

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN MANAJEMEN
PERUBAHAN PADA KEGIATAN BISNIS DI ERA GLOBALISASI****Oxy Hendro Prabowo¹, Alit Merthayasa², Nur Saebah³**^{1,2,3}Universitas Cendekia Mitra IndonesiaEmail : ¹prabowooxy@gmail.com, ²alitmerthayasa2009@gmail.com,
³saebah47@gmail.com**Abstrak**

Era globalisasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi cara perusahaan mengelola bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan berkontribusi terhadap keberhasilan kegiatan bisnis di era globalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan yang diperoleh dari Google Scholar dan Elsevier. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi pada kegiatan bisnis yakni dengan ecommerce, analisis data untuk pengambilan keputusan, penggunaan kecerdasan buatan (AI), pemasaran digital dan media sosial, kolaborasi dan komunikasi digital. Sedangkan pemanfaatan manajemen perubahan antara lain yakni dengan implementasi teknologi baru, merger dan akuisisi, dan fleksibilitas dalam organisasi.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Manajemen Perubahan, Kegiatan Bisnis**Abstract**

The era of globalization has brought significant changes in the business world. Advances in information technology are one of the main factors that influence the way companies manage business. The purpose of this study is to analyze how the use of information technology and change management contribute to the success of business activities in the era of globalization. This research uses qualitative research methods. The data collection technique was carried out by literature study obtained from Google Scholar and Elsevier. The data that has been collected is then analyzed in three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that the use of information technology in business activities, namely ecommerce, data analysis for

| | |
|----------------------|---|
| How to cite: | Oxy Hendro Prabowo, Alit Merthayasa, Nur Saebah (2023), Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan pada Kegiatan Bisnis di Era Globalisasi, (5) 7, https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416 __ |
| E-ISSN: | 2684-883X |
| Published by: | Ridwan Institute |

decision making, the use of artificial intelligence (AI), digital marketing and social media, collaboration and digital communication. Meanwhile, the use of change management includes the implementation of new technology, mergers and acquisitions, and flexibility in the organization.

Keywords: *Information Technology, Change Management, Business Activities*

PENDAHULUAN

Globalisasi menurut Anthony Giddens adalah intensifikasi hubungan sosial secara mendunia yang terhubung antara peristiwa satu lokasi dengan lokasi lainnya yang menyebabkan perubahan pada keduanya (Bairizki et al., 2021; O. A. Putri & Hariyanti, 2022). Meskipun sering diidentifikasi sebagai ciri masyarakat modern, beberapa pakar berpendapat bahwa fenomena globalisasi sudah terjadi sejak akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20 (A. S. Putri, 2021). Era globalisasi telah memicu transformasi yang mendalam dalam lanskap bisnis di seluruh dunia, salah satu pendorong utama di balik perubahan ini adalah kemajuan pesat dalam teknologi informasi.

Kemajuan teknologi informasi telah menjadi pilar utama yang mengubah cara perusahaan mengelola bisnis mereka. Pada era di mana informasi menjadi lebih mudah diakses dan tersebar, teknologi informasi telah memainkan peran sentral dalam membentuk strategi, operasional, dan interaksi perusahaan dengan pelanggan serta mitra bisnis. Teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi proses, mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih cepat dan akurat, serta meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan (Turban et al., 2023). Transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis dari yang sebelumnya terpusat pada proses manual menjadi yang lebih terotomatisasi, cepat, dan terhubung secara digital.

Pada lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemajuan teknologi informasi menjadi penentu penting bagi perusahaan dalam meraih keunggulan kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan yang terus berlangsung. Selain pemanfaatan teknologi, upaya mengatasi dinamika bisnis ini perlu diatur sedemikian rupa salah satunya dengan manajemen perubahan. Manajemen perubahan adalah suatu proses, teknik, dan alat yang digunakan untuk mengelola proses perubahan pada sisi individu untuk mencapai suatu hasil yang dibutuhkan dan untuk menerapkan perubahan secara lebih efektif dengan agen perubahan, sistem, dan tim yang lebih luas (Baker, 2007).

Manajemen perubahan menjadi alat penting dalam mengelola transformasi organisasi, mengatasi tantangan, dan merespons peluang yang muncul, dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen perubahan, perusahaan dapat mengelola transisi dengan lebih terencana, mengurangi resistensi terhadap perubahan, dan memastikan bahwa perubahan yang diterapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Penelitian terdahulu oleh (Mukhsin, 2020) mengkaji peranan teknologi informasi dan komunikasi menerapkan sistem informasi desa dalam publikasi informasi desa di era globalisasi. Penelitian lain oleh (Murti et al., 2021) fokus pada penelitian pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan organisasi dalam mendukung bisnis

berkelanjutan pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. Kebaharuan penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya yakni kegiatan bisnis di era globalisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan berkontribusi terhadap keberhasilan kegiatan bisnis di era globalisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif cenderung mengumpulkan data di lapangan di lokasi di mana peserta mengalami masalah atau masalah yang diteliti. Peneliti tidak membawa individu ke lab (situasi yang dibuat-buat), atau biasanya mereka mengirim instrumen untuk diselesaikan individu. Informasi yang dekat ini dikumpulkan dengan benar-benar berbicara langsung kepada orang-orang dan melihat mereka berperilaku dan bertindak dalam konteks mereka adalah karakteristik utama dari penelitian kualitatif (Creswell & Creswell, 2017). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan yang diperoleh dari Google Scholar dan Elsevier. Data-data yang telah terkumpul dari literatur tersebut kemudian dianalisis melalui tiga tahapan yang terstruktur. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana data dari berbagai sumber dikumpulkan dan disaring untuk mengidentifikasi informasi yang paling relevan dengan fokus penelitian. Tahap berikutnya adalah penyajian data, di mana data yang telah disaring dianalisis lebih lanjut untuk mengungkapkan pola, tren, dan temuan penting. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, analisis data yang telah dilakukan digunakan untuk merumuskan kesimpulan yang mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam tentang pemanfaatan teknologi informasi dan manajemen perubahan dalam kegiatan bisnis di era globalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan teknologi informasi pada kegiatan bisnis

Pada era globalisasi yang semakin berkembang, pemanfaatan teknologi telah menjadi inti dari berbagai aspek kegiatan bisnis. Dari interaksi dengan pelanggan hingga manajemen rantai pasok, teknologi telah meresap ke dalam hampir setiap tahapan operasional. Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membuka jalan bagi perusahaan untuk terhubung dengan pasar global secara lebih mudah dan efisien. Sistem manajemen yang terotomatisasi, analisis data canggih, serta platform e-commerce semakin mengintegrasikan perusahaan ke dalam jaringan bisnis global yang kompleks. Melalui pemanfaatan teknologi, perusahaan dapat memperluas jangkauan mereka, menjelajahi peluang baru, dan merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Inovasi seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan teknologi cloud juga memberikan cara baru dalam mengoptimalkan efisiensi, memahami perilaku konsumen, serta mengambil keputusan strategis yang lebih baik. Berikut adalah beberapa bentuk pemanfaatan teknologi pada kegiatan bisnis di era globalisasi:

1. E-commerce dan Pasar Online

Pada dunia bisnis modern, pemanfaatan e-commerce telah menjadi faktor krusial bagi perusahaan dalam meningkatkan kehadiran mereka di pasar global. E-commerce, singkatan dari electronic commerce adalah praktik pembelian dan penjualan produk atau layanan secara daring melalui platform digital (Nisar & Prabhakar, 2017). Perusahaan memanfaatkan e-commerce sebagai strategi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, mengatasi batasan geografis, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Perusahaan dapat menjalankan aktivitas bisnis mereka 24/7 tanpa terbatas oleh jam operasional fisik dengan mengadopsi e-commerce, hal ini memungkinkan pelanggan untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja sesuai kenyamanan mereka (Arrahma & Abadi, 2023). Selain itu, pemanfaatan e-commerce juga memberikan pelanggan akses yang lebih mudah terhadap berbagai produk dan layanan, baik lokal maupun internasional. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas merek perusahaan di seluruh dunia. Melalui e-commerce, perusahaan dapat memanfaatkan berbagai alat seperti platform website, aplikasi seluler, dan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, hal ini menciptakan peluang untuk memberikan informasi yang lebih rinci tentang produk, ulasan pelanggan, serta menyediakan layanan pelanggan secara langsung melalui chat atau pesan. Penerapan sistem pembayaran online juga membuat proses transaksi lebih cepat dan aman, contoh ecommerce di Indonesia antara lain adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, Zalora dan banyak lagi lainnya (Witi, 2021).

2. Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan

Pemanfaatan analisis data dalam pengambilan keputusan bisnis telah menjadi bagian integral dari strategi perusahaan yang canggih dan berorientasi pada data. Analisis data merupakan proses mengumpulkan, menganalisis, menginterpretasi, dan menggali wawasan dari berbagai macam data yang dikumpulkan oleh perusahaan (Nelson et al, 2023). Data ini diperoleh dari big data yang menggunakan bantuan teknologi informasi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi berharga yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik, akurat, dan terinformasi. Perusahaan memanfaatkan analisis data untuk pengambilan keputusan bisnis di berbagai bidang, seperti pemasaran, operasional, keuangan, dan pengembangan produk. Melalui analisis data, perusahaan dapat mengidentifikasi tren, pola, dan hubungan dalam data yang telah terkumpul. Misalnya, dalam pemasaran, analisis data dapat membantu perusahaan memahami perilaku konsumen, preferensi produk, dan efektivitas kampanye pemasaran dengan demikian, perusahaan dapat mengarahkan upaya pemasaran mereka dengan lebih tepat sasaran. Selain itu, analisis data juga membantu dalam mengidentifikasi peluang dan risiko. Data yang dianalisis dapat mengungkapkan peluang pasar baru, tren yang sedang berkembang, serta memberikan wawasan tentang bagaimana produk atau layanan perusahaan dapat berkembang lebih baik. Di sisi lain, analisis data juga dapat mengidentifikasi risiko potensial dan memungkinkan perusahaan untuk mengambil tindakan

pencegahan yang diperlukan. Pemanfaatan analisis data juga memungkinkan perusahaan untuk mengukur kinerja mereka secara lebih akurat dan obyektif. Data yang diolah dapat memberikan gambaran tentang capaian tujuan bisnis, efisiensi operasional, dan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan informasi ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengoptimalkan operasional mereka.

3. Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence atau AI) telah membuka pintu bagi perusahaan untuk mengoptimalkan operasi dan pengambilan keputusan bisnis dengan tingkat kecerdasan yang semakin tinggi (Pasaribu & Widjaja, 2022). AI merujuk pada kemampuan mesin untuk belajar, merancang, dan mengeksekusi tugas secara otonom, mirip dengan kemampuan manusia dalam pemrosesan informasi dan pengambilan keputusan. Perusahaan memanfaatkan AI dalam berbagai bidang bisnis. Di bidang pelayanan pelanggan, chatbot yang ditentagai oleh AI dapat memberikan respon cepat dan akurat kepada pertanyaan pelanggan, memberikan dukungan sepanjang waktu. Dalam pengembangan produk, AI dapat membantu dalam analisis umpan balik pelanggan dan tren pasar, memandu inovasi produk yang lebih relevan dan sesuai kebutuhan. Manajemen rantai pasok juga memanfaatkan AI untuk mengoptimalkan proses logistik dan pengadaan. AI dapat membantu meramalkan permintaan produk, mengatur pengiriman, dan mengoptimalkan persediaan dengan lebih akurat. Dalam pemasaran, AI memungkinkan personalisasi konten dan rekomendasi produk yang lebih tepat, meningkatkan pengalaman pelanggan dan konversi penjualan. Sistem keamanan juga mendapat manfaat dari AI, dalam mendeteksi ancaman siber dan transaksi penipuan dengan lebih akurat dan cepat. Bahkan, AI juga diterapkan dalam pengembangan mobil otonom dan robotik dalam industri yang lebih canggih.

4. Pemasaran Digital dan Media Sosial

Pemanfaatan pemasaran digital dan media sosial telah menjadi elemen krusial dalam strategi bisnis perusahaan di era modern, dengan merangkul teknologi dan platform-platform media sosial, perusahaan dapat menciptakan koneksi langsung dengan audiensnya. Perusahaan merancang konten yang menarik dan relevan, mengoptimalkan penggunaan kata kunci dan tagar untuk meningkatkan visibilitas, serta memanfaatkan alat analisis untuk mengukur dampak kampanye. Selain itu, perusahaan memanfaatkan fitur iklan berbayar di berbagai platform untuk menjangkau target audiens dengan lebih tepat dan efisien. Pemasaran melalui media sosial juga memberi peluang unik untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan, mengatasi masalah, dan mendapatkan umpan balik secara real-time, hal ini tidak hanya membangun loyalitas pelanggan, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas kampanye mereka dengan lebih akurat dengan mengintegrasikan teknologi dalam pemasaran digital dan media sosial, perusahaan dapat

meningkatkan visibilitas merek, memperluas pangsa pasar, dan meraih hasil yang lebih optimal dalam kompetisi bisnis yang semakin ketat (Chakti, 2019).

5. Kolaborasi dan Komunikasi Digital

Pada era di mana konektivitas digital menjadi landasan utama, perusahaan telah mengakui potensi besar dalam memanfaatkan Kolaborasi dan Komunikasi Digital untuk mengoptimalkan berbagai aspek bisnis, dengan alat dan platform kolaborasi yang tersedia, perusahaan dapat memungkinkan tim dari berbagai lokasi untuk bekerja sama secara efektif dalam pengembangan produk, proyek, atau solusi bisnis lainnya. Alat kolaborasi seperti Slack, Microsoft Teams, atau Zoom digunakan untuk memfasilitasi komunikasi dan kerjasama antar tim yang berlokasi di berbagai tempat. Komunikasi digital juga memainkan peran penting dalam menjaga arus informasi yang lancar dan real-time di seluruh organisasi. Perusahaan dapat menggunakan alat seperti platform pesan instan, konferensi video, dan platform kolaboratif online untuk berkomunikasi secara efisien tanpa hambatan geografis. Keuntungan lainnya adalah adanya rekaman digital dari komunikasi tersebut, memudahkan referensi dan dokumentasi. Selain itu, Kolaborasi dan Komunikasi Digital juga dapat memperluas jaringan bisnis perusahaan, memfasilitasi interaksi dengan mitra, pelanggan, dan pemasok secara lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi dalam aspek kolaborasi dan komunikasi, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat pengambilan keputusan, dan memperkuat kerja sama lintas tim dan lintas perusahaan, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Tazkiyyaturrohmah, 2020).

Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan bisnis memberikan peluang besar untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di era globalisasi ini dengan integrasi yang tepat dan strategi yang cermat, perusahaan dapat memaksimalkan potensi teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan interaksi dengan pelanggan, sehingga memungkinkan mereka tetap relevan dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Pemanfaatan manajemen perubahan pada kegiatan bisnis

Pemanfaatan manajemen perubahan dalam kegiatan bisnis merupakan suatu pendekatan strategis yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengelola dan mengarahkan transformasi organisasi dengan tujuan mencapai perubahan yang sukses. Manajemen perubahan mengakui bahwa setiap perubahan, baik itu dalam skala kecil maupun besar, melibatkan interaksi kompleks dengan individu, tim, dan sistem organisasi. Dalam konteks bisnis, manajemen perubahan membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan seperti perubahan teknologi, regulasi, persaingan pasar, dan pergeseran tren konsumen. Ini melibatkan langkah-langkah terencana untuk memahami perubahan yang diperlukan, mengomunikasikan visi perubahan kepada semua pihak yang terlibat, mengelola resistensi terhadap perubahan, serta mengukur dan mengoptimalkan hasil perubahan. Berikut adalah beberapa bentuk pemanfaatan manajemen perubahan pada kegiatan bisnis di era globalisasi:

1. Implementasi Teknologi Baru

Perusahaan telah mengakui pentingnya Manajemen Perubahan dalam memfasilitasi Implementasi Teknologi Baru dalam operasional bisnis mereka, dalam menghadapi perubahan teknologi, perusahaan mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan terencana. Manajemen perubahan melibatkan identifikasi kebutuhan perubahan, penentuan visi dan tujuan, serta merancang rencana yang melibatkan semua pihak terkait. Perusahaan juga menerapkan komunikasi yang efektif untuk memastikan bahwa tim dan staf memahami alasan di balik perubahan dan manfaat yang diharapkan. Selain itu, perusahaan memberikan pelatihan dan dukungan untuk membantu karyawan beradaptasi dengan teknologi baru dan memanfaatkannya secara optimal. Manajemen perubahan juga mencakup pemantauan dan evaluasi setelah implementasi, untuk mengidentifikasi masalah dan peluang perbaikan, dengan mengintegrasikan Manajemen Perubahan dalam implementasi teknologi baru, perusahaan dapat mengurangi resistensi terhadap perubahan, mengoptimalkan penerimaan teknologi baru, dan menghindari gangguan yang dapat terjadi akibat perubahan besar dalam operasional.

2. Merger dan Akuisisi

Perusahaan telah menyadari pentingnya penerapan Manajemen Perubahan sebagai landasan untuk kesuksesan dalam mengintegrasikan dua entitas bisnis yang berbeda. Proses Merger dan Akuisisi sering melibatkan perubahan signifikan dalam struktur organisasi, budaya kerja, dan proses operasional (Putri & Hariyanti, 2022). Perusahaan memanfaatkan pendekatan manajemen perubahan untuk memastikan bahwa para karyawan memahami alasan di balik perubahan tersebut dan merasa termotivasi untuk berpartisipasi aktif. Komunikasi yang jelas dan terbuka diperlukan untuk menghindari ketidakpastian dan kekhawatiran yang dapat muncul akibat perubahan tersebut. Selain itu, perusahaan melibatkan tim lintas fungsi untuk merencanakan dan mengimplementasikan langkah-langkah yang diperlukan dalam proses integrasi. Pelatihan dan dukungan juga diberikan kepada karyawan agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan baru, dengan memanfaatkan Manajemen Perubahan, perusahaan dapat menciptakan sinergi yang optimal antara entitas yang bergabung, mengurangi gangguan dalam operasional, dan mengoptimalkan peluang pertumbuhan yang muncul dari Merger dan Akuisisi.

3. Perubahan Model Bisnis

Perusahaan telah mengadopsi Manajemen Perubahan sebagai pendekatan strategis untuk mengelola perubahan dalam Model Bisnis. Perubahan Model Bisnis sering kali melibatkan transformasi mendalam dalam cara perusahaan menghasilkan, mendistribusikan, dan menghasilkan nilai bagi pelanggan. Perusahaan memanfaatkan prinsip Manajemen Perubahan untuk merancang rencana yang komprehensif dan terencana. Tahap awal melibatkan analisis mendalam terhadap perubahan yang diinginkan dan dampaknya terhadap

organisasi dan karyawan. Perusahaan berkomunikasi dengan jelas mengenai alasan di balik perubahan dan manfaat yang diharapkan. Selain itu, perusahaan mengidentifikasi pemimpin perubahan dan membentuk tim yang bertanggung jawab atas pelaksanaan dan pengawasan perubahan tersebut. Pada proses ini, pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi penting untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan model bisnis yang baru dengan menerapkan Manajemen Perubahan dalam perubahan Model Bisnis, perusahaan dapat mengurangi ketidakpastian, menghindari resistensi, dan memastikan transisi yang lancar menuju model bisnis yang baru dan lebih kompetitif.

4. Flexibilitas dalam Organisasi

Perusahaan telah mengintegrasikan Manajemen Perubahan sebagai pendekatan yang kritis dalam membangun fleksibilitas dalam struktur organisasinya. Memahami bahwa keberhasilan dalam bisnis saat ini memerlukan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan, perusahaan menggunakan prinsip Manajemen Perubahan untuk menciptakan fleksibilitas dalam organisasinya. Hal ini dimulai dengan mengidentifikasi area di mana fleksibilitas diperlukan dan kemudian merancang rencana perubahan yang mencakup pembaruan peran, tanggung jawab, dan struktur organisasi yang lebih adaptif. Komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan digunakan untuk menjelaskan alasan di balik perubahan ini dan memotivasi karyawan untuk berpartisipasi secara aktif. Perusahaan juga menginvestasikan dalam pelatihan dan pengembangan karyawan untuk mempersiapkan mereka menghadapi perubahan dan meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan dalam organisasi yang lebih fleksibel, dengan menerapkan Manajemen Perubahan dalam menciptakan fleksibilitas, perusahaan dapat merespon dengan cepat terhadap peluang dan tantangan yang muncul, menciptakan budaya yang inovatif, dan memastikan keberlanjutan jangka panjang dalam era bisnis yang dinamis.

Pemanfaatan manajemen perubahan dalam kegiatan bisnis memberikan keunggulan adaptasi dan fleksibilitas yang mendukung kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan global. Pengintegrasian teknologi dan manajemen perubahan secara holistik menjadi fondasi penting bagi perusahaan untuk menghadapi perubahan yang tak terhindarkan dan memastikan keberhasilan strategi bisnis dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Perusahaan telah sukses dalam memanfaatkan teknologi informasi, seperti platform e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk. Selain itu, analisis data telah menjadi alat penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat dan akurat, membantu perusahaan mengenali tren pasar dan mengadaptasi strategi dengan lebih baik. Penggunaan kecerdasan buatan (AI) telah membawa otomatisasi dan personalisasi dalam interaksi

dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman konsumen dan efisiensi operasional. Pada bidang pemasaran, pemanfaatan teknologi telah membuka peluang baru melalui pemasaran digital dan media sosial. Perusahaan telah sukses membangun kehadiran online yang kuat, mencapai audiens yang lebih luas, dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui platform media sosial. Selain itu, kolaborasi dan komunikasi digital telah memfasilitasi kerja tim yang efektif dan sinergi di seluruh bagian perusahaan, terlepas dari batasan geografis. Di sisi lain, penggunaan manajemen perubahan telah membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan besar seperti implementasi teknologi baru, proses merger dan akuisisi, serta peningkatan fleksibilitas organisasi. Perusahaan telah mengaplikasikan prinsip-prinsip manajemen perubahan dalam menghadapi perubahan yang mendasar, memitigasi resistensi, dan memastikan transisi yang mulus.

DAFTAR PUSTAKA

- Arrahma, F. A., & Abadi, M. T. (2023). Strategi Pemasaran: Cara Kedai Geprek Niki bisa Bertahan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3), 239–249.
- Bairizki, A., Irwansyah, R., Arifudin, O., Asir, M., Ganika, W. G., Karyanto, B., & Lewaherilla, N. (2021). *Manajemen perubahan*. Penerbit Widina.
- Baker, D. (2007). *Strategic change management in public sector organisations*. Elsevier.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Mukhsin, M. (2020). Peranan teknologi informasi dan komunikasi menerapkan sistem informasi desa dalam publikasi informasi desa di era globalisasi. *Teknokom*, 3(1), 7–15.
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33–41.
- Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2017). What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 135–144.
- Pasaribu, M., & Widjaja, A. (2022). *Artificial Intelligence: Perspektif Manajemen Strategis*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Putri, A. S. (2021). Diakses <http://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peranumkm-dalamperekonomianindonesia? page= all>. Tanggal.
- Putri, O. A., & Hariyanti, S. (2022). Analisis strategi merger, akuisisi, serta kinerja bank di Eropa. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2(2), 182–201.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2020). Tren model bisnis kolaborasi antar perusahaan startup perspektif bisnis islam. *Jurnal Penelitian Islam*, 14(2), 1–15.

Oxy Hendro Prabowo, Alit Merthayasa, Nur Saebah

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2023). B. Peluang dalam Penggunaan Sistem Informasi Manajemen. *Sistem Informasi Manajemen AI (Artificial Intelligence) as the Future Management Information System (Untuk Mahasiswa Ekonomi Program Studi Manajemen)*, 94.

Witi, F. L. (2021). *Membangun E-Commerce: Teori, Strategi dan Implementasi*. AMERTA MEDIA.

Copyright Holder:

Oxy Hendro Prabowo, Alit Merthayasa, Nur Saebah (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

