan konsistensi kualitas pekerjaan. *Ketiga*, untuk memastikan efisiensi operasional yang optimal, strategi komunikasi internal yang efektif sangat penting. Komunikasi yang intensif tentang perubahan membantu karyawan memahami manfaat teknologi, membantu mereka beradaptasi dengan sistem baru lebih cepat. Tanpa komunikasi yang jelas, transformasi digital seringkali menghasilkan ketidaksetujuan, yang dapat mengganggu kinerja operasional. Selain itu, komunikasi multichannel mempercepat penyebaran informasi operasional, seperti prosedur operasional standar (SOP) baru, dan panduan penggunaan sistem. Ini mengurangi risiko kesalahan operasional

yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman. *Keempat*, efisiensi operasional secara langsung dipengaruhi oleh strategi komunikasi untuk pelatihan dan pendidikan. Karyawan dilatih untuk benar-benar memahami penggunaan ERP dan otomasi, yang mengurangi waktu trial and error dan meningkatkan akurasi dan kecepatan proses kerja. Dengan pemahaman teknis yang lebih baik, karyawan dapat memanfaatkan potensi sistem digital dengan lebih baik. *Kelima*, dari perspektif adaptasi pasar, peningkatan efisiensi operasional memungkinkan organisasi untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan lebih baik. Pengurangan waktu proses administrasi mempercepat alur pelayanan, sementara kapasitas produksi yang lebih besar membantu perusahaan memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Selain itu, integrasi data pelanggan ke dalam ERP memudahkan penyesuaian layanan

Pada aspek Strategi komunikasi internal organisasi sangat bergantung pada penggunaan teknologi digital seperti sistem otomasi dan *Enterprise Resource Planning* (ERP). Menurut penelitian dan tinjauan literatur, strategi komunikasi menjadi komponen penting yang menentukan sejauh mana organisasi dapat mengambil manfaat dari digitalisasi, yang mencakup pengurangan waktu penyelesaian tugas administratif sebesar 30% dan peningkatan produktivitas harian sebesar 25%. Pembahasan ini menggabungkan temuan penelitian sebelumnya untuk memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana strategi komunikasi mendukung keberhasilan transformasi teknologi. *Pertama*, komunikasi perubahan—juga dikenal sebagai komunikasi perubahan—menjadi komponen paling penting dari proses transformasi digital. Menurut literatur, komunikasi yang jelas tentang pentingnya perubahan dan tujuan mereka membantu meningkatkan kesadaran dan

kesiapan karyawan terhadap sistem baru. Saat organisasi beralih dari sistem manual ke teknologi digital, komunikasi yang efektif mengurangi ketidakpastian. Komunikasi konsisten tentang perubahan memungkinkan organisasi mengurangi waktu kerja administratif dari 40 jam menjadi 28 jam per minggu. Ini karena jika organisasi dapat menjelaskan mengapa ada perubahan, seperti kebutuhan untuk meningkatkan kecepatan layanan atau akurasi data. *Kedua*, pendekatan multi-channel untuk komunikasi internal mempercepat penyebaran informasi dan mempermudah proses adaptasi karyawan. Penggunaan berbagai kanal, seperti email, intranet, grup *WhatsApp* internal, dan platform kolaborasi digital, memungkinkan perusahaan untuk mengkomunikasikan SOP baru, alur kerja sistem ERP, dan pembaruan kebijakan secara cepat dan terstruktur. Komunikasi multichannel juga meningkatkan pemahaman karyawan karena setiap karyawan dapat memilih cara yang paling nyaman mereka untuk menerima informasi. Akibatnya, migrasi sistem digital dapat berjalan lebih cepat dan mengurangi kesalahan operasional. *Ketiga*, kunci untuk mengurangi resistensi karyawan terhadap perubahan adalah komunikasi dua arah atau partisipatif. Studi menunjukkan bahwa ketika karyawan diberi kesempatan untuk bertanya, mengajukan keluhan, atau memberikan umpan balik tentang proses digitalisasi, tingkat penerimaan teknologi baru meningkat. Pendekatan partisipatif meningkatkan rasa memiliki atau rasa kepemilikan karyawan, yang membuat mereka lebih siap untuk beradaptasi dengan sistem otomasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas dari 100 menjadi 125 unit per hari. *Keempat*, membangun kepercayaan membutuhkan komunikasi yang transparan. Organisasi harus secara terbuka memberikan informasi tentang keuntungan dan risiko perubahan. Karena mereka tahu bahwa digitalisasi

bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan bukan untuk menggantikan karyawan, karyawan lebih percaya dan mendukung prosesnya. Transparansi juga membantu menekan rumor yang tidak baik di tempat kerja, yang membantu organisasi tetap stabil selama transisi. *Kelima*, pelatihan dan pendidikan berfungsi sebagai cara strategis untuk berkomunikasi, meningkatkan pemahaman teknis dan menyebarkan standar operasional baru. Karyawan dapat menguasai sistem ERP dengan lebih cepat, mengurangi tantangan teknis, dan meningkatkan konsistensi penggunaan. *Keenam*, kepemimpinan komunikatif meningkatkan keberhasilan transformasi digital. Pemimpin yang mampu menjelaskan visi digitalisasi dengan jelas dan memberikan dukungan verbal dan tindakan akan meningkatkan antusiasme dan kesiapan karyawan untuk mengikuti perubahan.

Pada aspek adaptasi pasar, Adaptasi pasar adalah bagian penting dari kemampuan sebuah organisasi untuk mengatasi perubahan kebutuhan pelanggan, perilaku konsumen yang berubah, dan persaingan industri yang semakin ketat. Studi menunjukkan bahwa menggunakan teknologi digital seperti sistem otomasi dan *Enterprise Resource Planning* (ERP) meningkatkan efisiensi internal dan membantu organisasi mengadaptasi pasar dengan lebih cepat, akurat, dan strategis. Untuk melihat bagaimana teknologi digital berperan dalam meningkatkan ketanggapan perusahaan terhadap perubahan pasar, pembahasan ini menggabungkan hasil tentang efisiensi operasional dan strategi komunikasi.

Pertama, digitalisasi proses bisnis melalui ERP memungkinkan perusahaan melihat permintaan pelanggan, tren penjualan, dan perubahan pasar secara real-time. Sekarang analisis pasar dapat dilakukan lebih cepat karena data yang sebelumnya terfragmentasi telah terintegrasi dalam satu sistem. Kemampuan

untuk mengakses data secara cepat meningkatkan respons pasar, yaitu kemampuan perusahaan untuk menanggapi perubahan pasar dengan lebih cepat. Ini mempercepat pengambilan keputusan tentang strategi pemasaran, perubahan persediaan, atau produksi. Oleh karena itu, penghematan waktu administratif sebesar 30% yang dihasilkan oleh ERP memungkinkan organisasi untuk berkonsentrasi pada respons pasar yang lebih strategis. *Kedua*, peningkatan kapasitas dan konsistensi produksi dipengaruhi secara langsung oleh sistem otomasi. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar yang berubah tanpa menambah banyak pekerja dengan peningkatan output harian dari 100 menjadi 125 unit adalah buktinya. Dengan peningkatan kapasitas produksi ini, perusahaan dapat mengatasi lonjakan permintaan, menjaga ketersediaan produk yang stabil, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kecepatan dan kesiapan produksi menjadi keunggulan kompetitif dalam konteks adaptasi pasar, terutama dalam sektor yang memiliki siklus pembelian yang cepat. *Ketiga*, memastikan bahwa seluruh organisasi memahami perubahan strategi dan kebutuhan pasar terkini melalui strategi komunikasi internal membantu mempercepat adaptasi pasar. Ketika ERP dan otomasi diterapkan, komunikasi multi-channel membantu karyawan mendapatkan informasi penting tentang pelanggan, kebijakan baru, dan target pasar secara lebih cepat. Ketika komunikasi berjalan dengan baik, karyawan dapat menyesuaikan pola kerja mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar, yang berarti mereka dapat lebih cepat menanggapi pelanggan dan mitra bisnis. Ini menunjukkan bahwa adaptasi pasar tidak hanya bergantung pada teknologi; itu juga bergantung pada cara informasi dikomunikasikan dan dipahami di dalam perusahaan. *Keempat*, kualitas layanan pelanggan yang lebih baik juga dipengaruhi

oleh penerapan pelatihan dalam strategi komunikasi. Dengan memahami alur digital dan sistem data, karyawan dapat memberikan informasi yang lebih akurat, merespons komplain lebih efektif, dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, pelatihan dan teknologi digital meningkatkan orientasi konsumen, yang merupakan komponen penting dalam adaptasi pasar. *Kelima*, adaptasi pasar bergantung pada efisiensi operasional. Ketika proses internal berjalan efisien, perusahaan memiliki fleksibilitas lebih besar untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan ekspansi mereka, karena mereka dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk inovasi produk dan penyesuaian layanan berdasarkan masukan pasar. Ini memungkinkan mereka menghemat waktu dan mengoptimalkan alur kerja mereka.

KESIMPULAN

Hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital seperti ERP dan otomasi sangat bergantung pada sinergi antara strategi komunikasi, efisiensi operasional, dan adaptasi pasar. Strategi komunikasi yang efektif, misalnya, melalui penyampaian perubahan yang jelas, transparansi informasi, komunikasi dua arah, dan penggunaan multi-channel, serta pelatihan intensif, dapat meningkatkan kesiapan dan penerimaan karyawan sehingga mendukung proses transmigrasi. Dengan integrasi data, otomatisasi proses, dan pengurangan kesalahan kerja, efisiensi operasional meningkat sebesar 30% dan produktivitas harian meningkat sebesar 25% berkat keberhasilan komunikasi. Selain itu, peningkatan efisiensi ini meningkatkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan pasar di mana akses data real-time memungkinkan respons cepat terhadap perubahan permintaan, peningkatan kapasitas produksi membantu fleksibilitas

dalam menghadapi dinamika pasar, dan orientasi pelanggan yang lebih kuat melalui layanan yang lebih cepat dan akurat. Secara keseluruhan, ketiga komponen ini saling mendukung, menunjukkan bahwa pelaksanaan teknologi digital bergantung pada kecanggihan sistem dan kemampuan organisasi untuk mengkomunikasikan perubahan, mengoptimalkan operasional, dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar secara konsisten.

PERNYATAAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih, yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu selesainya artikel ini, terimakasih kepada seluruh dosen-dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan hukum Universitas Negeri Makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. Stmik Widya Cipta Dharma.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., Widyawati, S., & Lp3i Bandung1, P.(n.d.). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. Retrieved from https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH_ABDIMAS/issue/archive
- Mahendra Ardiansyah, W. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. Retrieved from <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb>
- Robiul Rochmawati, D., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di

- Era Transformasi Digital. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 14(1), 101–108. Institut Manajemen Koperasi Indonesia.
- Sugiono, Prof. Dr. (N.D.). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Timoty Agustian Berutu, Dina Lorena Rea Sigalingging, Gaby Kasih Valentine Simanjuntak, & Friska Siburian. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perkembangan Bisnis Modern. Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi, 2(3), 358–370. Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia.
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A.
- .
- (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 12(2), 259–268. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Wiranti, R., Eka Saputra, R., Faturahman Firdaus, A., Firdaus, E., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). Efektivitas Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bisnis Berbasis E-Commerce Tokopedia. Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi) (Vol.8).