



Implementasi Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Organisasi di Era Digital: Studi Kasus Bank Sultra

INFO PENULIS

Febriati
Universitas Halu Oleo
febriatyid@gmail.com

Yoko Hadiyanto
Universitas Halu Oleo
yokohadiyanto@gmail.com

Eliyanti Agus Mokodompit
Universitas Halu Oleo
eamokodompit66@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307

Vol. 6, No. 1, April 2026

<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Febriati., Hadiyanto, Y., Mokodompit, E. A.(2026). Implementasi Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Organisasi di Era Digital: Studi Kasus Bank Sultra.*Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (1), 1334-1340.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital dengan studi kasus pada Bank Sultra. Metode yang digunakan adalah *literature review* dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui pengkajian berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan serta didukung oleh data sekunder terkait objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi yang terintegrasi dengan inovasi dan transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks Bank Sultra, implementasi strategi digital, pengembangan layanan berbasis teknologi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi meliputi kepemimpinan yang adaptif, budaya organisasi yang inovatif, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, pengelolaan kualitas layanan dan produk juga berperan dalam memperkuat kepercayaan nasabah. Dengan demikian, organisasi perlu mengembangkan strategi yang fleksibel, inovatif, dan berbasis teknologi untuk menghadapi dinamika persaingan di era digital.

Kata Kunci: Manajemen strategi, transformasi digital, inovasi, daya saing organisasi, Bank Sultra.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of strategic management in enhancing organizational competitiveness in the digital era, with a case study of Bank Sultra. The research employs a literature review method with a descriptive qualitative approach by examining various relevant scientific sources, supported by secondary data related to the research object. The findings indicate that strategic management integrated with innovation and digital transformation can improve operational efficiency, expand market reach, and create sustainable competitive advantages. In the context of Bank Sultra, the implementation of digital strategies, technology-based service development, and the improvement of human resource quality are crucial in responding to the increasingly competitive banking industry. Key factors influencing successful strategy implementation include adaptive leadership, innovative organizational culture, utilization of digital technology, and effective digital marketing strategies. In addition, service and product quality management also play an important role in strengthening customer trust. Therefore, organizations need to develop flexible, innovative, and technology-based strategies to respond to the dynamic business environment in the digital era.

Key Words: Strategic management, digital transformation, innovation, organizational competitiveness, Bank Sultra

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap bisnis dan organisasi, sehingga menuntut adanya penyesuaian strategi yang adaptif dan berkelanjutan. Era digital ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi, otomatisasi proses bisnis, serta munculnya berbagai model bisnis baru berbasis digital. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat, tidak hanya antar organisasi dalam satu sektor, tetapi juga lintas sektor yang sebelumnya tidak saling bersinggungan. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk memiliki kemampuan dalam merumuskan dan mengimplementasikan manajemen strategi yang tepat guna meningkatkan daya saingnya di tengah dinamika tersebut (Jamaludin et al., 2024).

Manajemen strategi menjadi elemen kunci dalam menentukan arah dan keberhasilan organisasi, khususnya dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui manajemen strategi, organisasi dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman akibat perubahan teknologi, serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Inovasi menjadi bagian penting dalam manajemen strategi karena memungkinkan organisasi menciptakan nilai tambah melalui produk, layanan, maupun proses bisnis yang lebih efisien dan efektif (Miradji et al., 2024). Selain itu, kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis juga menjadi faktor penentu dalam meningkatkan daya saing (Dandi & Ali, 2025).

Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penerapan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan budaya organisasi, struktur, serta pola kepemimpinan. Kepemimpinan strategis yang adaptif sangat diperlukan untuk mendorong organisasi agar mampu berinovasi dan bertransformasi secara berkelanjutan. Pemimpin yang memiliki visi digital akan mampu mengarahkan organisasi dalam menghadapi disrupsi teknologi serta memanfaatkan peluang secara optimal (Sofiyanto et al., 2024). Selain itu, budaya organisasi yang mendukung inovasi dan kolaborasi juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing organisasi di era digital (Aisha et al., 2025).

Dalam konteks persaingan global, daya saing organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan internal, tetapi juga oleh bagaimana organisasi merespons perubahan eksternal secara cepat dan tepat. Strategi inovasi bisnis menjadi salah satu pendekatan efektif dalam meningkatkan daya saing karena memungkinkan organisasi beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang dinamis (Triwijayati et al., 2023). Di sisi lain, strategi pemasaran digital juga menjadi instrumen penting dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan, sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Rahman et al., 2025). Penerapan strategi digital juga terbukti memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan kinerja keuangan, termasuk pada sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) (Nurmalasari et al., 2024). Selain itu, strategi transformasi digital yang terencana

dengan baik dapat memperkuat sistem manajemen organisasi serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi lingkungan bisnis yang kompleks (Nefianto, 2025).

Lebih lanjut, pengelolaan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi manajemen strategi di era digital. Inovasi dalam manajemen sumber daya manusia dapat meningkatkan kompetensi dan produktivitas karyawan sehingga mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efektif (Abdulah et al., 2021). Selain itu, pengembangan produk dan layanan berbasis inovasi juga berkontribusi dalam meningkatkan daya saing perusahaan, terutama dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen yang cepat (Hadi, 2025).

Dalam konteks sektor perbankan daerah, seperti Bank Sultra, tantangan transformasi digital menjadi semakin kompleks karena harus diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, serta penguatan kepercayaan masyarakat. Bank daerah dituntut untuk tidak hanya beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga mampu bersaing dengan bank nasional maupun lembaga keuangan berbasis digital. Penerapan manajemen strategi yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing, baik melalui digitalisasi layanan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, maupun penguatan sistem manajemen organisasi.

Peningkatan daya saing organisasi juga tidak terlepas dari penerapan manajemen kualitas yang mampu menjamin konsistensi produk dan layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadi semakin penting di era digital, di mana konsumen memiliki akses luas terhadap informasi dan dapat dengan mudah membandingkan kualitas antar layanan (Maulidin et al., 2024). Selain itu, strategi digital yang efektif dapat membantu organisasi dalam mengembangkan bisnis secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Paimash et al., 2025).

Dengan demikian, implementasi manajemen strategi yang terintegrasi dengan transformasi digital menjadi suatu keharusan bagi organisasi yang ingin bertahan dan berkembang di era digital. Organisasi perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya berfokus pada efisiensi internal, tetapi juga mampu menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas, serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, penelitian mengenai implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital dengan studi kasus pada Bank Sultra menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif serta solusi yang relevan dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa depan (Kalandarovna & Qizi, 2023; Alfidyah, 2025).

B. Metodologi

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* atau studi kepustakaan yang dipadukan dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dilakukan dengan cara mengkaji, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian, kemudian mengaitkannya dengan kondisi pada Bank Sultra sebagai objek kajian. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital.

Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena yang diteliti melalui pengolahan data sekunder yang bersumber dari artikel ilmiah, jurnal, serta publikasi akademik lainnya (Jamaludin et al., 2024; Sofiyanto et al., 2024).

Selain itu, pendekatan *literature review* memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta kesenjangan penelitian terkait manajemen strategi dan transformasi digital, sekaligus mengkontekstualisasikannya pada sektor perbankan daerah (Miradji et al., 2024).

2. Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur yang telah dipublikasikan. Sumber data utama berupa jurnal ilmiah nasional dan internasional yang berkaitan dengan manajemen strategi, transformasi digital, inovasi, serta daya saing organisasi.

Selain itu, data pendukung juga diperoleh dari dokumen publik, laporan, serta informasi terkait Bank Sultra yang tersedia secara terbuka untuk memperkuat analisis studi kasus. Literatur yang digunakan berasal dari artikel-artikel yang relevan, seperti penelitian mengenai transformasi digital dalam manajemen strategi (Jamaludin et al., 2024), inovasi sebagai sumber

keunggulan kompetitif (Dandi & Ali, 2025), serta strategi digital dalam meningkatkan daya saing organisasi (Paimash et al., 2025).

Penelitian yang membahas budaya organisasi, kepemimpinan, serta manajemen sumber daya manusia juga digunakan sebagai referensi pendukung (Aisha et al., 2025; Abdulah et al., 2021).

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan berbagai literatur dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- a. mengidentifikasi kata kunci seperti “manajemen strategi”, “transformasi digital”, “daya saing organisasi”, dan “inovasi”;
- b. menelusuri database jurnal ilmiah untuk memperoleh sumber literatur yang relevan;
- c. melakukan seleksi literatur berdasarkan kesesuaian topik, tahun publikasi, dan kualitas sumber; serta
- d. mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan Bank Sultra sebagai objek studi kasus.

Literatur yang dipilih sebagian besar merupakan publikasi terbaru dalam kurun waktu lima tahun terakhir agar mencerminkan kondisi terkini (Triwijayati et al., 2023; Nurmalasari et al., 2024). Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan relevan, valid, dan mendukung tujuan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*), yaitu metode yang dilakukan dengan mengkaji isi berbagai literatur dan dokumen untuk menemukan tema, pola, dan hubungan antar variabel.

Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- a. reduksi data, dengan memilih informasi yang relevan;
- b. penyajian data, dengan menyusun informasi secara sistematis dalam bentuk narasi; dan
- c. penarikan kesimpulan, dengan menginterpretasikan hasil analisis.

Melalui analisis ini, peneliti mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi manajemen strategi, seperti inovasi, teknologi, kepemimpinan, budaya organisasi, serta strategi pemasaran digital (Rahman et al., 2025; Hadi, 2025). Selain itu, analisis juga difokuskan pada bagaimana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap peningkatan daya saing, khususnya dalam konteks Bank Sultra (Kalandarovna & Qizi, 2023).

5. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah penentuan topik dan perumusan masalah yang berkaitan dengan implementasi manajemen strategi di era digital. Tahap kedua adalah pengumpulan literatur dan data sekunder yang relevan, termasuk informasi terkait Bank Sultra.

Tahap ketiga adalah analisis data menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi konsep utama serta temuan penting dari setiap sumber. Tahap terakhir adalah penyusunan hasil penelitian dalam bentuk narasi yang terstruktur dan sistematis.

Prosedur ini bertujuan untuk menghasilkan kajian yang komprehensif mengenai strategi organisasi dalam menghadapi digitalisasi, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan manajemen strategi (Nefianto, 2025; Alfidyah, 2025).

6. Validitas dan Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas dan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan berbagai literatur yang memiliki topik serupa guna memastikan konsistensi temuan. Selain itu, peneliti menggunakan sumber literatur yang kredibel dan relevan serta didukung oleh data sekunder terkait Bank Sultra. Penggunaan berbagai referensi dari jurnal ilmiah memungkinkan peneliti memperoleh perspektif yang luas dan mendalam mengenai implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing organisasi (Maulidin et al., 2024). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas yang tinggi serta mampu memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan ilmu manajemen strategi di era digital.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Peran Manajemen Strategi dalam Era Digital

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa manajemen strategi memiliki peran yang sangat krusial dalam membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang

dinamis akibat perkembangan teknologi digital. Organisasi yang mampu merumuskan dan mengimplementasikan strategi secara tepat cenderung memiliki keunggulan dalam mengidentifikasi peluang pasar serta mengantisipasi ancaman dari disrupsi digital.

Transformasi digital dalam manajemen strategi memungkinkan integrasi teknologi ke dalam proses bisnis, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional (Jamaludin et al., 2024). Dalam konteks Bank Sultra, implementasi manajemen strategi menjadi sangat penting untuk memperkuat posisi sebagai bank daerah di tengah persaingan dengan bank nasional dan lembaga keuangan digital. Strategi yang adaptif memungkinkan Bank Sultra untuk meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pasar, serta menjaga keberlanjutan kinerja organisasi.

Selain itu, pendekatan berbasis sumber daya juga menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui optimalisasi aset internal, termasuk teknologi dan kompetensi sumber daya manusia (Dandi & Ali, 2025).

2. Inovasi sebagai Kunci Keunggulan Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing organisasi. Inovasi tidak hanya mencakup pengembangan produk baru, tetapi juga inovasi dalam proses bisnis, model bisnis, serta strategi organisasi secara keseluruhan. Organisasi yang mampu berinovasi secara berkelanjutan akan lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi (Miradji et al., 2024).

Dalam konteks Bank Sultra, inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan layanan perbankan digital, peningkatan kualitas sistem layanan, serta penyediaan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Strategi inovasi yang tepat akan mendorong diferensiasi layanan serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Triwijayati et al., 2023). Selain itu, penerapan manajemen inovasi yang efektif juga berpotensi meningkatkan kinerja organisasi serta memperluas pangsa pasar (Alfidyah, 2025).

3. Transformasi Digital dan Dampaknya terhadap Organisasi

Transformasi digital merupakan elemen penting dalam implementasi manajemen strategi di era modern. Hasil kajian menunjukkan bahwa organisasi yang mengadopsi teknologi digital secara optimal mampu meningkatkan kinerja operasional, mempercepat proses bisnis, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan (Nefianto, 2025). Transformasi ini juga mencakup pemanfaatan teknologi informasi dalam pengambilan keputusan strategis.

Bagi Bank Sultra, transformasi digital menjadi kebutuhan strategis dalam menghadapi perubahan perilaku nasabah yang semakin bergeser ke layanan berbasis digital. Digitalisasi memungkinkan bank untuk meningkatkan efisiensi layanan, memperluas akses ke masyarakat, serta meningkatkan pengalaman nasabah. Selain itu, strategi digital juga memungkinkan organisasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital (Paimash et al., 2025).

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja dan daya saing, termasuk pada sektor usaha kecil dan menengah (Nurmalasari et al., 2024).

4. Peran Kepemimpinan dan Budaya Organisasi

Keberhasilan implementasi manajemen strategi di era digital sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan dan budaya organisasi. Kepemimpinan yang adaptif dan visioner mampu mendorong organisasi untuk berinovasi serta bertransformasi secara berkelanjutan. Pemimpin yang memiliki pemahaman terhadap teknologi digital akan lebih efektif dalam mengarahkan organisasi menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada (Sofiyanto et al., 2024).

Dalam konteks Bank Sultra, peran kepemimpinan menjadi krusial dalam mendorong transformasi digital dan perubahan budaya kerja. Budaya organisasi yang mendukung inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan akan memperkuat implementasi strategi digital secara optimal (Aisha et al., 2025). Dengan demikian, sinergi antara kepemimpinan dan budaya organisasi menjadi faktor penting dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

5. Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing

Strategi pemasaran digital merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital. Pemasaran digital memungkinkan organisasi menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien dibandingkan metode konvensional. Selain itu, media digital memungkinkan terjadinya interaksi secara real-time dengan pelanggan (Rahman et al., 2025).

Bagi Bank Sultra, penerapan strategi pemasaran digital dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, aplikasi layanan digital, serta platform online lainnya untuk

meningkatkan brand awareness dan loyalitas nasabah. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi.

6. Pengelolaan Sumber Daya dan Kualitas untuk Daya Saing

Pengelolaan sumber daya manusia dan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi. Inovasi dalam manajemen sumber daya manusia dapat meningkatkan kompetensi dan produktivitas karyawan sehingga mendukung implementasi strategi organisasi secara efektif (Abdulah et al., 2021).

Dalam konteks Bank Sultra, peningkatan kompetensi karyawan dalam bidang teknologi digital menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung transformasi organisasi. Selain itu, penerapan manajemen kualitas yang baik juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan nasabah serta menjaga konsistensi layanan (Maulidin et al., 2024). Pengembangan produk dan layanan yang inovatif juga menjadi strategi penting dalam memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang (Hadi, 2025).

7. Implikasi Strategis terhadap Peningkatan Daya Saing Organisasi

Berdasarkan hasil kajian literatur, implementasi manajemen strategi yang terintegrasi dengan inovasi dan transformasi digital memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing organisasi. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi, inovasi, kepemimpinan, serta strategi pemasaran digital akan lebih unggul dalam menghadapi persaingan global (Kalandarovna & Qizi, 2023).

Dalam studi kasus Bank Sultra, implikasi strategis yang dapat diidentifikasi meliputi pentingnya penguatan digitalisasi layanan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pengembangan strategi inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, strategi yang adaptif dan fleksibel menjadi kunci dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Organisasi perlu terus melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Dengan demikian, implementasi manajemen strategi di era digital tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang organisasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa implementasi manajemen strategi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital. Organisasi yang mampu mengintegrasikan strategi dengan perkembangan teknologi digital akan lebih adaptif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Inovasi, transformasi digital, serta pengelolaan sumber daya yang efektif menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, strategi yang dirancang secara sistematis dan berbasis teknologi memungkinkan organisasi meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar (Jamaludin et al., 2024; Dandi & Ali, 2025).

Dalam konteks Bank Sultra, implementasi manajemen strategi menunjukkan pentingnya penguatan digitalisasi layanan, inovasi produk, serta peningkatan kualitas pelayanan guna menghadapi persaingan dengan bank nasional maupun lembaga keuangan digital. Kemampuan Bank Sultra dalam mengadaptasi perubahan teknologi dan kebutuhan nasabah menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing di sektor perbankan daerah.

Kesimpulan lainnya menegaskan bahwa keberhasilan implementasi manajemen strategi tidak terlepas dari peran kepemimpinan, budaya organisasi, serta penerapan strategi pemasaran digital. Kepemimpinan yang visioner dan budaya organisasi yang adaptif mampu mendorong inovasi dan kolaborasi dalam menghadapi tantangan era digital. Di sisi lain, strategi pemasaran digital serta pengelolaan kualitas dan sumber daya manusia turut memperkuat posisi kompetitif organisasi. Dengan demikian, sinergi antara berbagai elemen strategis tersebut menjadi kunci utama dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan di tengah persaingan global (Sofiyanto et al., 2024; Rahman et al., 2025).

E. Referensi

- Miradji, M. A., Vercelly, W. A. S., Faiz, R. M., Aisyah, M. K., & Yuherda, A. (2024). Inovasi Dalam Manajemen Strategi: "Membangun Keunggulan Kompetitif Di Era Digital". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 28-38.
- Sofiyanto, M., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2024). Transformasi kepemimpinan dalam

- manajemen strategis di era digital: Tinjauan literatur review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Jamaludin, J., Farhan, A., & Purnamasari, P. (2024). Transformasi digital manajemen strategi dalam menghadapi dinamika bisnis modern. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 13630-13639.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., 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(03), 306-314.
- Dandi, F., & Ali, H. (2025). Pengaruh Inovasi, Transformasi Digital dan Teknologi terhadap Manajemen Strategik Berbasis Sumber Daya. *Dinasti Accounting Review*, 2(4), 199-214.
- Nefianto, T. (2025). Strategi Transformasi Digital Untuk Penguatan Manajemen Organisasi. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(10), 4026-4031.
- Rahman, A., Kusumadewi, R. A., & Nurzaman, F. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Transformasi Teknologi. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 8-20.
- 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.
- Aisha, N., Mahilan, A., & Saefullah, A. (2025). Transformasi budaya organisasi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis: Strategi adaptasi di era ekonomi digital. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6196-6204.
- Alfidyah, M. (2025). Implementasi Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1(1), 23-29.
- Hadi, E. S. (2025). Management Strategy For New Product Development In Enhancing Company Competitiveness In The Digital Era. *Dirya: Journal of Economic Management*, 2(1), 72-81.
- Maulidin, S., Rohman, M., Nawawi, M. L., & Andrianto, D. (2024). Quality management in improving competitiveness in the digital era at madrasa. *Journal of Advanced Islamic Educational Management*, 4(1), 57-70.
- Abdulah, M. H. A. B., Gardi, B., & Darmawan, D. (2021). Innovation in Human Resource Management to enhance Organizational Competitiveness in the Era of Globalization. *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 51-58.
- Kalendarovna, A. G., & Qizi, A. M. A. (2023). Development and increase of competitiveness of the organization. *ASEAN Journal of Educational Research and Technology*, 2(3), 265-274.
- Paimash, H., Biloshkurska, N., & Koberniuk, S. (2025). Digital strategy for company development in a competitive environment. *Social Development: Economic and Legal Issues*, (1), 45-55.