



Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital dan Inovasi Bisnis

Harry Saptarianto¹, Shelvi Deviani², Syamas Isti Anah³, Indah Noviyanti^{4*}

¹⁻⁴ Program Studi Manajemen, Universitas Bangka Belitung, Balunijuk Kab. Bangka

Email: hsryspta07@gmail.com¹, shelvideviani@gmail.com², syamasistianah17@gmail.com³, indahnoviyanti@ubb.ac.id^{4*}

*Korespondensi penulis: indahnoviyanti@ubb.ac.id

Abstract: *The digital era is an era where an era experiences rapid progress that leads to digital. This era is characterized by fast and easy access to information. Technology that is developing more rapidly has brought many significant changes. This research uses the literature review method. Literature review is a description of theories, findings, other research materials obtained by analyzing the results of publications such as books, research articles or others related to research questions that have been prepared previously. Facing the challenges of the digital era requires several strategies such as social media integration strategies, digital literacy and business innovation. Business people are expected to be able to evaluate technology which is increasingly developing rapidly. They can't just rely on offline business. The development of the digital era has had a significant influence on every aspect of life. What is felt is the ease of access to information which is driven by the development of technology, making it easier for every human activity in various fields including education, trade and health.*

Keyword: Era Digital, Media Sosial, Literasi digital, Inovasi Bisnis

Abstrak: Era digital merupakan era dimana suatu zaman mengalami kemajuan pesat yang mengarah pada digital. Era ini ditandai dengan akses yang begitu cepat dan mudah dalam mendapatkan informasi. Teknologi yang berkembang semakin cepat membawa banyak perubahan yang signifikan. Penelitian ini menggunakan metode literature review. Literature review adalah uraian tentang teori, temuan, bahan penelitian lainnya yang diperoleh dengan menganalisa hasil publikasi seperti buku, artikel penelitian atau yang lain terkait dengan pertanyaan penelitian yang telah disusun sebelumnya. Menghadapi tantangan era digital diperlukan beberapa strategi seperti strategi integrasi media sosial, literasi digital dan inovasi bisnis. Para pebisnis diharapkan bisa mengevaluasi teknologi yang semakin berkembang pesat. Mereka tidak bisa hanya mengandalkan bisnis offline saja. Perkembangan Era digital cukup memberikan pengaruh signifikan dalam setiap aspek kehidupan. Hal yang begitu dirasakan adalah kemudahan akses informasi yang didorong dengan berkembangnya teknologi semakin mempermudah setiap kegiatan manusia di berbagai bidang termasuk pendidikan, perdagangan, dan kesehatan.

Kata kunci: Era Digital, Media Sosial, Literasi digital, Inovasi Bisnis

PENDAHULUAN

Era digital merupakan era dimana suatu zaman mengalami kemajuan pesat yang mengarah pada digital. Era ini ditandai dengan akses yang begitu cepat dan mudah dalam mendapatkan informasi. Teknologi yang berkembang semakin cepat membawa banyak perubahan yang signifikan. Menurut (Ilyas & Hartono, 2023 dalam (Sosial et al., 2024) Maksud dari digitalisasi adalah untuk mempermudah dalam menjalankan aktivitas dan pekerjaan sehari-hari seperti pada bagian perdagangan, pendidikan dan kesehatan. Dalam era digital kemajuan bisnis juga perlu beradaptasi agar dapat berkembang dengan baik sehingga bisa memperoleh keuntungan yang maksimal. Digitalisasi ini juga dilakukan oleh hampir semua lini perdagangan karena sebagian besar masyarakat saat ini menggunakan internet (Sosial et al., 2024).

Dengan adanya era digitalisasi ini membuat para pembisnis memiliki caranya tersendiri untuk dapat terus bersaing dan unggul pada bidang yang mereka tempati. Pemanfaatan strategi media sosial menjadi hal yang banyak diminati menyetujui peninjauan informasi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 10 Januari-27 Januari 2023 dengan jumlah responden sebanyak 8.510 responden,

Web client di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan sebesar 78,19% pada tahun 2023 atau setara dengan 215.626.156 jiwa dari total penduduk Indonesia sebanyak 275.773.901 jiwa (APJII, 2023) dalam (Sosial et al., 2024). Dengan jumlah klien web di Indonesia yang sangat besar, para pemilik dbisnis dapat memanfaatkan hal tersebut dengan mengkoordinasikan media sosial untuk memamerkan produknya dan mampu bersaing dengan competitor (Sosial et al., 2024) . Sosial media merupakan sarana yang dapat menjangkau banyak pengguna internet lebih luas. Sarana media sosial ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apa saja yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen diluaran sana. Dengan adanya pengintegrasian sosial media yang baik, para pelaku bisnis maupun usaha bisa mengembangkan produk mereka agar tepat sasarannya. Selain itu, media sosial juga dapat meningkatkan jumlah pelanggan baru di suatu industri dan dapat memajukan bisnis di lingkungan sekitar sehingga dapat memajukan citra bisnis di berbagai daerah (Herdiyani, Auliana, et al., 2022) .

Menyadari perkembangan teknologi sudah mendorong masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya, literasi digital dibutuhkan untuk berperan aktif agar masyarakat berada dalam zona amannya ditengah-tengah perubahan zaman yang semakin maju. Literasi digital diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga seseorang tersebut bisa menemukan dan memilih data, berpikir secara kritis, menjadi imajinatif, berkolaborasi dengan orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap waspada terhadap keamanan elektronik dan perkembangannya (Hague & Payton, 2010) dalam (Naufal, 2021a) . Dengan kemampuan literasi digital, individu dapat memperoleh, memilah dan memilih serta memperoleh berbagai jenis data yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup (Naufal, 2021a) . Literasi digital dalam bisnis memiliki fungsi yang beragam. Didalam bisnis menurut (Agit et al., 2023) literasi digital merujuk pada keahlian buat mengevaluasi, mengelola, serta memakai data secara efektif, ritis, serta kompeten. Pada dasarnya literasi digital menjadi kunci utama yang dapat membuat masyarakat untuk bisa mengoptimalkan dan menghadapi tantangan yang timbul dalam dunia bisnis. Dengan kemahiran literasi digital, bisnis dapat melakukan perubahan terkomputerisasi,

khususnya metode mengubah model perdagangan dan operasional dengan inovasi terkomputerisasi (Agit et al., 2023) .

Inovasi yang tepat juga dapat membantu bisnis menjaga daya saingnya dan pertumbuhan dalam jangka panjang. Menurut (Aditya Restu Hapriyanto, 2024) pada penelitian yang dilakukan oleh Tidd dan Bessant menegaskan bahwa perusahaan yang berhasil mengadopsi strategi inovatif cenderung menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Sehingga para perusahaan dapat memahami tren pasar untuk memenuhi keinginan para konsumen.

Tantangan pada era digital ini terhadap bisnis memberikan banyak perubahan yang pesat pada teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan model bisnis dan keinginan konsumen dapat dihadapi melalui pemahaman pentingnya strategi sosial media, literasi digital dan inovasi bisnis. Oleh sebab itu, penelitian ini merujuk pada pentingnya pemahaman akan wawasan yang terkait pada strategi sosial media, literasi digital dan pengembangan inovasi bisnis dalam menghadapi tantangan era digital untuk kemajuan bisnis kedepannya.

KAJIAN LITERATUR

Era Transformasi Digital.

Transformasi digital merupakan bagian dari proses keberadaan teknologi yang lebih luas terkait dengan penerapan teknologi digital pada seluruh aspek kehidupan Masyarakat (Reggina Wike Anjani, 2023). Transformasi digital ialah fenomena multidimensi, yang didukung oleh teknologi, yang berakibat pada warga, politik, serta perekonomian. Dunia usaha serta pemerintah di segala dunia secara aktif meningkatkan strategi buat menggunakan kemampuan transformasi ekonomi digital guna memesatkan perkembangan ekonomi serta menghasilkan kesempatan baru untuk warga serta dunia usaha karir.

Ungkapan "digitalisasi" dan "transformasi digital" mengacu pada cara-cara di mana teknologi digital dapat mengubah strategi perusahaan, produk, layanan, dan struktur organisasi suatu industri. Rencana transformasi digital mencakup berbagai perspektif dan tujuan. Pendekatan ini, dilihat dari sudut pandang komersial, berkonsentrasi pada penggunaan perkembangan teknologi baru untuk memodifikasi komponen, proses, dan produk organisasi (Nur et al., 2022).

Media Sosial Dalam Bisnis.

Secara singkat, media sosial adalah kolaborasi antara pengguna satu platform media sosial dan pengguna platform lain yang sering berbagi ide dan pengalaman dengan satu sama lain. Media sosial adalah salah satu jenis media online yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri mereka sendiri, mengatur ruang kerja virtual, bertukar informasi, dan

berinteraksi dengan pengguna lain dari jenis yang sama, dengan demikian menciptakan jaringan sosial virtual (Herdiyani, Safa'atul Barkah, et al., 2022)

Media sosial merupakan perlengkapan yang mengizinkan pengguna buat bersama bertukar data dengan lebih gampang (Nur Arifah et al., 2015). Ini berikan pengguna media sosial akses ke data tentang kapan serta di mana mereka bisa mengakses media sosial, tidak hanya memakai pc ataupun smartpone. Media sosial sudah jadi perlengkapan yang sangat efisien untuk bisnis buat berhubungan dengan pelanggan mereka secara langsung.

Organisasi bisa memakai platform hiburan virtual semacam Facebook, Instagram, Twitter, serta LinkedIn buat berbicara dengan klien, menyebarkan informasi tentang produk serta layanan, serta berhubungan langsung dengan pelanggan. Lewat fitur semacam artikel foto serta video, telaah komentar, serta pesan individu, media sosial pula membolehkan bisnis menghasilkan interaksi yang lebih individual dengan pelanggan (Bahri et al., 2023). Selain itu, organisasi bisnis memiliki peluang unik untuk berinteraksi langsung dengan audiensnya, meningkatkan visibilitas produk atau layanannya, dan meningkatkan kesadaran merek melalui media sosial (Salim Siregar et al., 2023).

Hal ini memungkinkan organisasi untuk lebih mudah memahami kebutuhan dan keinginan klien mereka, sehingga bekerja pada sifat produk dan layanan yang mereka tawarkan. Selain itu, hiburan berbasis web memungkinkan organisasi untuk mengembangkan jangkauan mereka tanpa henti di pasar yang lebih luas tanpa mengeluarkan biaya promosi yang besar. Pameran berbasis web menawarkan manfaat tambahan dalam menghadapi persaingan bisnis dengan memperluas jangkauan, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan mengalahkan pesaing dalam persepsi dan masuknya pasar. Pemasaran berbasis web juga cenderung lebih cerdas dibandingkan dengan pemasaran terputus, karena biaya untuk periklanan berbasis web dan upaya periklanan lanjutan dapat lebih rendah (Hadibroto et al., 2023). Dengan demikian, peran media sosial dalam bisnis tidak dapat diabaikan, dan organisasi yang mampu memanfaatkannya dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

Integrasi Media Sosial dalam Rencana Strategi Global yang Berhasil, Keberhasilan industri dalam meningkatkan strategi bisnis global tidak bisa dipisahkan dari efisiensi pemakaian media sosial. Uraian merata tentang ciri serta preferensi konsumen di pasar yang bermacam-macam ialah landasan yang kuat. Industri wajib mengoordinasikan strategi periklanan yang disesuaikan, kampanye berbasis informasi, serta interaksi aktif dengan konsumen global. Pemantauan terus menerus terhadap tren teknologi informasi serta media sosial sangatlah berarti. Perihal ini membolehkan dunia usaha buat terus memperbarui serta

meningkatkan rencana mereka supaya relevan serta efisien dalam ekosistem bisnis global yang tersambung secara digital (Aqila et al., 2023).

Dampak teknologi informasi terhadap strategi bisnis media sosial di seluruh dunia cukup signifikan media, bisnis dapat menciptakan kesadaran merek yang kuat, terlibat dalam interaksi aktif konsumen di seluruh dunia, dan merespons dinamika pasar dengan lebih efektif (Amin, Parlaungan Nasution, et al., 2021). Meskipun terdapat tantangan dalam membangun reputasi dan kedudukan dalam lingkungan yang kompetitif, perencanaan strategis global integrasi media sosial dapat menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam beradaptasi dengan lingkungan bisnis global yang selalu berubah dan terhubung secara digital.

Literasi Digital

Literasi digital menjadi salah satu indikator kemajuan yang dihasilkan dari kemajuan teknologi. Literasi digital merujuk pada kapasitas seseorang dalam memahami konten digital. Literasi digital merupakan keahlian menguasai serta memakai data dalam bermacam format serta sumber yang bisa diakses lewat seluruh fitur pc (Sianggaran & Meiriyati, 2022). Penjelasan pemanfaatan literasi mengakui jika keahlian yang diartikan merupakan membaca serta menulis. Literasi didefinisikan pada tahap awal pengembangan literasi sebagai kemampuan dan kompetensi menggunakan bahasa dan video dalam berbagai cara, termasuk membaca, menulis, mendengarkan, berbicara, dan melihat.

Literasi digital mengacu pada keahlian orang dalam memakai teknologi digital secara efisien serta kritis. Literasi digital tidak cuma mencakup pemakaian alat- alat digital, namun pula keahlian fungsional serta komunikasi semacam pembicaraan, dialog, serta pembangkitan inspirasi digital. Literasi digital pula mencakup keahlian buat menciptakan serta memilah data, berpikir kritis, bekerjasama, berbicara secara efisien, serta menyadari keamanan pc serta pergantian konteks sosial budaya (Naufal, 2021b).

Literasi digital menjadi semakin penting di era digital ini, karena teknologi digital sudah menjadi aspek yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang dengan literasi digital yang kuat dapat dengan mudah memperoleh informasi, menemukan berita palsu, dan mempertahankan diri dari bahaya keamanan online. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital sangat penting bagi individu dan dunia usaha untuk bersaing dan bertahan di era digital. Seseorang dengan kemampuan literasi digital yang kuat dapat mempelajari keterampilan baru, membentuk jaringan sosial yang besar, dan bahkan menciptakan prospek ekonomi baru. Selain itu, literasi digital dapat membantu seseorang menjadi lebih mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang terus berkembang. Berinvestasi dalam meningkatkan literasi

digital bermanfaat tidak hanya untuk kehidupan pribadi, tetapi juga bagi kemajuan pekerjaan seseorang di dunia kerja yang semakin kompetitif (Fajri & Irwan Padli Nasution, 2023).

Kemampuan fungsional untuk mengoperasikan alat digital secara kompeten, serta kemampuan bekerja sama dalam komunikasi dan interaksi, sangat penting untuk keterampilan digital seperti berpikir kritis dan keamanan online (Naufal, 2021b). Dengan pemahaman yang kuat tentang cara memanfaatkan teknologi secara efisien dan aman, seseorang dapat melindungi diri dan informasi pribadinya dari risiko online. Selain itu, kemampuan untuk mengkaji informasi secara kritis menjadi semakin penting di perkembangan era digital ini, di mana data dapat menyebar dengan cepat serta tidak selalu dapat diandalkan. Oleh karena itu, berinvestasi pada literasi digital dapat memberi banyak sekali manfaat untuk seseorang, baik secara pribadi maupun pengalaman.

Dengan literasi digital yang tinggi, seseorang dapat mengidentifikasi dan menghindari penipuan online sekaligus menjaga data pribadinya terlindungi dari ancaman dunia maya (Hetilaniar et al., 2023). Kemampuan membedakan informasi yang benar dan salah akan memungkinkan seseorang mengambil keputusan dengan lebih baik dan akurat. Selain itu, mengetahui cara menggunakan teknologi dengan sukses dapat memberikan Anda keunggulan dalam berkompetitif di pasar kerja yang semakin di era digital ini. Oleh karena itu, tidak ada keraguan bahwa berinvestasi dalam literasi digital merupakan langkah baik menuju masa depan yang lebih cerah.

Inovasi Bisnis Di Era Digital

Inovasi bisnis adalah proses menghasilkan beberapa ide baru atau produk, layanan, atau proses yang lebih efisien untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan. Inovasi bisnis sangat penting untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan memastikan keberhasilan perusahaan dalam pasar yang kompetitif (Yanto Rukmana, 2023).

Inovasi lebih dari sekedar menciptakan produk atau layanan baru; hal ini juga mencakup perubahan paradigma bisnis. Inovasi bisnis memungkinkan perusahaan merespons dinamika pasar dengan lebih fleksibel dan adaptif. Inovasi bisnis tidak hanya mencakup perubahan pada produk atau layanan yang disediakan, namun juga perubahan dalam cara perusahaan berjalan dan dihargai di pasar. Model bisnis yang inovatif dapat memberikan peluang baru, mengubah cara perusahaan terhubung dengan pelanggan, dan memberikan nilai yang besar (Triwijayati et al., 2023).

Mengadopsi strategi bisnis berbasis platform atau ekosistem yang memungkinkan kolaborasi lebih erat dengan mitra bisnis, memberikan lebih banyak nilai ekosistem, dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar digital merupakan contoh inovasi bisnis digital

yang efektif. Inovasi bisnis seperti ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mengembangkan solusi yang lebih efisien dan relevan bagi para konsumen mereka. Dengan adanya kolaborasi yang erat dengan mitra bisnis, perusahaan dapat lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, adopsi model bisnis berbasis platform juga dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penetrasi pasar dan memperluas jangkauan bisnis mereka secara global (Hapriyanto, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review. Literature review adalah uraian tentang teori, temuan, bahan penelitian lainnya yang diperoleh dengan menganalisa hasil publikasi seperti buku, artikel penelitian atau yang lain terkait dengan pertanyaan penelitian yang telah disusun sebelumnya. Dengan metode ini penulis mengidentifikasi, mengkaji suatu teori atau metode, mengembangkan suatu teori atau metode, yang kemudian analisisnya digunakan sebagai jawaban dan pembahasan pada kasus ini.

Data data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai macam sumber yang berkaitan dengan dampak era digital yang berpengaruh bagi sistem perekonomian dalam berbagai bentuk seperti pada topik yang dibahas. Adapun referensi yang digunakan didalam penelitian ini yaitu berasal dari jurnal ilmiah, artikel ilmiah, artikel opini, *E-Book* atau Buku elektronik yang diakses di internet dan bersumber dari berbagai situs jurnal dan referensi bacaan baik nasional maupun internasional.

Peneliti membuat analisis yang terdiri dari 22 Jurnal dan 1 *E-Book*. 22 jurnal ini merupakan jurnal yang terbit di situs nasional hingga internasional dalam rentang waktu 10 tahun terakhir. Analisis tersebut kemudian dituangkan dalam tujuan penelitian, metode, hasil dan pembahasan, setelah dianalisis dan dikupas hingga mendalam kemudian mendapat hasil rangkuman yang menjadi bahan penting untuk mengetahui kesimpulan dari permasalahan yang dibahas.

Analisis jurnal meliputi pengaruh literasi digital, dampak dan tantangan era digital bagi perekonomian, strategi menghadapi era digital, perkembangan integrasi media sosial dan inovasi bisnis. Artikel Opini digunakan penulis dalam memperkuat penjelasan yang disusun dalam beberapa kalimat yang ada didalam penelitian ini. Sedangkan *E-Book* digunakan untuk melengkapi referensi bacaan, agar penulis mudah memahami dan menganalisis topik yang dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menghadapi tantangan era digital diperlukan beberapa strategi seperti strategi integrasi media sosial, literasi digital dan inovasi bisnis. Para pebisnis diharapkan bisa mengevaluasi teknologi yang semakin berkembang pesat. Mereka tidak bisa hanya mengandalkan bisnis offline saja. Dibutuhkan pemasaran yang lebih baik seperti melalui digitalisasi pada platform online. Salah satunya adalah media sosial yang memberi kemudahan akses data para konsumen bagi pelaku bisnis.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Herdiyani, Auliana, et al., 2022) pada jurnal yang berjudul “Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review” mengatakan bahwa dalam menciptakan bisnis melalui media sosial bisa menjadi cara yang bagus bagi individu pelaku bisnis sehingga tujuan bisnis mereka dapat dicapai dengan lebih mudah. Ditengah era digital sekarang media sosial memiliki peranan penting sebagai media interaksi yang bisa digunakan oleh suatu perusahaan maupun pelaku bisnis dalam meningkatkan loyalitas pada pelanggan. Hal ini lagi-lagi disebut oleh (Herdiyani, Auliana, et al., 2022) dimana media sosial merupakan salah satu komponen komunikasi bisnis yang selama ini cukup menarik untuk dimanfaatkan sebagai wahana bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya lebih jauh. Bisnis berbasis online sangat mudah dijalankan disamping melibatkan penggunaan literasi digital yang baik dan memadai. Penelitian oleh (Amin, Nasution, et al., 2021) mengungkapkan jika hal ini menunjukkan ketika klien merasakan nilai merek yang jauh lebih baik dari aktivitas mereka di media sosial, maka ada peluang besar untuk memperluas ketertarikan klien pada pembelian.

Untuk itu tantangan yang ada pada pelaku bisnis berbasis digital menjadi suatu hal yang harus dihadapi dengan baik. Menurut (Tahir et al., 2023) yang dimuat dalam sebuah buku berjudul “Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital)” mengatakan bahwa ada beberapa tantangan bisnis yang sering dihadapi diantaranya: perkembangan teknologi, banyaknya kompetitor, berubahnya pola masyarakat, sumber daya manusia, pemasaran produk melalui teknologi, hilangnya jati diri perusahaan, arus informasi, minim inovasi dan isu keamanan.

Penulis berspektif bahwa melalui media sosial, ketelitian dalam membaca sebuah informasi yang beredar didunia maya menjadikan tiap pengguna internet untuk bersikap lebih hati-hati karena pada hasil penelitian oleh (Rokhman & Pristiwati, 2023) menegaskan bahwa literasi digital yang dilakukan dengan maksimal dapat membuat kesiapan tiap individu untuk menilai kebenaran dan keabsahan sumbernya data, sehingga mereka bisa membuat pilihan berdasarkan sumber informasi dan data yang valid.

Pembahasan menyoroti penggunaan strategi media sosial bersama literasi digital yang dapat menarik hubungan membentuk sebuah inovasi bisnis yang diperlukan bagi pelaku bisnis. Hasil penelitian ini juga dibekali pada dasar hasil penelitian sebelumnya dimana (Aditya Restu Hapriyanto, 2024) menegaskan bahwa sebuah inovasi tidak dapat dipisahkan dari strategi bisnis yang ada. Melalui inovasi bisnis yang kreatif, pelaku bisnis dapat menciptakan nilai tambah yang unik pada produknya. Perkembangan era digitalisasi ini memberikan kontribusi yang positif contohnya pada penggunaan AI dan *machine learning* yang memungkinkan terciptanya interaksi virtual antara penjual dan *customer* terjalin.

Penelitian ini konsisten memberikan pemahaman pentingnya memanfaatkan strategi sosial media yang baik dalam memasarkan produk ditengah pesatnya arus globalisasi pada dunia digital sehingga menjadikan literasi digital suatu wadah dalam menjaga keaslian sumber informasi yang dapat dikembangkan pada inovasi bisnis berkelanjutan kedepannya. Dengan memahami hasil penelitian ini, diharapkan para pelaku bisnis dapat mempertimbangkan langkah-langkah yang tepat untuk mengelola bisnisnya mencapai kesuksesan jangka panjang pada arus digitalisasi yang terus berkembang dan tidak ada habisnya.

Temuan penelitian ini mendukung pentingnya media sosial dalam lingkungan perusahaan. Media sosial telah berkembang menjadi saluran penting bagi bisnis untuk berkomunikasi dengan klien, mendapatkan pendapat mereka, dan terlibat dalam diskusi.

Menurut survei ini, bisnis yang berhasil memakai media sosial buat berhubungan bersama kliennya mempunyai ikatan yang lebih dekat dengan kliennya. Loyalitas pelanggan dan pengenalan merek telah meningkat sebagai akibat dari efek menguntungkan ini. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan nilai media sosial sebagai alat untuk lebih memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen serta untuk menciptakan kampanye pemasaran yang lebih cerdas. Bisnis dengan peluang terbesar untuk memenangkan klien adalah bisnis yang secara efektif memasukkan media sosial ke dalam rencananya.

Hasil ini menyoroti betapa pentingnya inovasi perusahaan dalam pasar yang kompetitif dan cepat berubah. Kapasitas suatu organisasi untuk menghasilkan dan menerapkan konsep-konsep segar yang membawa nilai dikenal sebagai inovasi bisnis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis dengan kemampuan berinovasi lebih kompetitif dalam membuat pilihan strategis. Inovasi ini dapat berupa penciptaan barang-barang baru, peningkatan produktivitas, atau penggunaan teknologi mutakhir untuk mengenali tren pasar. Hasil ini konsisten dengan gagasan dalam literatur yang menekankan pentingnya inovasi dalam beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan pergeseran pasar. Bisnis yang

berhasil memasukkan inovasi bisnis ke dalam strategi mereka akan lebih siap untuk menangani hambatan dan memanfaatkan peluang dalam perubahan.

Temuan penelitian ini berdampak besar pada teori dan penerapan manajemen strategis. Mereka berkontribusi pada bidang teori manajemen strategis dengan menekankan nilai media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis dalam penciptaan strategi pemenang. Temuan ini memberikan arahan yang berharga bagi para praktisi. Mereka menyarankan bahwa menciptakan budaya inovasi yang kuat, berinvestasi dalam pelatihan literasi digital, dan menciptakan strategi media sosial yang efisien harus dilihat sebagai komponen penting dari manajemen strategis bisnis.

Dalam kerangka trikotomi baru dalam manajemen strategis, media sosial membina hubungan erat antara bisnis, klien, dan pesaing. Kemampuan suatu organisasi untuk berinovasi dan menggabungkan teknologi bergantung pada literasi digital. Sementara itu, inovasi bisnis memungkinkan organisasi mengembangkan strategi yang beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen dan kondisi pasar. Secara umum, komponen-komponen tersebut bekerja sama dan memberikan kerangka bagi manajemen strategis yang efektif di era digital saat ini.

KESIMPULAN

Perkembangan Era digital cukup memberikan pengaruh signifikan dalam setiap aspek kehidupan. Hal yang begitu dirasakan adalah kemudahan akses informasi yang didorong dengan berkembangnya teknologi semakin mempermudah setiap kegiatan manusia di berbagai bidang termasuk pendidikan, perdagangan, dan kesehatan. Dalam bidang perdagangan yaitu bisnis memang dituntut harus beradaptasi dengan era digitalisasi ini untuk tetap berkembang dan memaksimalkan keuntungan, karena mayoritas orang sekarang memanfaatkan perkembangan teknologi dan tentunya mengakses internet.

Berkembangnya era digital ini menjadikan media sosial sebagai instrument utama penunjang keberhasilan bisnis bagi suatu perusahaan, hal ini tentu karena adanya kemudahan yang didapat dalam menjalin komunikasi sehingga bisa mudah dalam melakukan promosi dan perluasan pasar bisnisnya, selain itu untuk memaksimalkan proses pengembangan bisnis, literasi digital yang baik juga perlu dimiliki oleh setiap individu.

Disamping itu era digital tak lepas dari tantangan tantangan, seperti banyaknya persaingan, perkembangan teknologi yang khawatirnya hal ini tidak bisa dibendung olen masyarakat. Oleh karena itu setiap individu, masyarakat dan khususnya pelaku bisnis di era digital ini harus memiliki kesiapan dan bekal dalam menghadapi itu semua. Seperti harus mulai melakukan *upgrade skill* dalam menggunakan sosial media, meningkatkan literasi digital agar

nantinya dua modal penting itu bisa menjadi strategi utama dalam menciptakan inovasi bisnis yang menarik guna terciptanya kesuksesan bisnis jangka panjang.

SARAN

Untuk menghadapi tantangan era digital tak cukup hanya dengan strategi yang disebutkan pada penelitian ini. dalam hal ini, harus lebih dijelaskan secara rinci program program apa saja yang bisa dibuat dan diberlakukan untuk menghadapi tantangan era digital, strategi integrasi media sosial, literasi digital dan inovasi bisnis. Jadi tidak semata mata menyurut strategi yang harus dilakukan akan tetapi juga program apa yang bisa menjadi Solusi, bentuk program yang seperti apa yang harus dijalankan juga harus dijelaskan. selain itu dalam menghadapi transformasi digital tak cukup dilakukan oleh beberapa aspek saja, seperti yang dikatakan didalam penelitian ini hanya terfokus pada masyarakat dan pelaku bisnis, sedangkan turut serta pemerintah juga harus diandalkan, dalam konteks ini pemerintah harus bersinergi baik dengan masyarakat ataupun pelaku bisnis misalnya melalui upaya membuat regulasi yang fleksibel untuk mendukung transformasi ekonomi digital, memfasilitasi inovasi bisnis dan mengupayakan Infrastruktur teknologi yang baik dan akses internet yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Restu Hapriyanto. (2024). Strategi inovatif dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.60076/njms.v2i1.255>
- Agit, A., Aisyah Julyana, S., & Ma'ruf, B. (2023). Tinjauan literatur pada pengaruh literasi digital terhadap perkembangan bisnis online di era digital. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNASA) 2023*, November, 624–634.
- Amin, M., Nasution, A. P., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., Ritonga, W. A., & Ekonomi, F. (2021). Analisis pengaruh pemasaran media sosial terhadap minat beli produk online dengan manajemen hubungan pelanggan dan ekuitas merek sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi*, 8(1), 122–137.
- Aqila, F., Berampu, A., Rahman Ginting, A., Rafli, M., Nasution, H., & Islam, B. Pengaruh perkembangan teknologi informasi pada media sosial dalam perencanaan strategi bisnis global.
- Bahri, S., Rizki Harahap, R., Rahmah, H., Maulana, S., & Studi Manajemen, P. Analisis strategi komunikasi bisnis efektif di era digital: Studi kasus dari berbagai industri.
- Fajri, F., & Irwan Padli Nasution, M. Literasi digital: Peluang dan tantangan dalam membangun karakter peserta didik. *Digital Literacy: Opportunities and Challenges in Building Student Character*.
- Hadibroto, J. U., Soetrisno, M. A., & Sofiyani, N. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam membantu pemasaran produk usaha mikro pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Education and Development*, 11(3), 326–332. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i3.5040>

- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi inovatif dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1). <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Herdayani, S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hetilaniar, Rokhman, F., & Pristiwati, R. (2023). Dari dunia offline ke dunia online: Merangkul literasi digital. *Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 13(1), 44–54. <https://doi.org/10.31851/pembahsi.v13i1.11936>
- Naufal, H. A. (2021a). Literasi digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Naufal, H. A. (2021b). Literasi digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Nur Arifah, F., Manajemen Informatika, P., & Bina Patria Magelang Jl Raden Saleh No, S. (2015). Analisis sosial media sebagai strategi marketing dalam bisnis online. *Jurnal Transformasi*, 11(2).
- Nur, E., Diah, A., Septi, A., Ismayantika, F., Puspasari, D., Retno, E., Dewi, R., Mahmud, N., Saptaria, L., & Rahman, F. Tranformasi bisnis digital.
- Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi digital marketing dalam mengembangkan strategi bisnis digital di era transformasi digital. *Interdisiplin: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
- Rokhman, F., & Pristiwati, R. (2023). Dari dunia offline ke online: Merangkul literasi digital. *Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 13(1), 1–3.
- Salim Siregar, I., Leli, N., Tri Handayani, R., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi massa dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Sosial, J., Rachmalia, R., & Rizqina, N. Integrasi sosial media dalam strategi digital marketing sebagai wadah promosi bisnis kudapan Nini. *Jurnal Sosial & Abdimasyarakat*, 11–18.
- Tahir, R., Padjadjaran, U., Harto, B., Kom, S. M., Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2023). Teknologi informasi dalam mendukung transformasi bisnis di era digital. *Transformasi Bisnis di Era Digital*.
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(3).
- Yanto Rukmana, A. (2023). Revolusi bisnis di era digital: Strategi dan dampak transformasi proses teknologi terhadap keunggulan kompetitif dan pertumbuhan organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(3).