

STRATEGIC AGILITY SEBAGAI STRATEGI KOMPETITIF DI ERA DISRUPSI DIGITAL

Nisa Amelia Juninda¹, Rahmalia², Yohan Oktavia³, Vicky F Sanjaya⁴

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

jeonninda22@gmail.com¹, rhmalliya3@gmail.com², yohanoktavia600@gmail.com³, vicky@radenintan.ac.id⁴

ABSTRAK

Strategic agility merupakan kemampuan organisasi untuk beradaptasi, merespons, dan memanfaatkan peluang di tengah perubahan lingkungan bisnis yang cepat, khususnya di era disrupsi digital. Era ini ditandai dengan transformasi teknologi yang memengaruhi semua aspek bisnis, mulai dari operasional hingga interaksi dengan pelanggan. Artikel ini membahas peran strategic agility sebagai strategi kompetitif untuk menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Pendekatan studi literatur digunakan untuk menganalisis bagaimana fleksibilitas organisasi, pengambilan keputusan cepat, dan inovasi menjadi kunci keberhasilan. Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat strategic agility yang tinggi cenderung lebih mampu menghadapi disrupsi digital, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Kesimpulan menekankan pentingnya budaya organisasi yang mendukung, kepemimpinan yang visioner, dan pengelolaan sumber daya yang efisien untuk mengoptimalkan penerapan strategic agility.

Kata Kunci: *Strategic Agility, Strategi Kompetitif, Disrupsi Digital, Inovasi, Daya Saing*

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, disrupsi digital telah menjadi kekuatan utama yang mengubah lanskap ekonomi global. Transformasi ini didorong oleh kemajuan teknologi. Teknologi-teknologi ini tidak hanya mengubah cara bisnis beroperasi tetapi juga mendefinisikan ulang nilai-nilai kompetitif di pasar. Sebagai contoh, munculnya platform digital seperti Uber, Netflix, dan Tokopedia telah menggeser model bisnis tradisional yang selama ini mapan. Disrupsi digital tidak lagi hanya menjadi ancaman bagi bisnis, tetapi juga menjadi peluang besar bagi organisasi yang mampu menyesuaikan diri. Tinjauan pustaka (*literature review*) tidak dicantumkan sebagai bagian dari struktur artikel. Dengan demikian pengutipan pustaka yang dianggap penting dapat dipadukan dalam bab pendahuluan (*Introduction*) atau dalam pembahasan. Pengutipan pustaka dalam pembahasan seperlunya saja dan yang lebih diutamakan adalah pembahasan terhadap hasil analisis data yang ditemukan sendiri.

Namun, disrupsi digital menghadirkan tantangan yang signifikan. Perubahan teknologi yang sangat cepat sering kali membuat strategi bisnis konvensional menjadi usang dalam waktu singkat. Pasar global menjadi semakin kompetitif, dengan ekspektasi pelanggan yang terus berkembang. Konsumen masa kini tidak hanya menuntut produk berkualitas tinggi tetapi juga menginginkan pengalaman yang personal, layanan cepat, dan solusi yang inovatif. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan efektif. Di tengah situasi ini, muncul konsep strategic agility atau kelincuhan strategis sebagai salah satu pendekatan yang dianggap mampu membantu perusahaan untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dalam lingkungan yang terus berubah.

Strategic agility adalah kemampuan organisasi untuk merespons perubahan dengan cepat, memanfaatkan peluang yang ada, dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam pasar yang dinamis. Kelincuhan strategis ini mencakup tiga komponen utama: adaptabilitas, fleksibilitas, dan inovasi. Dalam konteks era disrupsi digital, strategic agility memungkinkan perusahaan untuk tidak terjebak dalam kerangka kerja tradisional yang kaku, melainkan terus bereksperimen dengan model bisnis baru, teknologi, dan cara berinteraksi dengan pelanggan.

Sebagai contoh, dalam industri ritel, disrupsi digital telah mengubah pola perilaku konsumen dari berbelanja di toko fisik menjadi belanja daring melalui e-commerce. Perusahaan seperti Amazon berhasil memanfaatkan tren ini dengan mengedepankan inovasi pada pengalaman pelanggan, manajemen rantai pasokan yang canggih, dan penggunaan analitik berbasis data. Sebaliknya, perusahaan ritel yang gagal mengadopsi strategi yang fleksibel telah kehilangan pangsa pasar atau bahkan gulung tikar. Ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dan merespons perubahan menjadi salah satu determinan utama keberhasilan bisnis di era ini.

Selain itu, disrupsi digital juga memengaruhi hubungan antara organisasi dan teknologi. Penggunaan teknologi bukan lagi sekadar alat operasional tetapi menjadi inti dari strategi perusahaan. Teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi proses, meningkatkan efisiensi, dan mengakses pasar global dengan lebih mudah. Namun, untuk memanfaatkan teknologi ini secara efektif, perusahaan perlu memiliki kapabilitas yang kuat dalam membaca tren teknologi, berinvestasi pada inovasi, dan mengelola perubahan organisasi. Dalam hal ini, *strategic agility* berperan sebagai kerangka kerja yang membantu perusahaan mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis mereka.

Kelincahan strategis juga berkaitan erat dengan pengelolaan sumber daya manusia. Di era disrupsi digital, sumber daya manusia tidak hanya dipandang sebagai aset tetapi juga sebagai motor penggerak inovasi. Perusahaan perlu membangun budaya kerja yang mendukung kreativitas, kolaborasi lintas fungsi, dan pembelajaran berkelanjutan. Budaya inovasi ini memungkinkan karyawan untuk menghadapi tantangan dengan mindset yang terbuka terhadap perubahan dan keberanian untuk mengambil risiko. Sebaliknya, organisasi yang terjebak dalam budaya kerja yang kaku sering kali sulit beradaptasi dengan dinamika pasar.

Namun, penerapan *strategic agility* bukan tanpa tantangan. Salah satu hambatan utama adalah resistensi terhadap perubahan, baik dari individu maupun organisasi secara keseluruhan. Perubahan sering kali dihadapkan pada konflik antara kebutuhan untuk berinovasi dan menjaga stabilitas operasional. Selain itu, keterbatasan sumber daya, seperti waktu, dana, dan tenaga kerja, juga menjadi kendala dalam membangun kapabilitas strategis yang dinamis. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan perlu merancang strategi implementasi yang terencana dan menyeluruh, mencakup pelatihan, komunikasi yang efektif, dan manajemen perubahan yang inklusif.

Dalam konteks ini, penting untuk menekankan bahwa *strategic agility* bukan hanya sekadar kemampuan teknis tetapi juga merupakan paradigma baru dalam menjalankan bisnis. Perusahaan yang berhasil menerapkan kelincahan strategis tidak hanya mampu bertahan dari tekanan disrupsi digital tetapi juga menjadi pemimpin di industri mereka. Dengan mengintegrasikan teknologi, kepemimpinan visioner, budaya inovasi, dan pengelolaan sumber daya yang efisien, *strategic agility* dapat menjadi fondasi utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif di era yang terus berubah.

Dengan demikian, memahami, menganalisis, dan mengimplementasikan *strategic agility* adalah langkah penting bagi perusahaan untuk tetap relevan, kompetitif, dan berkelanjutan di era disrupsi digital ini.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan studi kasus adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dengan menggali informasi dari sumber-sumber yang relevan serta analisis terhadap studi kasus yang ada. Studi literatur dalam penelitian ini mengacu pada pengumpulan, analisis, dan sintesis informasi yang diperoleh dari berbagai publikasi, jurnal, buku, dan artikel

terkait topik yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan studi kasus. Studi kasus melibatkan perusahaan seperti:

1. Netflix: Transisi dari DVD ke layanan streaming.

Dalam perkembangannya, Netflix memberikan dampak yang cukup baik, terutama selama pandemi, di mana perusahaan ini berhasil mendapatkan peningkatan jumlah pelanggan yang signifikan, dengan menambah 16 juta pelanggan baru secara global. Peningkatan ini didorong oleh penutupan fasilitas publik, di sisi lain, Netflix juga aktif menyediakan konten orisinal seperti film dan serial dari berbagai negara, sehingga tidak terbatas hanya pada konten barat. Meskipun mencapai kesuksesan dan dampak positif, Netflix harus dengan hati-hati merancang rencana dan menggunakan keberanian untuk mewujudkan inovasi yang berbeda guna bersaing dan mencapai tujuannya. Popularitas Netflix yang terus meningkat menjadikannya sebagai tema penelitian yang menarik untuk dipelajari.

2. Amazon: Transformasi dari toko buku online menjadi platform ritel global.

Amazon, salah satu perusahaan teknologi terkemuka di dunia, telah memanfaatkan inovasi teknologi sebagai strategi bisnis utamanya untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam industri e-commerce. Amazon memulai perjalanan bisnisnya sebagai toko buku online pada tahun 1994, dan sejak itu, Amazon telah berkembang menjadi raksasa global dengan beragam produk dan layanan. Inovasi Amazon mencakup pengenalan sistem tanpa kasir yang memungkinkan pelanggan berbelanja tanpa melalui kasir fisik, layanan komputasi awan melalui Amazon Web Services (AWS), dan penggunaan kecerdasan buatan pada perangkat seperti asisten virtual Alexa. Metode yang dilakukan Amazon dalam menerapkan inovasi tersebut melibatkan berbagai langkah, mulai dari penelitian dan pengembangan hingga investasi pada teknologi yang mendukung visi mereka untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan efisien. Hasil dari strategi bisnis Amazon berdampak signifikan terhadap industri e-commerce.

3. Gojek: Penggunaan teknologi untuk menciptakan ekosistem layanan multifungsi di Asia Tenggara.

Gojek merupakan contoh penerapan *strategic agility* sebagai strategi kompetitif di era disrupsi digital. Dimulai sebagai layanan ojek online pada 2010, Gojek berkembang menjadi super app yang menawarkan berbagai layanan, seperti GoFood, GoPay, dan layanan keuangan. Kemampuan Gojek untuk cepat beradaptasi dan berinovasi sesuai kebutuhan pasar memungkinkan perusahaan tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat. Dengan *strategic agility*, Gojek dapat merespons perubahan pasar dan teknologi, mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di Indonesia dan Asia Tenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peran *Strategic Agility* Dalam Membantu Perusahaan Beradaptasi Dengan Dinamika Lingkungan Bisnis Yang Terus Berubah Akibat Disrupsi Digital

Strategic agility, atau kelincahan strategis, merupakan kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan cepat terhadap perubahan eksternal, terutama yang disebabkan oleh disrupsi digital. Disrupsi digital mengacu pada perubahan besar dalam pasar, teknologi, dan cara berbisnis yang disebabkan oleh perkembangan teknologi baru yang sangat cepat. Untuk bertahan dan tetap kompetitif dalam era ini, perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan merespons perubahan dengan kecepatan dan ketepatan yang tinggi. *Strategic agility* memungkinkan perusahaan untuk mengelola perubahan ini secara efektif dan efisien, mengubah cara mereka beroperasi dan berinovasi untuk menghadapi tantangan yang dihadirkan oleh disrupsi digital adalah :

1. Kemampuan untuk Mengidentifikasi Peluang dan Ancaman Baru

Salah satu peran utama dari *strategic agility* adalah kemampuan perusahaan untuk dengan cepat mendeteksi dan merespons peluang serta ancaman yang muncul akibat

perubahan teknologi dan pasar. Perusahaan yang agile memiliki sistem pemantauan yang efektif, yang memungkinkan mereka untuk mengenali perubahan-perubahan ini lebih awal dan mengadaptasi strategi mereka dengan cepat untuk memanfaatkan peluang atau mengurangi dampak ancaman.

2. Respons Cepat terhadap Perubahan Teknologi

Di era disrupsi digital, teknologi berkembang dengan sangat cepat, yang dapat mengubah paradigma industri yang ada. Misalnya, munculnya e-commerce dan platform digital mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan. Perusahaan yang memiliki strategic agility dapat dengan cepat mengadopsi teknologi baru dan merubah operasional mereka. Sebagai contoh, perusahaan dapat segera mengadopsi sistem berbasis cloud untuk meningkatkan efisiensi operasional atau memanfaatkan AI untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Kemampuan untuk merespons perubahan teknologi dengan cepat memastikan bahwa perusahaan tidak tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

3. Fleksibilitas dalam Model Bisnis dan Proses

Perubahan yang cepat dalam teknologi, regulasi, atau preferensi pelanggan sering kali mengharuskan perusahaan untuk mengubah model bisnis mereka. Perusahaan yang lincah secara strategis mampu melakukan perubahan struktural dengan cepat. Misalnya, perusahaan tradisional yang sebelumnya bergantung pada penjualan fisik dapat dengan cepat beralih ke model bisnis berbasis e-commerce untuk beradaptasi dengan tren digital. Selain itu, mereka juga dapat menyesuaikan proses operasional dan alur kerja untuk memenuhi tuntutan pasar yang berubah.

4. Kecepatan dalam Pengambilan Keputusan

Fleksibilitas ini memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan kompetitif meskipun lingkungan bisnis berubah secara drastis. Strategic agility menuntut kecepatan dalam pengambilan keputusan. Dalam lingkungan yang berubah cepat, keputusan yang lambat dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan peluang atau terjebak dalam masalah yang dapat dihindari. Perusahaan yang memiliki kelincahan strategis mampu membuat keputusan yang cepat dan tepat berdasarkan data yang tersedia. Pengambilan keputusan yang cepat sangat penting dalam menghadapi disrupsi digital, karena tantangan dan peluang sering kali muncul secara mendadak. Misalnya, jika ada perubahan dalam regulasi yang mengharuskan perusahaan untuk memodifikasi produk mereka, perusahaan yang agile dapat dengan cepat merespons dan menyesuaikan diri tanpa kehilangan waktu berharga.

5. Inovasi

Inovasi adalah bagian integral dari strategic agility. Disrupsi digital sering kali membawa perubahan besar dalam kebutuhan dan harapan pelanggan. Perusahaan yang agile mampu berinovasi dengan cepat untuk menciptakan produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan tersebut. Sebagai contoh, perkembangan dalam teknologi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal atau menawarkan produk baru yang lebih sesuai dengan tren digital. Inovasi ini tidak hanya membantu perusahaan bertahan di pasar, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan diferensiasi kompetitif.

6. Pengelolaan Sumber Daya yang Efisien

Perusahaan yang memiliki strategic agility mampu mengelola sumber daya mereka secara efisien, menyesuaikan alokasi sumber daya sesuai dengan kebutuhan yang muncul di tengah perubahan yang cepat. Pengelolaan yang efisien ini mencakup tidak hanya sumber daya finansial, tetapi juga sumber daya manusia dan teknologi. Ketika sebuah perusahaan menghadapi disrupsi digital, mereka harus dapat dengan cepat memobilisasi sumber daya yang ada untuk merespons perubahan pasar. Dengan memiliki sistem pengelolaan sumber daya yang fleksibel, perusahaan dapat

memastikan bahwa mereka dapat terus beroperasi dengan efisien dan tetap mampu bersaing meskipun menghadapi ketidakpastian.

7. Mengelola Risiko dan Ketidakpastian

Disrupsi digital menambah tingkat ketidakpastian dalam lingkungan bisnis. Perusahaan yang agile dapat lebih baik mengelola risiko yang muncul dengan cara yang lebih proaktif dan terencana. Misalnya, mereka dapat mengidentifikasi risiko yang terkait dengan peralihan teknologi atau perubahan regulasi dan mengembangkan strategi mitigasi yang tepat. Dengan mengelola risiko dengan efektif, perusahaan tidak hanya dapat menghindari kerugian, tetapi juga dapat memanfaatkan peluang yang muncul sebagai hasil dari ketidakpastian ini.

8. Beradaptasi dengan Kebutuhan Pelanggan yang Berubah

Perubahan yang cepat dalam teknologi juga mengarah pada perubahan dalam perilaku dan preferensi pelanggan. Pelanggan kini menginginkan pengalaman yang lebih cepat, personal, dan berbasis teknologi. Perusahaan yang agile dapat menyesuaikan produk, layanan, dan cara berinteraksi dengan pelanggan untuk mencocokkan kebutuhan mereka. Misalnya, banyak perusahaan yang beralih ke platform digital dan aplikasi mobile untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih lancar dan lebih cepat. Dengan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya membantu mereka tetap kompetitif.

9. Membangun Budaya Organisasi yang Mendukung Perubahan

Perusahaan yang memiliki strategic agility sering kali memiliki budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi. Budaya seperti ini memungkinkan karyawan untuk lebih fleksibel dalam menghadapi tantangan dan mencari solusi baru ketika dihadapkan dengan disrupsi digital. Budaya yang mendukung kreativitas dan eksperimen akan membantu perusahaan untuk lebih siap dalam merespons tantangan yang ditimbulkan oleh perubahan eksternal dan mendorong mereka untuk selalu mencari cara-cara baru dalam menjalankan bisnis

3.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerapan Strategic Agility Sebagai Strategi Kompetitif Di Era Disrupsi Digital

Penerapan strategic agility dalam menghadapi disrupsi digital membutuhkan lebih dari sekadar keinginan untuk berubah. Faktor-faktor tertentu dapat memengaruhi sejauh mana perusahaan mampu mengadopsi dan mengimplementasikan kelincahan strategis sebagai bagian dari strategi kompetitif mereka. Beberapa faktor utama yang memengaruhi penerapan strategic agility di era disrupsi digital antara lain sebagai berikut:

1. Kepemimpinan dan Visi yang Jelas

Kepemimpinan yang efektif dan visi yang jelas adalah faktor kunci dalam penerapan strategic agility. Pemimpin perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melihat peluang dan ancaman yang timbul akibat disrupsi digital dan membuat keputusan yang tepat untuk mengarahkan perusahaan. Kepemimpinan yang visioner akan mendorong perubahan budaya dan operasional yang diperlukan untuk menjaga kelincahan organisasi. Tanpa dukungan dan visi yang jelas dari tingkat manajerial, penerapan strategic agility akan sulit tercapai karena tantangan utama dalam perubahan adalah resistensi internal terhadap perubahan.

2. Budaya Organisasi yang Mendukung

Perubahan Budaya perusahaan yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi sangat berpengaruh dalam penerapan strategic agility. Di era disrupsi digital, budaya organisasi harus mengutamakan fleksibilitas, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan. Karyawan perlu diberdayakan untuk merespons perubahan dengan cepat

dan mengadopsi solusi inovatif yang memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif. Organisasi yang mendukung eksperimen dan kegagalan yang konstruktif memungkinkan lebih banyak inisiatif untuk diuji dan diterapkan tanpa rasa takut terhadap risiko. Sebaliknya, budaya yang kaku dan terstruktur terlalu ketat akan memperlambat adopsi perubahan dan menghambat implementasi kelincahan strategis.

3. Infrastruktur Teknologi

Sumber Daya Digital Di era digital, infrastruktur teknologi yang kuat sangat penting untuk mendukung *strategic agility*. Perusahaan yang tidak memiliki infrastruktur digital yang cukup canggih akan kesulitan dalam merespons perubahan pasar yang cepat. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki teknologi yang mendukung pengambilan keputusan yang cepat dan inovasi produk atau layanan.

4. Kemampuan untuk Berinovasi Secara Berkelanjutan

Inovasi adalah inti dari *strategic agility*. Untuk bertahan di tengah disrupsi digital, perusahaan harus dapat berinovasi secara berkelanjutan dalam berbagai aspek, mulai dari produk dan layanan hingga model bisnis dan proses operasional. Inovasi yang berkelanjutan memerlukan budaya yang mendukung kreativitas dan eksperimen, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar. Perusahaan yang tidak berinovasi cenderung terjebak dalam model bisnis tradisional yang tidak lagi relevan di pasar yang berubah dengan cepat. Inovasi yang dilakukan dengan cepat dan terencana akan mempermudah perusahaan dalam merespons disrupsi digital.

5. Kemampuan Manajerial

Dalam pengambilan keputusan adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan implementasi *strategic agility*. Perusahaan yang mampu membuat keputusan yang cepat dan tepat dalam situasi yang penuh ketidakpastian akan memiliki keunggulan kompetitif. Keputusan yang cepat sangat penting untuk mengidentifikasi dan merespons peluang yang muncul akibat disrupsi digital. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki manajer yang mampu mengelola informasi dengan efisien dan membuat keputusan yang didasarkan pada data serta analisis yang akurat. Selain itu, pengambilan keputusan harus dilakukan secara desentralisasi, memberikan lebih banyak kewenangan kepada tim untuk bergerak cepat tanpa menunggu keputusan dari tingkat atas.

6. Akses ke Sumber Daya yang Memadai

Sumber daya yang memadai, baik dari segi finansial, manusia, maupun teknis, merupakan faktor yang sangat memengaruhi penerapan *strategic agility*. Tanpa sumber daya yang cukup, perusahaan akan kesulitan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Misalnya, untuk mengimplementasikan teknologi baru yang dibutuhkan dalam disrupsi digital, perusahaan membutuhkan investasi dalam infrastruktur TI dan pelatihan tenaga kerja. Sumber daya manusia yang terampil dan kompeten dalam teknologi dan manajemen perubahan juga sangat penting. Sumber daya yang cukup akan memungkinkan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi, dan bergerak cepat dalam mengimplementasikan strategi baru.

7. Kolaborasi dan Kemitraan Strategis

Perusahaan yang memiliki hubungan kemitraan yang kuat dan berkolaborasi dengan pihak lain, seperti pemasok, mitra bisnis, atau bahkan pesaing, memiliki keuntungan besar dalam menerapkan *strategic agility*. Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan keahlian eksternal dan berbagi sumber daya dalam menghadapi disrupsi digital. Dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin tidak memiliki semua keterampilan atau teknologi yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan digital, sehingga bermitra dengan pihak lain yang memiliki keahlian khusus

dapat mempercepat proses transformasi. Kemitraan strategis juga dapat membuka peluang baru untuk inovasi yang tidak dapat dilakukan secara mandiri.

8. Ketersediaan Informasi dan Data yang Akurat

Ketersediaan data yang akurat dan relevan sangat penting dalam mendukung penerapan *strategic agility*. Di era digital, data menjadi aset yang sangat berharga. Perusahaan yang memiliki akses ke data pasar, perilaku pelanggan, dan tren industri dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam merespons perubahan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sistem yang memungkinkan pengumpulan dan analisis data secara *real-time*. Dengan data yang tepat, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta mengidentifikasi tren pasar yang dapat dimanfaatkan untuk berinovasi.

9. Regenerasi dan Pengembangan Kapabilitas Internal

Seiring waktu, perusahaan perlu terus memperbarui dan mengembangkan kapabilitas internal mereka agar tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi disrupsi digital. Proses pembelajaran dan pengembangan yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa keterampilan karyawan selalu sesuai dengan tuntutan pasar yang berubah. Perusahaan yang dapat mengembangkan kapabilitas internal mereka secara berkelanjutan, seperti keterampilan teknis dan manajerial, akan lebih siap dalam menghadapi tantangan dan meraih peluang yang muncul di era disrupsi digital.

3.3 Hubungan Antara *Strategic Agility* Dengan Keberhasilan Inovasi Dan Daya Saing Perusahaan Dalam Menghadapi Tantangan Digital

Strategic agility memainkan peran penting dalam membantu perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah tantangan yang ditimbulkan oleh disrupsi digital. Dalam konteks ini, terdapat hubungan yang erat antara kemampuan perusahaan untuk mengembangkan *strategic agility*, keberhasilan inovasi, dan daya saing perusahaan. Dengan demikian, mengembangkan *strategic agility* dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk berinovasi serta meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang semakin digital dan kompetitif.

1. *Strategic Agility* sebagai Pemicu Keberhasilan Inovasi

Strategic agility memungkinkan perusahaan untuk lebih cepat merespons perubahan pasar, teknologi baru, dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat ini sangat penting dalam mendorong inovasi yang relevan dan tepat waktu. Perusahaan yang mampu bergerak dengan cepat dalam merespons perubahan eksternal akan lebih mudah mengembangkan produk, layanan, atau model bisnis yang inovatif. Inovasi yang berhasil sering kali berasal dari keputusan yang cepat dan tepat, serta eksperimen dengan berbagai pendekatan yang memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang baru. Tanpa *strategic agility*, perusahaan cenderung terjebak dalam proses yang kaku dan lambat, yang pada akhirnya menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi secara efektif. Sebaliknya, perusahaan dengan *strategic agility* yang kuat dapat mengidentifikasi tren pasar lebih cepat, mengembangkan ide-ide baru, dan menerapkan teknologi baru yang memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik dalam pasar yang dinamis.

2. Pengembangan Kemampuan untuk Menangkap Peluang Inovatif

Penerapan *strategic agility* membantu perusahaan untuk lebih baik dalam menangkap peluang yang muncul secara spontan. Disrupsi digital sering kali menciptakan peluang yang tidak terduga, dan perusahaan yang cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi dapat memanfaatkan peluang-peluang tersebut untuk inovasi. Misalnya, perusahaan yang dapat dengan cepat merespons perubahan

preferensi pelanggan atau kemajuan teknologi akan dapat mengembangkan produk atau layanan yang lebih relevan dan berdaya saing tinggi.

Keberhasilan inovasi, dalam hal ini, sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk melihat peluang lebih awal dan bertindak dengan cepat. Dengan *strategic agility*, perusahaan mampu memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal melalui pengembangan produk baru, perbaikan layanan yang ada, atau bahkan menciptakan model bisnis yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital.

3. Daya Saing yang Diperoleh dari Inovasi yang Cepat dan Tepat

Inovasi yang cepat dan tepat waktu yang didorong oleh *strategic agility* juga memiliki dampak langsung terhadap daya saing perusahaan. Di era disrupsi digital, perusahaan yang lambat berinovasi atau yang gagal beradaptasi dengan teknologi baru dapat tertinggal jauh di belakang pesaing mereka. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki *strategic agility* dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengembangkan produk dan layanan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Keunggulan kompetitif ini tidak hanya bergantung pada pengembangan produk yang inovatif, tetapi juga pada kemampuan untuk merespons perubahan dengan kecepatan yang luar biasa. Perusahaan yang mampu meningkatkan daya saing mereka melalui *strategic agility* akan lebih mudah bertahan dalam pasar yang penuh ketidakpastian dan volatilitas yang disebabkan oleh disrupsi digital.

4. Dampak Pengambilan Keputusan yang Cepat terhadap Daya Saing

Dalam dunia bisnis yang semakin digital, pengambilan keputusan yang cepat dan tepat merupakan kunci keberhasilan. *Strategic agility* memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan menanggapi tantangan atau ancaman digital dengan kecepatan tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing perusahaan. Keputusan yang cepat membantu perusahaan untuk lebih cepat memasuki pasar dengan produk atau layanan baru yang inovatif, memperbaiki proses operasional, dan merespons umpan balik pelanggan lebih cepat daripada pesaing.

Sebagai contoh, perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan data dan teknologi dengan cepat dalam pengambilan keputusan, seperti melalui analitik data real-time, dapat merespons perubahan pasar dan tren konsumen lebih cepat daripada perusahaan yang tidak memiliki kelincahan strategis. Dengan demikian, *strategic agility* mendukung daya saing dengan mengoptimalkan waktu dan sumber daya dalam merespons permintaan pasar.

5. Adaptasi terhadap Perubahan Teknologi dan Kebutuhan Pelanggan

Disrupsi digital sering kali dipicu oleh perubahan besar dalam teknologi atau perubahan dalam preferensi pelanggan. Perusahaan yang memiliki *strategic agility* lebih siap untuk beradaptasi dengan perubahan ini, dan oleh karena itu dapat lebih mudah mempertahankan atau meningkatkan daya saing mereka. Inovasi dalam produk dan layanan adalah respons langsung terhadap perubahan ini, dan perusahaan yang cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi dapat menghasilkan produk yang lebih inovatif dan lebih sesuai dengan keinginan pelanggan.

Selain itu, kemampuan untuk beradaptasi juga memungkinkan perusahaan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan memenuhi ekspektasi mereka dengan lebih baik. Dalam dunia digital yang penuh gangguan, perusahaan yang dapat beradaptasi dengan cepat akan memperoleh keunggulan kompetitif dalam hal kepuasan pelanggan dan loyalitas.

6. Keberlanjutan Daya Saing dalam Jangka Panjang

Strategic agility juga memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya bertahan dalam menghadapi tantangan jangka pendek, tetapi juga untuk membangun daya saing jangka panjang. Dengan terus menerus menilai dan merespons perubahan yang ada di

pasar, perusahaan dapat menjaga relevansi mereka dalam industri yang selalu berubah. Inovasi yang dilakukan dengan cepat dan tepat waktu memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan perubahan kebutuhan pelanggan, yang pada gilirannya mendukung daya saing mereka dalam jangka panjang. Perusahaan yang mampu merespons disrupsi digital dengan inovasi yang relevan akan terus meningkatkan posisi kompetitif mereka, bahkan di tengah ketidakpastian pasar. Dengan kata lain, strategic agility adalah kunci untuk membangun daya saing yang berkelanjutan dalam dunia yang semakin didominasi oleh disrupsi digital.

3.4 Kendala Apa Yang Sering Dihadapi Perusahaan Dalam Mengimplementasikan Strategic Agility, Dan Solusi Yang Dapat Diterapkan Untuk Mengatasinya

Implementasi strategic agility dalam perusahaan memang sangat penting untuk menghadapi disrupsi digital dan mempertahankan daya saing. Namun, penerapannya tidak selalu mulus dan sering kali dihadapkan pada berbagai kendala yang dapat menghambat efektivitasnya. Kendala-kendala tersebut perlu diidentifikasi dan diatasi dengan solusi yang tepat agar perusahaan dapat memanfaatkan strategic agility secara maksimal. Berikut adalah beberapa kendala umum yang sering dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan strategic agility dan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasinya:

1. Resistensi terhadap Perubahan Organisasi

Salah satu kendala utama yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan strategic agility adalah resistensi terhadap perubahan, baik dari karyawan maupun dari level manajemen. Banyak organisasi yang sudah terstruktur dengan cara yang sudah terbiasa, dan perubahan dalam proses, teknologi, atau budaya organisasi bisa menimbulkan ketidaknyamanan. Hal ini bisa menghambat upaya untuk beradaptasi dengan perubahan yang diperlukan dalam menghadapi disrupsi digital. Untuk mengatasi resistensi terhadap perubahan, perusahaan perlu melakukan pendekatan perubahan yang lebih inklusif dan komunikatif. Salah satunya adalah dengan melibatkan semua level dalam perusahaan, mulai dari manajemen puncak hingga karyawan, dalam proses perencanaan perubahan. Mengadakan pelatihan yang berkaitan dengan strategic agility, serta menjelaskan manfaat dari perubahan tersebut secara jelas dan terstruktur, dapat membantu meningkatkan penerimaan terhadap perubahan. Selain itu, menciptakan budaya inovasi yang terbuka, di mana kesalahan dianggap sebagai kesempatan belajar, juga dapat membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan.

2. Kurangnya Sumber Daya dan Kompetensi dalam Teknologi Baru

Disrupsi digital sering kali mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru yang dapat mempercepat kemampuan adaptasi mereka. Namun, terkadang perusahaan menghadapi kendala berupa kurangnya sumber daya manusia yang terlatih dalam teknologi baru, atau keterbatasan dalam alokasi anggaran untuk pembaruan teknologi. Tanpa keterampilan yang tepat dan sumber daya yang cukup, perusahaan akan kesulitan untuk mengimplementasikan strategic agility secara efektif.

Perusahaan harus berinvestasi dalam pengembangan keterampilan karyawan dan pembaruan teknologi secara berkala. Program pelatihan dan pengembangan yang berfokus pada kemampuan teknis dan analisis data harus diprioritaskan. Selain itu, perusahaan juga bisa melakukan kerjasama dengan penyedia teknologi atau konsultasi eksternal untuk mempercepat proses adopsi teknologi baru. Pengalokasian sumber daya yang tepat untuk investasi teknologi, serta peningkatan kompetensi internal, akan memastikan bahwa perusahaan dapat merespons disrupsi dengan lebih efektif.

3. Struktur Organisasi yang Kaku dan Hierarkis

Di banyak perusahaan, struktur organisasi yang kaku dan hierarkis dapat menghambat kecepatan pengambilan keputusan dan respons terhadap perubahan eksternal. Pengambilan keputusan yang terpusat dan birokrasi yang berlebihan membuat perusahaan kesulitan untuk bergerak cepat dan fleksibel dalam merespons peluang atau ancaman yang muncul akibat disrupsi digital.

Untuk mengatasi kendala ini, perusahaan perlu mempertimbangkan restrukturisasi organisasi menjadi lebih desentralisasi atau lebih ramping, di mana pengambilan keputusan bisa dilakukan dengan lebih cepat oleh pihak yang relevan. Perusahaan bisa membentuk tim lintas fungsi yang lebih otonom dan fleksibel, serta memberi lebih banyak kewenangan kepada manajer lini untuk membuat keputusan yang lebih cepat. Hal ini akan mempercepat proses adaptasi dan memungkinkan perusahaan untuk lebih gesit dalam merespons perubahan.

4. Ketidakpastian Pasar dan Perubahan yang Cepat

Lingkungan bisnis yang dihadapi oleh banyak perusahaan saat ini sangat dinamis dan penuh ketidakpastian. Perubahan yang cepat dalam teknologi, regulasi, dan preferensi pelanggan sering kali membuat perusahaan kesulitan dalam merencanakan strategi jangka panjang. Ketidakpastian ini menambah tantangan dalam penerapan *strategic agility* karena perusahaan tidak selalu dapat memprediksi dengan akurat perubahan yang akan terjadi.

Perusahaan harus mengadopsi pendekatan yang lebih adaptif dan fleksibel dalam perencanaan strategis. Salah satu solusinya adalah dengan mengimplementasikan model perencanaan berbasis skenario yang memungkinkan perusahaan untuk mempersiapkan beberapa kemungkinan masa depan dan merespons perubahan dengan lebih cepat. Selain itu, pemantauan pasar secara real-time dan penggunaan data besar untuk analisis pasar dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi perubahan tren lebih awal, yang memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan lebih cepat dan meminimalkan ketidakpastian.

5. Kurangnya Fokus pada Inovasi Berkelanjutan

Meskipun perusahaan sering kali mengakui pentingnya inovasi, tidak semua perusahaan memiliki proses yang sistematis untuk memastikan inovasi berkelanjutan. Kurangnya fokus pada inovasi berkelanjutan dapat membatasi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan solusi baru yang diperlukan untuk tetap kompetitif di tengah disrupsi digital. Selain itu, ketidakmampuan untuk mengintegrasikan inovasi ke dalam budaya perusahaan juga dapat menghambat proses adaptasi.

Untuk memastikan inovasi berkelanjutan, perusahaan harus menanamkan budaya inovasi di seluruh organisasi dan mendorong setiap individu untuk berkontribusi dengan ide-ide baru. Salah satu langkah praktis adalah dengan menciptakan ruang untuk eksperimen dan percakapan kreatif, serta memberikan insentif bagi tim yang berhasil menghasilkan solusi baru. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa inovasi bukan hanya proyek satu kali, tetapi bagian integral dari strategi jangka panjang yang mengarah pada pengembangan produk, layanan, dan proses yang lebih baik.

6. Komunikasi yang Tidak Efektif

Komunikasi yang tidak efektif dapat menjadi hambatan dalam mengimplementasikan *strategic agility*, terutama dalam organisasi besar. Kurangnya koordinasi antar departemen, serta pemahaman yang tidak seragam tentang tujuan dan strategi perusahaan, bisa menghambat penerapan agilitas dalam pengambilan keputusan dan respons terhadap perubahan.

Perusahaan perlu memperbaiki sistem komunikasi internal untuk memastikan bahwa informasi dapat mengalir dengan cepat dan jelas di seluruh organisasi. Menggunakan teknologi komunikasi yang efisien, seperti platform kolaborasi digital, serta memastikan bahwa semua karyawan memahami tujuan strategis perusahaan dan peran mereka dalam mencapai tujuan tersebut, sangat penting untuk meningkatkan koordinasi dan mempercepat respons terhadap perubahan.

3.5 Keterkaitan Strategic Agility sebagai Strategi Kompetitif di Era Disrupsi Digital dengan Studi Kasus Perusahaan

1. Netflix: Transisi ke Layanan Streaming

Netflix menunjukkan penerapan strategic agility dengan beradaptasi dari penyewaan DVD ke layanan streaming. Perusahaan ini cepat merespons perubahan teknologi dan pasar dengan mengembangkan platform streaming dan konten orisinal, memungkinkan mereka untuk meningkatkan jumlah pelanggan global, terutama selama pandemi. Keberhasilan ini menunjukkan bagaimana Netflix menggunakan seizing dan reconfiguring untuk merespons perubahan pasar dengan cepat

2. Amazon: Transformasi Menjadi Ritel Global

Amazon memulai sebagai toko buku online dan bertransformasi menjadi raksasa e-commerce global. Dengan menerapkan strategic agility, Amazon berinovasi melalui teknologi, seperti AWS dan Alexa, untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Kemampuan Amazon dalam mendeteksi peluang pasar dan cepat beradaptasi dengan kebutuhan teknologi memperkuat posisi mereka di industri global.

3. Gojek: Ekosistem Layanan Multifungsi

Gojek mengembangkan diri dari layanan ojek online menjadi super app yang menawarkan berbagai layanan seperti GoFood dan GoPay. Perusahaan ini memanfaatkan strategic agility untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan teknologi, yang memungkinkan mereka menjadi pemimpin pasar di Asia Tenggara. Dengan inovasi berkelanjutan, Gojek berhasil mempertahankan daya saing di tengah persaingan ketat.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategic agility terbukti menjadi strategi kompetitif yang sangat penting di era disrupsi digital. Perusahaan yang mampu mengadopsi dan menerapkan kemampuan detecting, seizing, dan reconfiguring dengan cepat dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar dan teknologi, sehingga mampu menjaga keunggulan kompetitifnya. Dengan strategic agility, perusahaan dapat lebih efektif dalam merespons perubahan pasar, berinovasi, dan mengoptimalkan sumber daya untuk menghadapi tantangan yang datang. Studi kasus pada perusahaan-perusahaan seperti Netflix, Amazon, dan Gojek menunjukkan bahwa kemampuan untuk beradaptasi secara cepat dan terus-menerus berinovasi adalah kunci sukses mereka di tengah disrupsi digital. Netflix berhasil bertransformasi dari layanan DVD menjadi platform streaming global, Amazon mengubah diri dari toko buku online menjadi platform e-commerce global, dan Gojek menciptakan ekosistem layanan multifungsi yang memenuhi kebutuhan pasar Asia Tenggara. Oleh karena itu, bagi perusahaan di era disrupsi digital, strategic agility bukan hanya sekadar pilihan, tetapi keharusan untuk bertahan dan berkembang. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan risiko akan kehilangan daya saing dan relevansinya di pasar.

REFERENSI

Andriani, Rini Dewi. "Strategi Pemimpin Dalam Digital Leadership Di Era Disrupsi Digital." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 11, no. 1 (2021): 58–72. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad>.

- “Anggraini, Fifin, and Anindhyta Budiarti. ‘Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek.’ *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8.3 (2020): 86-94.,” n.d.
- Arizqi, Diah Ayu Kusumawati. “The Role of Agile Leadership and Strategic Agility Planning in Improving Sme’S Performance in West Papua Indonesia Province.” *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan* 8, no. 1 (2023): 105–23.
- Aswan, Aswan. “Moderation Role of Strategic Agility in the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage in SMEs.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 14, no. 1 (2023): 125–42. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16242>.
- Choliq, Abdul. “Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media Cetak.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2023): 1–11.
- Chrisnathaniel, Hendy Carol, Sri Hartini, and Sari Puji Rahayu. “Kapabilitas Dinamis Sebagai Penentu Dalam Mengadopsi Penerapan Bisnis Berbasis Teknologi Digita.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 5, no. 2 (2020): 256–64.
- Darwin, Muhamad, and Akhmad Sefudin. “Perbandingan Teori Disrupsi Pada Marketing Di Era.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 1, no. 2 (2020): 25–39.
- Farah, Farah Luthfia, Rahmat Mulyana, and Luthfi Ramadhani. “Studi Kasus Pengaruh Tata Kelola Ti Terhadap Transformasi Digital Dan Kinerja Bank B.” *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi* 4, no. 2 (2022): 100–116. <https://doi.org/10.31849/zn.v4i2.11085>.