

ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA ERA DIGITAL

Surya Sulaeman
Manajemen, Universitas Siber Asia
E-mail: suryasulaeman29@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola persaingan bisnis dan menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi bersaing yang adaptif dan berkelanjutan. Persaingan yang semakin ketat di era digital mendorong perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan keunggulan tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital, inovasi, serta pengelolaan sumber daya manusia secara strategis guna meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi digital, pemasaran berbasis digital, pemanfaatan teknologi e-commerce, pengembangan sumber daya manusia, serta inovasi berkelanjutan berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, kesiapan dan kompetensi sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi strategi bersaing di era digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi bersaing yang terintegrasi dan berbasis digital mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara optimal serta mendukung keberlanjutan bisnis di tengah dinamika persaingan yang terus berkembang.

Kata Kunci: strategi bersaing, kinerja perusahaan, era digital, keunggulan kompetitif, inovasi

Abstract

The rapid development of digital technology has significantly transformed the business competition landscape and requires companies to implement adaptive and sustainable competitive strategies. Increasing competition in the digital era encourages companies to move beyond traditional advantages and to optimize the use of digital technology, innovation, and strategic human resource management in order to improve company performance. This study aims to analyze competitive strategies in enhancing company performance in the digital era. The research method employed is a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation studies. The findings indicate that the implementation of digital strategies, digital-based marketing, utilization of e-commerce technology, human resource development, and continuous innovation play a crucial role in creating competitive advantage and improving company performance. Furthermore, the readiness and digital competencies of human resources are identified as key factors supporting the successful implementation of competitive strategies. This study concludes that integrated and digitally oriented competitive strategies are essential for improving company performance and ensuring business sustainability amid the dynamic and highly competitive digital business environment.

Keywords: competitive strategy, company performance, digital era, competitive advantage, innovation

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan mendasar dalam lingkungan bisnis global. Era digital ditandai dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi, internet, dan sistem digital dalam seluruh aktivitas organisasi, mulai dari proses operasional, pemasaran, hingga pengambilan keputusan strategis. Kondisi ini menciptakan dinamika persaingan yang semakin ketat, di mana perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi secara cepat dan tepat agar tetap bertahan dan berkembang. Perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, meningkatnya transparansi informasi, serta kemudahan akses pasar menjadi tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan dalam merumuskan strategi bersaing yang efektif. Oleh karena itu, manajemen strategik memegang peranan penting dalam membantu perusahaan merespons perubahan lingkungan bisnis secara sistematis dan berkelanjutan (Putriana, 2023).

Strategi bersaing merupakan bagian integral dari manajemen strategik yang berfokus pada upaya perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Dalam era digital, keunggulan bersaing tidak lagi hanya ditentukan oleh harga atau kualitas produk semata, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola sumber daya manusia yang adaptif, serta menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Namun, tanpa perumusan strategi bersaing yang tepat, pemanfaatan teknologi

digital justru dapat menjadi tidak optimal dan tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan (Nurmalasari et al., 2024).

Kinerja perusahaan menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan penerapan strategi bersaing di era digital. Kinerja tidak hanya diukur dari aspek keuangan, tetapi juga mencakup kinerja operasional, kinerja sumber daya manusia, serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis.

Perusahaan yang mampu merumuskan dan mengimplementasikan strategi bersaing secara efektif cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang tidak responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi bersaing berperan sebagai alat penting dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang di tengah persaingan yang semakin kompleks (Gunawan, 2024).

Pemanfaatan teknologi digital dalam strategi bersaing juga sangat berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital, kemampuan inovatif, dan kesiapan menghadapi perubahan menjadi aset strategis bagi perusahaan. Pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja perusahaan, karena karyawan yang kompeten mampu mengoperasikan teknologi secara optimal serta berkontribusi dalam proses inovasi organisasi. Tanpa dukungan sumber daya manusia yang berkualitas, strategi bersaing yang dirancang berbasis teknologi digital tidak akan memberikan hasil yang maksimal (Wijaya, 2023; Aji & Mala, 2024).

Selain itu, strategi bersaing di era digital juga

erat kaitannya dengan pemanfaatan platform digital seperti e-commerce dan media digital dalam aktivitas pemasaran dan distribusi produk. Strategi pemasaran digital memungkinkan perusahaan, termasuk UMKM, untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien. Pemanfaatan teknologi e-commerce terbukti mampu meningkatkan kinerja bisnis melalui peningkatan penjualan, efisiensi proses

transaksi, serta penguatan hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, strategi bersaing yang mengintegrasikan teknologi digital menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis modern (Birgithri et al., 2024; Farhan & Roroa, 2024).

Di sisi lain, era digital juga menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin dinamis. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk dan layanan, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses bisnis, struktur organisasi, dan pengelolaan sumber daya manusia. Perusahaan yang mampu menciptakan inovasi secara berkelanjutan akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Strategi inovatif menjadi salah satu pendekatan strategis yang relevan dalam menghadapi tantangan persaingan bisnis di era digital yang penuh ketidakpastian (Firdaus & Kuswinarno, 2024; Ramadhani et al., 2024). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan di era digital. Kompleksitas lingkungan bisnis, perkembangan teknologi yang cepat, serta perubahan perilaku konsumen menuntut perusahaan untuk memiliki strategi bersaing yang adaptif, inovatif, dan berorientasi

pada pengembangan sumber daya manusia.

Oleh karena itu, analisis strategi bersaing menjadi langkah yang krusial untuk memahami bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang digital secara optimal dan meningkatkan kinerjanya secara berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian manajemen strategik serta memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam merumuskan strategi bersaing yang efektif di era digital.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi bersaing yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan kinerja di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengkajian fenomena strategik secara kontekstual, komprehensif, dan mendalam, khususnya terkait dengan pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan sumber daya manusia, serta inovasi sebagai elemen utama strategi bersaing.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata perusahaan dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi bersaing tanpa melakukan manipulasi variabel penelitian. Pendekatan ini dinilai relevan untuk menganalisis dinamika strategi bisnis di era transformasi digital yang bersifat kompleks dan multidimensional (Putriana, 2023; Ramadhani et al., 2024).

Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi bersaing perusahaan di era digital, yang mencakup strategi pemasaran digital, strategi pengelolaan sumber daya manusia, strategi

inovasi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung peningkatan kinerja perusahaan. Subjek penelitian meliputi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam perumusan dan pelaksanaan strategi perusahaan, seperti pimpinan perusahaan, manajer, serta karyawan yang memiliki peran strategis dalam implementasi kebijakan bisnis.

Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kompetensi, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas strategik perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan dan mendalam terkait strategi bersaing yang dijalankan perusahaan (Gunawan, 2024; Wulandari & Kuswinarno, 2024).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas strategik perusahaan. Data primer digunakan untuk menggali informasi terkait perumusan strategi bersaing, penerapan teknologi digital, serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti artikel jurnal, laporan perusahaan, dan dokumen kebijakan yang relevan dengan topik penelitian. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teoritis dalam memahami strategi bersaing di era digital (Nurmalasari et al., 2024; Farhan & Roroa, 2024).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi bersaing yang diterapkan perusahaan, tantangan yang dihadapi, serta dampak strategi tersebut terhadap kinerja perusahaan.

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung penerapan strategi digital dalam aktivitas operasional perusahaan, seperti penggunaan teknologi informasi, platform digital, dan sistem kerja berbasis digital. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen internal perusahaan serta literatur ilmiah yang relevan guna mendukung dan memvalidasi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi (Birgithri et al., 2024; Putriana, 2023).

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara memilah, mengelompokkan, dan menyederhanakan data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian, yaitu strategi bersaing dan kinerja perusahaan di era digital. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis untuk memudahkan pemahaman terhadap pola dan hubungan antar konsep.

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara induktif berdasarkan temuan penelitian dan didukung oleh teori serta hasil penelitian terdahulu. Teknik analisis ini memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan data secara mendalam dan menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan

tujuan penelitian (Firdaus & Kuswinarno, 2024; Aji & Mala, 2024).

Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, keabsahan data juga diperkuat melalui pengecekan ulang data kepada informan (member check) guna memastikan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi nyata di lapangan. Langkah- langkah ini dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas, keandalan, dan validitas hasil penelitian, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Wijaya, 2023; Gunawan, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Strategi Bersaing Perusahaan di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi dinamika persaingan yang semakin kompleks seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Lingkungan bisnis yang terdigitalisasi menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengandalkan keunggulan tradisional seperti harga dan kualitas produk, tetapi juga kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi, perilaku konsumen, dan model bisnis. Strategi bersaing yang diterapkan perusahaan pada era digital cenderung mengarah pada pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat

utama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Putriana (2023) yang menyatakan bahwa transformasi digital mendorong perusahaan untuk melakukan penyesuaian strategi bisnis secara menyeluruh agar tetap kompetitif.

Strategi bersaing di era digital juga ditandai dengan meningkatnya intensitas persaingan akibat rendahnya hambatan masuk pasar dan tingginya tingkat transparansi informasi. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk terus melakukan pembaruan strategi agar tidak tertinggal dari pesaing.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang mampu merespons perubahan lingkungan bisnis dengan cepat melalui strategi yang adaptif menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang bersifat reaktif terhadap perubahan digital.

Strategi Digital sebagai Sumber Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi digital memainkan peranan penting dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan. Pemanfaatan teknologi digital seperti sistem informasi manajemen, platform digital, dan media online memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan serta akurasi dalam merespons kebutuhan pasar. Strategi digital yang terintegrasi dengan visi dan misi perusahaan terbukti mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dalam menghadapi persaingan bisnis. Hal ini mendukung temuan Nurmalasari et al. (2024) yang menyatakan bahwa strategi digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan, khususnya pada sektor UMKM.

Selain itu, strategi digital juga berperan dalam

meningkatkan efisiensi biaya operasional dan efektivitas proses bisnis. Digitalisasi proses internal memungkinkan perusahaan untuk mengurangi ketergantungan pada proses manual, meningkatkan transparansi, serta mempercepat alur kerja organisasi. Dengan demikian, strategi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung, tetapi menjadi elemen inti dalam strategi bersaing perusahaan di era digital.

Peran Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital menjadi salah satu komponen utama dalam strategi bersaing perusahaan. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara lebih luas, personal, dan interaktif melalui berbagai platform digital. Perusahaan yang mengoptimalkan penggunaan media sosial, marketplace, dan kanal digital lainnya cenderung mengalami peningkatan kinerja penjualan dan penguatan citra merek.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Birgithri et al. (2024) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis dan daya saing perusahaan di era digital. Selain meningkatkan jangkauan pasar, pemasaran digital juga memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam menganalisis perilaku konsumen melalui data digital. Informasi ini menjadi dasar penting dalam perumusan strategi bersaing yang lebih tepat sasaran.

Dengan memahami preferensi dan kebutuhan konsumen secara lebih mendalam, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang sesuai dengan tuntutan pasar, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan.

Pengembangan Sumber Daya Manusia sebagai Strategi Bersaing

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keberhasilan strategi bersaing di era digital sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia. Perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital, kemampuan inovatif, serta kesiapan dalam menghadapi perubahan. Strategi pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan kompetensi menjadi faktor penting dalam mendukung implementasi strategi digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Wijaya (2023) yang menekankan bahwa pelatihan dan pengembangan karyawan berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan di era digital.

Lebih lanjut, strategi pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada keberlanjutan mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara jangka panjang. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif menciptakan lingkungan kerja yang adaptif dan inovatif, sehingga mendukung pencapaian keunggulan kompetitif.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Gunawan (2024) serta Wulandari dan Kuswinarno (2024) yang menyatakan bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia merupakan elemen kunci dalam meningkatkan kinerja organisasi di era industri 4.0 dan digitalisasi.

Strategi Inovasi dalam Menghadapi Persaingan Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menjadi strategi bersaing yang sangat penting dalam menghadapi persaingan di era digital. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk dan layanan, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses bisnis, struktur organisasi, dan sistem kerja. Perusahaan yang

mampu mendorong budaya inovasi cenderung lebih siap dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan memiliki daya saing yang lebih kuat. Temuan ini sejalan dengan Firdaus dan Kuswinarno (2024) yang menekankan pentingnya strategi inovatif dalam pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Strategi inovatif juga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat mengembangkan model bisnis baru yang lebih fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Hal ini mendukung temuan Ramadhani et al. (2024) yang menyatakan bahwa inovasi strategis merupakan kunci utama dalam menghadapi daya saing bisnis di era digital.

Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi e-commerce menjadi salah satu strategi bersaing yang efektif dalam meningkatkan kinerja bisnis. E-commerce memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam melakukan transaksi, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi distribusi produk. Perusahaan yang mengintegrasikan e-commerce dalam strategi bisnisnya mampu meningkatkan volume penjualan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Farhan dan Roroa (2024) yang menyatakan bahwa maksimalisasi teknologi e-commerce berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja bisnis di era digital. Selain itu, e-commerce juga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan

platform digital dalam proses pembelian.

Implikasi Strategi Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing yang terintegrasi dengan teknologi digital, pengembangan sumber daya manusia, inovasi, dan pemasaran digital memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan tidak hanya meningkat dari aspek keuangan, tetapi juga dari sisi operasional, sumber daya manusia, dan keberlanjutan bisnis. Temuan ini memperkuat pandangan Aji dan Mala (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital merupakan kunci utama dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan di era digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa strategi bersaing di era digital harus dirancang secara komprehensif dan berkelanjutan agar mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan berbagai strategi tersebut secara efektif akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan bisnis yang dinamis.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada era digital. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola persaingan bisnis sehingga perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pemanfaatan teknologi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan

strategi digital, strategi pemasaran berbasis digital, pengembangan sumber daya manusia, inovasi berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi e-commerce mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan, baik dari aspek operasional, pemasaran, maupun keberlanjutan bisnis. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan strategi bersaing di era digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Pengembangan kompetensi digital, pelatihan, dan inovasi sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam mendukung implementasi strategi bersaing yang efektif. Dengan strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan, perusahaan mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara jangka panjang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Bagi perusahaan,
disarankan untuk terus mengembangkan dan memperkuat strategi bersaing berbasis digital dengan mengintegrasikan teknologi, inovasi, dan pengelolaan sumber daya manusia secara berkelanjutan agar mampu meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan.

Bagi manajemen,
penting untuk memberikan perhatian lebih pada pengembangan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan digital guna mendukung

keberhasilan implementasi strategi bersaing di era digital.

Bagi peneliti selanjutnya,
disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mengombinasikannya dengan studi empiris pada sektor industri tertentu agar diperoleh hasil yang lebih spesifik dan komprehensif mengenai pengaruh strategi bersaing terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Putriana, A. (2023). Analisis Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(3), 223-232.
- Birgithri, A., Syafira, T., Louise, N., Birgithri, A., Syafira, T., & Louise, N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM untuk Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. Technomedia Journal, 9(1), 117-129.
- Firdaus, M. A. A., & Kuswinarno, M. (2024). Strategi inovatif dalam pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital. Jurnal Media Akademik (JMA), 2(11).
- Nurmalasari, N., Widarwati, E., Audina, R. N., Apriandi, D. W., & Holle, M. H. (2024). Analisis Strategi Digital Untuk Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dalam Rangka Improvisasi Kinerja Keuangan UMKM. AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah, 6(1), 24-41.
- Gunawan, A. (2024). Strategi pengelolaan sdm dalam peningkatan kinerja perusahaan berkelanjutan di era industri 4.0. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 1(3), 390-395.
- Wijaya, S. (2023). Pentingnya pelatihan dan pengembangan dalam menciptakan kinerja karyawan di era digital. Analisis, 13(1), 106-118.
- Farhan, A., & Roroa, N. A. F. (2024). Strategi Maksimalisasi Teknologi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis di Era Digital. Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(1), 10110-10119.
- Ramadhani, S. N., Lestari, M. D., Sianturi, A. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi inovatif dalam menghadapi daya saing bisnis di era digital. Economics And Business Management Journal (EBMJ), 3(01), 270-273.
- Aji, G. S., & Mala, I. K. (2024). Meningkatkan kualitas SDM untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan di era digital: Tren, inovasi, dan tantangan. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif, 2(3), 01-17.
- Wulandari, P. K., & Kuswinarno, M. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia di era digital untuk meningkatkan kinerja organisasi. Jurnal Media Akademik (JMA), 2(9).