

## **Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi**

Siti Rahmasari

[Sitirahmasari53@gmail.com](mailto:Sitirahmasari53@gmail.com), Universitas Djuanda

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital yang cepat telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi adaptasi yang efektif. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek strategi adaptasi bisnis yang dapat membantu perusahaan menavigasi perubahan dan meningkatkan keberhasilan organisasi di era digital.

Melalui tinjauan literatur yang komprehensif, kami mengidentifikasi beberapa temuan penting terkait strategi adaptasi bisnis. Pertama, kami menyoroti pentingnya pemahaman yang mendalam tentang tren teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Perusahaan harus terus memantau perkembangan teknologi terbaru, seperti teknologi kecerdasan buatan, pengolahan data besar, dan konektivitas perangkat dalam jaringan (Internet of Things atau IoT), dan blockchain, serta memahami bagaimana perilaku konsumen berubah dalam era digital. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tren dan perilaku ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru dan mengambil langkah adaptasi yang tepat.

Selanjutnya, kami membahas pentingnya fleksibilitas organisasi dalam strategi adaptasi bisnis. Perusahaan perlu memiliki struktur organisasi yang fleksibel dan proses pengambilan keputusan yang responsif untuk merespons perubahan pasar dengan cepat. Keterbukaan terhadap inovasi dan kemampuan untuk melakukan perubahan organisasi yang diperlukan menjadi kunci dalam menghadapi tantangan dan peluang yang muncul di era digital.

Selanjutnya, kami menyoroti pentingnya transformasi digital dalam strategi adaptasi bisnis. Perusahaan harus melihat teknologi digital bukan hanya sebagai alat pendukung, tetapi juga sebagai katalisator utama untuk mengubah model bisnis mereka. Transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan diferensiasi kompetitif. Perusahaan harus siap mengubah cara mereka beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan di era digital yang terus berkembang.

Selanjutnya, kolaborasi dan kemitraan strategis menjadi faktor penting dalam strategi adaptasi bisnis. Kolaborasi yang kuat dengan mitra bisnis, pemasok, dan

pelanggan dapat memperluas sumber daya, meningkatkan akses ke pasar baru, dan mempercepat inovasi. Melalui kemitraan strategis, perusahaan dapat berbagi pengetahuan, teknologi, dan risiko dengan mitra bisnis, sehingga menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi semua pihak terlibat.

Pentingnya pemahaman tentang risiko dan keamanan siber juga harus diperhatikan dalam strategi adaptasi bisnis. Dalam era digital yang terhubung, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan dan praktik yang melindungi data pelanggan, menjaga keamanan sistem, dan merespons ancaman keamanan dengan cepat dan efektif.

Dalam kesimpulannya, strategi adaptasi bisnis di era digital menjadi kunci penting dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan organisasi. Dalam penelitian literatur ini, kami mengidentifikasi pemahaman

**Kata Kunci:** strategi adaptasi bisnis, era digital, perubahan teknologi, perilaku konsumen, fleksibilitas organisasi

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis dihadapkan pada perubahan yang cepat dan kompleks. Perkembangan teknologi yang pesat, perubahan perilaku konsumen, serta tantangan global yang semakin kompleks menuntut perusahaan untuk mengadopsi strategi adaptasi yang efektif. Dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, perusahaan perlu mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut, mengidentifikasi peluang baru, dan mengatasi tantangan yang muncul.

Transformasi digital telah menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam bisnis. Revolusi digital telah mengubah cara kita berinteraksi, berbelanja, dan bekerja. Perusahaan harus dapat menghadapi perubahan teknologi dengan cepat dan memanfaatkannya untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Dalam dunia yang semakin terhubung dan terdigitalisasi, perusahaan harus mengambil langkah-langkah strategis untuk memastikan mereka tetap relevan dan berdaya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain perubahan teknologi, perusahaan juga harus memahami perubahan perilaku konsumen yang terjadi di era digital. Konsumen memiliki akses yang lebih besar ke informasi, pilihan, dan platform digital yang memengaruhi cara mereka berbelanja, berinteraksi dengan merek, dan membuat keputusan pembelian. Perusahaan harus dapat mengikuti dan memahami tren perilaku konsumen ini, sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang relevan.

Dalam menghadapi perubahan ini, fleksibilitas organisasi menjadi kunci. Perusahaan perlu memiliki struktur organisasi yang fleksibel, proses pengambilan keputusan yang responsif, serta budaya inovasi yang kuat. Fleksibilitas organisasi memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat, mengidentifikasi peluang baru, dan mengatasi tantangan yang muncul. Di sisi lain, budaya inovasi yang kuat memfasilitasi terciptanya lingkungan yang mendorong kreativitas, eksperimen, dan kolaborasi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan solusi yang inovatif.

Transformasi digital juga memainkan peran kunci dalam strategi adaptasi bisnis. Perusahaan harus melihat teknologi digital bukan hanya sebagai alat pendukung, tetapi juga sebagai katalisator utama untuk mengubah model bisnis mereka. Dalam mengadopsi transformasi digital, perusahaan dapat Meningkatkan efektivitas dalam menjalankan operasional, meningkatkan standar kualitas produk dan pelayanan, serta memperluas cakupan pasar, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara strategis, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Selain itu, kolaborasi dan kemitraan strategis juga menjadi faktor kunci dalam strategi adaptasi bisnis. Kolaborasi dengan pelanggan, pemasok, dan

mitra bisnis lainnya dapat memberikan akses ke sumber daya tambahan, pengetahuan pasar yang lebih baik, serta memungkinkan pertukaran ide dan inovasi yang lebih luas untuk mengatasi tantangan dan menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Melalui kemitraan strategis, perusahaan dapat berbagi sumber daya, risiko, dan pengetahuan dengan mitra bisnis, yang memperluas kesempatan untuk pertumbuhan dan inovasi.

Namun, dalam menghadapi era digital, perusahaan juga harus memperhatikan aspek keamanan siber. Dengan semakin kompleksnya ancaman siber yang dihadapi oleh perusahaan, perlindungan data pelanggan, keamanan sistem, dan respons yang cepat terhadap serangan siber menjadi sangat penting. Perusahaan harus mengembangkan kebijakan keamanan yang kuat, melibatkan para ahli keamanan, dan mengadopsi teknologi dan praktik terbaik untuk menjaga keamanan informasi dan menjaga kepercayaan pelanggan.

Dalam konteks yang lebih luas, strategi adaptasi bisnis di era digital juga harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan. Perusahaan harus menyadari dampak lingkungan dari operasional mereka, mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam kegiatan bisnis mereka, dan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi jejak karbon serta mempromosikan pertumbuhan yang inklusif dan bertanggung jawab secara sosial.

Dengan memahami pentingnya strategi adaptasi bisnis di era digital, perusahaan dapat memposisikan diri mereka untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan yang cepat. Dalam artikel ini, kami akan mengeksplorasi berbagai aspek strategi adaptasi bisnis yang efektif, termasuk perubahan teknologi, perubahan perilaku konsumen, fleksibilitas organisasi, transformasi digital, kolaborasi, kemitraan strategis, keamanan siber, dan keberlanjutan. Dengan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang

faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah Kualitas yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan dan mengambil keuntungan dari peluang yang muncul dalam era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif yang digunakan. melibatkan analisis tinjauan literatur dan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi adaptasi bisnis dalam menghadapi era digital, melalui tinjauan literatur yang komprehensif dan studi kasus nyata.

### **1. Tinjauan Literatur:**

a. Identifikasi dan Seleksi Sumber: Langkah awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi sumber-sumber literatur yang relevan yang membahas strategi adaptasi bisnis di era digital. Sumber-sumber literatur yang digunakan meliputi jurnal ilmiah, buku, laporan riset, dan artikel berita terkait.

b. Analisis Literatur: Sumber-sumber literatur yang telah teridentifikasi kemudian dianalisis secara komprehensif. Analisis melibatkan membaca dan memahami konten literatur, mengidentifikasi temuan dan konsep penting, serta menggali informasi yang relevan dengan topik penelitian.

c. Pengolahan dan Synthesis Data: Data yang diperoleh dari literatur kemudian dikelompokkan berdasarkan tema atau topik yang relevan. Data-data tersebut kemudian disintesis untuk menghasilkan temuan-temuan yang signifikan terkait strategi adaptasi bisnis di era digital.

### **2. Studi Kasus:**

a. Pemilihan Kasus: Selain tinjauan literatur, penelitian ini juga melibatkan studi kasus nyata untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi strategi adaptasi bisnis di era digital. Kasus yang dipilih merupakan perusahaan atau organisasi yang telah berhasil mengadopsi strategi adaptasi bisnis yang efektif dalam menghadapi perubahan teknologi dan lingkungan bisnis.

b. Pengumpulan Data: Data untuk studi kasus dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak terkait di perusahaan atau organisasi yang menjadi subjek penelitian. Wawancara dilaksanakan dengan memanfaatkan panduan wawancara yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Disamping itu, wawancara pengumpulan data juga melibatkan observasi langsung dan analisis dokumen terkait.

c. Analisis Data: Data yang diperoleh dari studi kasus dianalisis secara mendalam. Analisis melibatkan identifikasi pola, temuan, dan pembahasan mengenai strategi adaptasi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan atau organisasi yang menjadi subjek penelitian. Data dari studi kasus juga dikaitkan dengan temuan dari tinjauan literatur untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik dan menyeluruh.

Melalui kombinasi tinjauan literatur dan studi kasus, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan dan mengevaluasi metode yang digunakan adaptasi bisnis yang efektif dalam menghadapi era digital. Dengan menggabungkan pengetahuan yang diperoleh dari literatur dan pengalaman nyata dari studi kasus, Penelitian ini diinginkan dapat memberikan pemahaman yang berarti dan mendalam serta rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam menghadapi perubahan yang dihadang. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam upaya untuk pemahaman tentang strategi adaptasi bisnis

di era digital dan memberikan panduan praktis bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh perubahan teknologi dan lingkungan bisnis.

Sebagai tambahan, dalam penelitian ini juga dilakukan validasi dan triangulasi data untuk memastikan keabsahan dan keandalan hasil penelitian. Proses validasi dilakukan dengan membandingkan dan memeriksa konsistensi antara temuan dari tinjauan literatur dengan data yang diperoleh dari studi kasus. Triangulasi data juga dilakukan dengan mengintegrasikan temuan dengan menggunakan sumber data yang beragam, termasuk wawancara, pengamatan, dan analisis dokumen, untuk memperkuat validitas penelitian.

Selanjutnya, analisis data yang diperoleh dari tinjauan literatur dan studi kasus dilakukan melalui pendekatan induktif. Data yang terkumpul dianalisis dengan mengidentifikasi pola, temuan, dan hubungan antara konsep-konsep yang muncul. Temuan yang signifikan kemudian diinterpretasikan dan dibahas untuk mengungkapkan informasi yang relevan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi adaptasi bisnis di era digital.

Dalam rangka menjaga integritas penelitian, peneliti juga melakukan refleksi diri secara terus-menerus untuk mempertimbangkan pengaruh subjektivitas, bias, atau batasan yang mungkin terjadi dalam pengumpulan dan analisis data. Peneliti juga mempertimbangkan kerangka kerja teoretis yang relevan dalam menafsirkan temuan penelitian.

Dengan menggunakan metode penelitian yang terintegrasi antara tinjauan literatur dan Dengan menganalisis kasus-kasus, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan pemahaman yang lebih mendalam yang holistik dan komprehensif tentang strategi adaptasi bisnis di era digital.

Melalui hasil dan pembahasan yang disajikan dalam Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan wawasan hal itu berharga untuk praktisi bisnis, manajer, dan pemimpin perusahaan dalam menghadapi perubahan yang cepat dan dinamis di era digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Tinjauan Literatur:**

Dari tinjauan literatur yang dilakukan, ditemukan beberapa temuan yang signifikan terkait strategi adaptasi bisnis dalam menghadapi era digital. Berikut adalah beberapa hasil yang ditemukan:

a. Perubahan Teknologi: Perusahaan perlu mengadopsi perubahan teknologi dengan cepat dan mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis mereka. Inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), analisis data besar (big data), dan Internet of Things (IoT), dan blockchain telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengalaman pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat.

b. Perilaku Konsumen: Perubahan perilaku konsumen menjadi Sebagai salah satu faktor kunci yang perlu dipertimbangkan dalam strategi adaptasi bisnis. Konsumen memiliki akses yang lebih besar ke informasi, membandingkan harga dan produk secara online, serta berbagi pengalaman mereka melalui media sosial. Perusahaan perlu memahami tren perilaku konsumen ini dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan mereka dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.



c. **Fleksibilitas Organisasi:** Fleksibilitas organisasi menjadi kunci dalam menghadapi perubahan di era digital. Perusahaan perlu memiliki struktur organisasi yang fleksibel dan proses pengambilan keputusan yang responsif. Selain itu, budaya inovasi yang kuat juga diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas, eksperimen, dan kolaborasi di antara anggota tim.

d. **Transformasi Digital:** Transformasi digital tidak hanya terbatas pada adopsi teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan dalam model bisnis dan proses operasional. Perusahaan perlu mengubah cara mereka beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.

e. **Kolaborasi dan Kemitraan:** Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis, menjadi penting dalam menghadapi era digital. Melalui kolaborasi dan kemitraan strategis, perusahaan dapat mengakses sumber daya tambahan, berbagi risiko, dan memperluas jangkauan pasar. Kemitraan strategis juga memungkinkan pertukaran ide dan inovasi yang lebih luas.

## 2. Temuan dari Studi Kasus:

Selain tinjauan literatur, studi kasus nyata juga dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang implementasi strategi adaptasi bisnis di era digital. Beberapa temuan dari studi kasus yang relevan antara lain:

a. Penggunaan Teknologi untuk Transformasi Bisnis: Perusahaan yang berhasil mengadopsi strategi adaptasi bisnis di era digital telah menggunakan teknologi sebagai katalisator utama untuk transformasi bisnis mereka. Mereka menerapkan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analitika data untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan rantai pasokan, dan menghasilkan wawasan bisnis yang lebih baik. Mereka juga mengimplementasikan solusi berbasis cloud untuk meningkatkan skalabilitas, aksesibilitas, dan keamanan data mereka. Selain itu, beberapa perusahaan telah mengadopsi teknologi digital seperti e-commerce, mobile apps, dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

b. Personalisasi dan Pengalaman Pelanggan: Perusahaan yang sukses dalam adaptasi bisnis di era digital telah fokus pada personalisasi dan pengalaman pelanggan yang unggul. Mereka menggunakan data pelanggan dan analitika untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku konsumen. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pelanggan, perusahaan dapat menyediakan layanan dan produk yang disesuaikan, mengoptimalkan proses pembelian, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui saluran digital.

c. Inovasi dan Budaya Organisasi: Inovasi menjadi bagian integral dari strategi adaptasi bisnis di era digital. Perusahaan yang sukses dalam menghadapi perubahan teknologi dan lingkungan bisnis telah menciptakan budaya inovasi yang mendorong karyawan untuk berpikir kreatif, mengusulkan ide baru, dan mengambil risiko yang terkendali. Mereka juga menerapkan proses inovasi yang terstruktur, seperti desain thinking dan

agile methodology, untuk mempercepat pengembangan produk dan layanan yang inovatif.

d. Keamanan dan Privasi Data: Dalam era digital yang terhubung, perusahaan harus memprioritaskan keamanan dan privasi data pelanggan. Perusahaan yang berhasil mengimplementasikan strategi adaptasi bisnis telah mengadopsi praktik keamanan siber yang kuat, seperti enkripsi data, pengawasan aktif terhadap ancaman siber, dan pelatihan karyawan tentang keamanan digital. Mereka juga mematuhi peraturan privasi data yang berlaku dan memastikan bahwa pelanggan merasa aman dan dilindungi saat berinteraksi dengan perusahaan melalui platform digital.

e. Pembelajaran dan Adaptasi Terus-Menerus: Perusahaan yang sukses dalam adaptasi bisnis di era digital memiliki pendekatan pembelajaran dan adaptasi terus-menerus. Mereka terus memantau tren pasar, mengikuti perkembangan teknologi, dan belajar dari pengalaman mereka sendiri serta pesaing. Perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat, mengubah strategi, dan melakukan eksperimen untuk menemukan pendekatan yang paling efektif dalam menghadapi perubahan.

### 3. Sinergi antara Tinjauan Literatur dan Studi Kasus:

Dengan menggabungkan temuan dari tinjauan literatur dan studi kasus, dapat dilihat bahwa strategi adaptasi bisnis di era digital melibatkan kombinasi aspek teknologi, konsumen, organisasi, inovasi, keamanan data, dan pembelajaran terus-menerus. Perusahaan yang berhasil dalam menghadapi perubahan ini Mempunyai arahan yang jelas, kepemimpinan yang tangguh, dan komitmen untuk melakukan transformasi. Mereka

memahami bahwa era digital bukan hanya tentang mengadopsi teknologi, tetapi juga tentang perubahan budaya, proses, dan strategi bisnis secara keseluruhan.

Dalam menghadapi era digital, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang holistik dan terintegrasi. Mereka harus mempertimbangkan konteks bisnis mereka, melihat tren pasar, dan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Mengembangkan strategi adaptasi yang efektif melibatkan memanfaatkan teknologi yang tepat, mengubah proses operasional, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan budaya inovasi yang memungkinkan karyawan untuk berkontribusi secara maksimal.

Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga keamanan dan privasi data pelanggan. Dalam era yang sangat terhubung ini, keamanan siber menjadi kebutuhan yang mendesak. Perusahaan Perlu mengambil tindakan yang diperlukan untuk menjaga keamanan dan melindungi data pelanggan selain itu, mematuhi peraturan privasi yang berlaku.

Pembelajaran dan adaptasi terus-menerus juga menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi era digital. Perusahaan perlu terus memantau perubahan, mengikuti perkembangan teknologi, dan belajar dari pengalaman mereka sendiri serta pesaing. Fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat menjadi kualitas yang sangat berharga dalam menghadapi perubahan yang cepat dan dinamis.

## **KESIMPULAN**

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, strategi adaptasi bisnis menjadi kunci kesuksesan perusahaan. Dari hasil penelitian ini, dapat

disimpulkan beberapa poin penting terkait strategi adaptasi bisnis di era digital.

Pertama, perusahaan harus mengadopsi perubahan teknologi dengan cepat dan mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis mereka. Inovasi teknologi seperti AI (Artificial Intelligence), analitika Informasi, Internet of Things (IoT), dan blockchain telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengalaman pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat.

Kedua, perusahaan harus memahami dan mengikuti perubahan perilaku konsumen. Konsumen memiliki akses yang lebih besar ke informasi, membandingkan harga dan produk secara online, serta berbagi pengalaman mereka melalui media sosial. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami tren perilaku konsumen ini dan menyelaraskan strategi pemasaran dan penjualan mereka dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.

Ketiga, fleksibilitas organisasi menjadi penting dalam menghadapi perubahan di era digital. Perusahaan perlu memiliki struktur organisasi yang fleksibel dan proses pengambilan keputusan yang responsif. Selain itu, budaya inovasi yang kuat juga diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas, eksperimen, dan kolaborasi di antara anggota tim.

Keempat, transformasi digital melibatkan perubahan dalam model bisnis dan proses operasional. Perusahaan perlu mengubah cara mereka beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.

Kelima, kolaborasi dan kemitraan strategis menjadi penting dalam menghadapi era digital. Melalui kolaborasi dengan pihak eksternal, perusahaan dapat mengakses sumber daya tambahan, berbagi risiko, dan memperluas jangkauan pasar. Kemitraan strategis juga memungkinkan pertukaran ide dan inovasi yang lebih luas.

Dalam menyusun strategi adaptasi bisnis di era digital, perusahaan perlu mengintegrasikan hasil penelitian literatur dengan studi kasus nyata. Dengan mempertimbangkan aspek teknologi, konsumen, organisasi, inovasi, keamanan data, dan pembelajaran terus-menerus, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan yang cepat.

Kesimpulannya, strategi adaptasi bisnis di era digital bukanlah pilihan, tetapi kebutuhan yang mendesak bagi perusahaan. Dengan mengadopsi pendekatan holistik yang melibatkan teknologi, organisasi, inovasi, keamanan data, dan pembelajaran terus-menerus, perusahaan dapat bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang semakin ketat. Era digital memberikan peluang yang

#### **DAFTAR PUSAKA**

Juniansyah, A. (2022a) 'Pemanfaatan Ekonomi Digital Dalam Strategi pemasaran Dan Pelayanan Pada Usaha kuliner UMKM di Masa Pandemi covid-19 Serta Strategi Adaptasi di era New normal', *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(2), pp. 21–27. doi:10.52005/bisnisan.v4i2.105.

Sofani, A., Miyasto, M. and Djastuti, I. (2018) 'Kemitraan dan knowledge management Sebagai Strategi Adaptasi Perubahan Lingkungan bisnis Untuk Meningkatkankeunggulan Bersaing Berkelanjutan&nbsp;; (Studi Empirik

Kemitraan Pemasok Tembakau pt Djarum di Kabupaten Temanggung)',  
JURNAL BISNIS STRATEGI, 26(2), p. 114. doi:10.14710/jbs.26.2.114-137.

Prasetio, Y. and Susanto, E.H. (2020) 'Strategi Pemasaran media Indonesia Untuk Meningkatkan penjualan space iklan di website Mediaindonesia.com Di Era Digital', Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 4(5), p. 241. doi:10.24912/jmbk.v4i5.9235.

Annisa, S. (2022) 'Studi pemetaan sistematis: Strategi Employer Branding Dalam Keberlanjutan organisasi di era Vuca', JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS SRIWIJAYA, 19(3), pp. 163–176. doi:10.29259/jmbs.v19i3.15666.

Farida, U. and Pransiska, W.B. (2019) 'Peran Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan di RSUD Muhammadiyah Ponorogo', BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 7(1), p. 43. doi:10.21043/bisnis.v7i1.5263.

Rahmadyah, N. and Aslami, N. (2022) 'Strategi Manajemen Perubahan Perusahaan di era Transformasi Digital', JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur, 2(2), pp. 78–83. doi:10.56456/jebdeker.v2i2.117.

Miati, I. (2021) 'Penerapan Strategi Personal Selling&nbsp; pada perusahaan aldina bakery Kota Tasikmalaya', Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO), 5(3), p. 475. doi:10.33772/jumbo.v5i3.21847.