

TRANSFORMASI MODEL BISNIS MELALUI PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENDORONG INOVASI DAN NILAI BISNIS: STUDI LITERATUR

Sutopo¹, Sudianto²

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bakti Tunas Husada

sutopo@universitas-bth.ac.id¹, sudianto@universitas-bth.ac.id²

Received: 28-09- 2025

Revised: 10-10-2025

Approved: 24-10-2025

ABSTRAK

Transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan mendorong inovasi di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan teknologi informasi dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih adaptif, efisien, dan berorientasi pada nilai bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis hubungan antara transformasi digital, inovasi, dan penciptaan nilai bisnis pada berbagai sektor industri. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (literature review) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder, termasuk artikel jurnal ilmiah, buku, laporan riset, dan publikasi akademik yang relevan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama terkait transformasi model bisnis digital, seperti integrasi teknologi informasi, digitalisasi proses bisnis, inovasi berbasis data, serta strategi adaptasi organisasi dalam menghadapi disrupsi teknologi. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi berperan signifikan dalam mempercepat transformasi model bisnis melalui peningkatan efisiensi operasional, fleksibilitas organisasi, serta kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan. Inovasi digital terbukti menjadi katalis utama dalam mengubah paradigma bisnis, dari model konvensional menuju ekosistem bisnis yang terintegrasi dan berbasis pengetahuan. Namun, penelitian juga mengidentifikasi tantangan dalam hal kesiapan sumber daya manusia, keamanan data, dan kesenjangan teknologi antar organisasi. Penelitian ini merekomendasikan agar organisasi memanfaatkan teknologi informasi tidak hanya sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga sebagai strategi utama dalam membangun inovasi berkelanjutan dan memperkuat nilai bisnis di era transformasi digital.

Kata Kunci : Transformasi Digital, Model Bisnis, Teknologi Informasi, Inovasi, Nilai Bisnis

ABSTRACT

Business model transformation through the application of information technology is a key factor in creating competitive advantage and driving innovation in the digital era. The objective of this study is to explore how the application of information technology can transform traditional business models into more adaptive, efficient, and sustainable business value-oriented models. This study also aims to analyze the relationship between digital transformation, innovation, and business value creation across various industrial sectors. The research method used was a literature review with a descriptive qualitative approach. Data was collected from various secondary sources, including scientific journal articles, books, research reports, and relevant academic publications. The analysis was conducted to identify key concepts related to digital business model transformation, such as information technology integration, business process digitalization, data-driven innovation, and organizational adaptation strategies in the face of technological disruption. The study results indicate that the application of information technology plays a significant role in accelerating business model transformation by increasing operational efficiency, organizational flexibility, and the company's ability to create new value for customers. Digital innovation has proven to be a key catalyst in shifting the business paradigm, from a conventional model to an integrated, knowledge-based business ecosystem. However, the study also identified challenges in terms of human resource readiness, data security, and technology gaps between organizations. This study recommends that organizations utilize information technology not only as an operational support tool but also as a key strategy for building sustainable innovation and strengthening business value in the era of digital transformation.

Keywords : Digital Transformation, Business Model, Information Technology, Innovation, Business Value

PENDAHUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah menjadi katalis utama dalam perubahan paradigma bisnis di seluruh dunia. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga mendorong terbentuknya model bisnis baru yang lebih dinamis, inovatif, dan berbasis data. Dalam konteks global, teknologi informasi telah memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui layanan yang lebih cepat, personal, dan terintegrasi. Namun, di balik berbagai peluang yang ditawarkan, transformasi digital juga menimbulkan tantangan strategis yang memerlukan adaptasi model bisnis secara menyeluruh.

Transformasi model bisnis merupakan proses mendasar yang melibatkan perubahan struktur, proses, dan strategi perusahaan dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai baru. Dalam era ekonomi digital, model bisnis tradisional yang bergantung pada interaksi fisik dan proses manual semakin kehilangan relevansi. Perusahaan dituntut untuk berinovasi dengan mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam seluruh aspek bisnis mulai dari produksi, distribusi, pemasaran, hingga layanan pelanggan. Transformasi ini tidak sekadar mengadopsi teknologi baru, melainkan juga menata ulang cara berpikir, budaya organisasi, dan pola kolaborasi antar bagian untuk menciptakan nilai bisnis yang berkelanjutan.

Teknologi informasi memainkan peran sentral dalam proses transformasi tersebut. Inovasi seperti big data, kecerdasan buatan (artificial intelligence), Internet of Things (IoT), dan komputasi awan (cloud computing) telah memberikan landasan baru bagi terciptanya efisiensi dan fleksibilitas organisasi. Dengan memanfaatkan teknologi ini, perusahaan dapat menganalisis kebutuhan pasar secara real time, menyesuaikan strategi produk, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam model bisnis yang adaptif dan bernilai tinggi.

Penerapan teknologi informasi dalam model bisnis memungkinkan perusahaan untuk bertransformasi menjadi organisasi berbasis inovasi. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada produk dan layanan, tetapi juga mencakup proses bisnis, struktur organisasi, dan hubungan dengan pelanggan. Perusahaan yang berhasil beradaptasi dengan teknologi digital dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui efisiensi biaya, kecepatan inovasi, serta kemampuan merespons perubahan pasar secara lebih cepat. Sebaliknya, perusahaan yang gagal melakukan transformasi berisiko kehilangan daya saing dan relevansi di pasar yang semakin berbasis teknologi.

Meski manfaatnya besar, transformasi model bisnis berbasis teknologi informasi menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah resistensi terhadap perubahan, keterbatasan kompetensi digital sumber daya manusia, keamanan data, serta kurangnya integrasi antar sistem. Tantangan-tantangan tersebut sering kali menghambat optimalisasi penerapan teknologi dalam menciptakan nilai bisnis. Selain itu, kesenjangan antara strategi digital dan kemampuan implementasi di lapangan menjadi isu yang sering muncul dalam literatur terkait transformasi digital.

Dalam konteks inilah, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menguraikan bagaimana penerapan teknologi informasi dapat mendorong transformasi model bisnis yang berorientasi pada inovasi dan penciptaan nilai bisnis. Melalui pendekatan studi literatur, penelitian ini akan menelaah berbagai hasil penelitian terdahulu yang membahas peran teknologi informasi dalam proses transformasi bisnis, baik dari aspek strategis maupun operasional.

Penelitian ini berfokus pada tiga tujuan utama: pertama, mengidentifikasi bagaimana teknologi informasi berkontribusi terhadap inovasi dalam model bisnis; kedua, menganalisis hubungan antara transformasi digital dan peningkatan nilai bisnis; dan ketiga, mengungkap tantangan serta strategi keberhasilan dalam penerapan teknologi informasi sebagai pendorong utama transformasi bisnis. Dengan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara teknologi informasi, inovasi, dan nilai bisnis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi perusahaan maupun akademisi yang ingin memahami dinamika transformasi model bisnis di era digital.

Melalui kajian ini, penulis berharap dapat memperkaya literatur mengenai transformasi digital dengan menyoroti pentingnya integrasi teknologi informasi sebagai fondasi dalam membangun model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi strategis bagi organisasi yang tengah berupaya memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama untuk meningkatkan daya saing, menciptakan nilai bisnis baru, dan menghadapi kompleksitas lingkungan bisnis yang terus berkembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan proses perubahan fundamental dalam organisasi yang melibatkan integrasi teknologi digital ke seluruh aspek operasional, sehingga memengaruhi cara organisasi menciptakan nilai dan berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya sekadar penerapan teknologi informasi, melainkan perubahan paradigma menuju model bisnis yang lebih adaptif dan berbasis data. Menurut Kaya dan Bozbura (2023), transformasi digital menjadi faktor penentu dalam peningkatan efisiensi organisasi melalui otomatisasi proses dan pengambilan keputusan berbasis analitik, yang pada akhirnya memperkuat daya saing organisasi di era industri 4.0.

Lebih jauh, Sukardi et al. (2024) menekankan bahwa transformasi digital menuntut adanya kesiapan organisasi dalam aspek sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, dan budaya kerja. Keberhasilan digitalisasi sangat ditentukan oleh kemampuan individu dan tim dalam mengadopsi inovasi teknologi serta kesiapan manajerial dalam mengelola perubahan. Proses ini sering kali memerlukan restrukturisasi organisasi dan perumusan ulang strategi bisnis agar selaras dengan perkembangan teknologi digital yang cepat. Oleh karena itu, literasi digital dan kepemimpinan yang visioner menjadi elemen penting dalam mempercepat keberhasilan implementasi transformasi digital di berbagai sektor.

Zahra (2025) menambahkan bahwa transformasi digital berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui peningkatan pengalaman pengguna dan

personalisasi layanan. Teknologi seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), Internet of Things (IoT), dan Big Data memungkinkan organisasi memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam konteks layanan publik maupun bisnis, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan pengguna layanan. Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya soal teknologi, tetapi juga strategi menciptakan nilai yang berpusat pada manusia.

Vehtasvili (2024) dan Fitriana & Wahyudin (2025) menyatakan bahwa tantangan utama dalam transformasi digital terletak pada resistensi terhadap perubahan serta keterbatasan sumber daya digital di lingkungan organisasi. Faktor-faktor seperti keamanan data, etika digital, dan keberlanjutan teknologi juga menjadi isu yang perlu diperhatikan agar proses transformasi berjalan seimbang antara inovasi dan tanggung jawab sosial. Dengan strategi adaptif dan tata kelola digital yang kuat, organisasi dapat mengoptimalkan potensi teknologi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan daya saing di era global. Transformasi digital, oleh karena itu, bukanlah tujuan akhir, melainkan proses berkelanjutan menuju ekosistem kerja dan layanan yang lebih cerdas, inklusif, dan berorientasi masa depan.

Model Bisnis

Model bisnis merupakan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai dari kegiatan operasionalnya. Dalam pandangan klasik, model bisnis berfungsi sebagai peta strategis yang menggambarkan hubungan antara sumber daya, aktivitas utama, mitra bisnis, serta pelanggan. Teece (2010) menyatakan bahwa model bisnis merupakan jantung dari strategi bisnis modern karena menentukan cara perusahaan menghasilkan keuntungan dan mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang model bisnis menjadi kunci dalam mengembangkan strategi yang adaptif dan berkelanjutan.

Sacha et al. (2024) menekankan bahwa model bisnis tidak hanya berfokus pada penciptaan keuntungan, tetapi juga pada nilai sosial dan inovasi yang ditawarkan kepada pelanggan. Transformasi ekonomi digital mendorong munculnya berbagai model bisnis baru seperti platform ekonomi, langganan digital, dan ekonomi berbagi yang menekankan kolaborasi serta efisiensi sumber daya. Model bisnis berbasis teknologi ini memerlukan pemahaman yang lebih luas terhadap ekosistem digital, perilaku konsumen, dan pola interaksi yang semakin terdesentralisasi. Dengan demikian, keberhasilan model bisnis di era modern tidak lagi bergantung pada produk semata, melainkan pada kemampuan perusahaan membangun nilai melalui jaringan dan pengalaman pelanggan.

Setiawan (2023) dan Suhairi (2022) berpendapat bahwa inovasi model bisnis merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi. Inovasi ini dapat berupa perubahan dalam cara perusahaan menciptakan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, atau mengelola sumber daya internal. Misalnya, model bisnis berbasis layanan (service-based model) dan model bisnis berorientasi nilai (value-driven model) menjadi alternatif baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar yang berubah

cepat. Inovasi tersebut menuntut fleksibilitas organisasi untuk bereksperimen dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi serta dinamika preferensi konsumen.

Sementara itu, Hutamy et al. (2021) serta Muhamad dan Triono (2023) menjelaskan bahwa keberlanjutan model bisnis juga harus mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik (ESG—Environmental, Social, and Governance). Model bisnis berkelanjutan menempatkan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan ekologis sebagai bagian integral dari strategi perusahaan. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat reputasi organisasi tetapi juga membuka peluang baru bagi inovasi yang ramah lingkungan dan bernilai jangka panjang. Dengan demikian, model bisnis masa kini bukan sekadar alat penciptaan keuntungan, melainkan mekanisme strategis untuk membangun nilai bersama yang berorientasi pada keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan seperangkat alat, sistem, dan proses yang digunakan untuk mengelola, menyimpan, memproses, dan menyebarkan data menjadi informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan. Peran teknologi informasi kini tidak hanya sebatas mendukung kegiatan administratif, tetapi telah menjadi fondasi utama dalam transformasi digital dan inovasi organisasi. Menurut Riana Dewi (2022), teknologi informasi berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan peningkatan daya saing organisasi dengan menyediakan akses terhadap informasi yang cepat, akurat, dan relevan. Dengan demikian, keberadaan teknologi informasi menjadi elemen vital dalam menciptakan organisasi yang adaptif dan berbasis pengetahuan.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara mendasar cara organisasi dan individu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Edwin (2021) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan integrasi proses bisnis melalui sistem seperti Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM), dan Business Intelligence (BI) yang memperkuat koordinasi antarunit kerja. Monserate (2018) menambahkan bahwa evolusi teknologi komputasi awan (cloud computing) dan Internet of Things (IoT) memperluas kemampuan organisasi untuk mengelola data secara real-time, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat proses inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi bukan sekadar alat bantu, melainkan katalis utama bagi keunggulan kompetitif organisasi modern.

Dari perspektif teoritis, Venkatesh et al. (2003) melalui model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) menjelaskan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Model ini menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan teknologi informasi tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada faktor manusia dan budaya organisasi. Raval (2015) memperkuat pandangan ini dengan menekankan pentingnya kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi perubahan teknologi, karena resistensi terhadap inovasi sering kali menjadi penghambat utama dalam proses digitalisasi.

Collins et al. (2021) dan Bukit (2024) menyoroti bahwa teknologi informasi juga membawa tantangan baru seperti keamanan data, privasi pengguna, dan etika penggunaan teknologi. Pengelolaan risiko digital dan penerapan kebijakan keamanan siber menjadi keharusan

dalam menjaga keberlanjutan operasional organisasi. Selain itu, kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan dan machine learning menuntut organisasi untuk lebih bijak dalam memanfaatkan data sebagai sumber daya strategis. Dengan demikian, teknologi informasi bukan hanya tentang kemampuan teknologis, tetapi juga tentang bagaimana manusia dan organisasi beradaptasi untuk memanfaatkan potensi teknologi secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Inovasi

Inovasi merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru atau memperbarui hal yang sudah ada untuk menghasilkan nilai tambah bagi individu, organisasi, maupun masyarakat. Christensen et al. (2018) mendefinisikan inovasi sebagai kemampuan untuk menggabungkan ide, teknologi, dan kebutuhan pasar guna menciptakan solusi yang berbeda dari sebelumnya. Dalam konteks bisnis, inovasi menjadi pendorong utama keunggulan kompetitif dan keberlanjutan organisasi. Ma dan Hu (2021) menegaskan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup model bisnis, layanan, serta proses kerja yang lebih efisien. Dengan kata lain, inovasi adalah motor perubahan yang memungkinkan organisasi bertahan dan tumbuh di tengah ketidakpastian lingkungan global.

You (2022) menyebutkan bahwa inovasi berperan penting dalam mendorong digitalisasi dan transformasi organisasi melalui penerapan teknologi baru seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan analitik data. Penerapan teknologi tersebut membuka peluang bagi organisasi untuk meningkatkan efektivitas operasional dan menciptakan nilai baru yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen modern. Värzaru dan Bocean (2024) menambahkan bahwa inovasi yang sukses membutuhkan dukungan budaya organisasi yang terbuka terhadap eksperimen dan toleran terhadap kegagalan. Oleh karena itu, iklim inovatif tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kepemimpinan yang visioner serta kemampuan organisasi untuk belajar secara berkelanjutan.

Menurut Mulgan (2006), inovasi juga memiliki dimensi sosial, yakni menciptakan solusi baru untuk menjawab tantangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Inovasi sosial menekankan kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan komunitas dalam menghasilkan dampak yang berkelanjutan. Fagerberg et al. (2010) memperkuat pandangan ini dengan menjelaskan bahwa inovasi merupakan hasil interaksi dinamis antara pengetahuan, riset, dan kebijakan. Hubungan timbal balik ini menjadikan inovasi tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga sebagai proses pembelajaran kolektif yang membentuk perkembangan ekonomi dan sosial suatu bangsa.

Scholl et al. (2016) menyoroti bahwa untuk menjaga keberlanjutan inovasi, organisasi perlu mengembangkan sistem manajemen inovasi yang terstruktur—meliputi pengelolaan ide, kolaborasi lintas fungsi, serta evaluasi kinerja inovatif. Sistem ini membantu mengubah kreativitas menjadi hasil nyata yang bernilai bagi pasar. Di era kompetisi global, inovasi menjadi faktor pembeda yang menentukan keberhasilan organisasi dalam menghadapi perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Dengan demikian, inovasi bukan sekadar aktivitas kreatif, melainkan strategi adaptif yang memungkinkan organisasi menciptakan masa depan yang lebih tangguh dan berdaya saing.

Nilai Bisnis

Nilai bisnis merupakan konsep yang menggambarkan sejauh mana aktivitas organisasi mampu menghasilkan manfaat ekonomi, sosial, maupun strategis bagi para pemangku kepentingan. Thomas (2001) menjelaskan bahwa nilai bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial semata, tetapi juga dari kemampuan perusahaan menciptakan nilai jangka panjang melalui inovasi, kepuasan pelanggan, dan reputasi merek. Dalam konteks manajemen modern, nilai bisnis menjadi indikator utama keberhasilan organisasi dalam mengintegrasikan strategi, sumber daya, dan teknologi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan demikian, nilai bisnis merupakan cerminan dari efektivitas perusahaan dalam mengubah sumber daya menjadi nilai yang dirasakan oleh pasar dan masyarakat.

Pangestuti et al. (2022) menekankan bahwa penciptaan nilai bisnis bergantung pada kemampuan perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam strategi yang memberikan manfaat nyata. Pendekatan berbasis nilai (value-based approach) menempatkan pelanggan sebagai pusat dalam proses bisnis, di mana setiap keputusan strategis diarahkan untuk meningkatkan nilai yang diterima oleh pengguna akhir. Hal ini sejalan dengan perubahan paradigma bisnis dari orientasi produk menuju orientasi nilai, di mana keunggulan kompetitif tidak lagi hanya bersumber dari efisiensi biaya, tetapi juga dari pengalaman dan kepuasan pelanggan yang unggul.

Schryen (2013) menyoroti peran teknologi informasi dalam menciptakan nilai bisnis melalui peningkatan produktivitas, efisiensi proses, dan kemampuan analisis data yang lebih baik. Integrasi teknologi digital memungkinkan perusahaan mengidentifikasi peluang pasar baru, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Madhani (2011) menambahkan bahwa nilai bisnis juga dapat diperoleh melalui pengelolaan aset tidak berwujud seperti pengetahuan, inovasi, dan hubungan sosial organisasi. Kombinasi antara sumber daya teknologi dan kemampuan manusia inilah yang menjadikan nilai bisnis bersifat dinamis serta kontekstual terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Paradza dan Daramola (2021) menjelaskan bahwa dalam era ekonomi digital, nilai bisnis semakin ditentukan oleh kemampuan organisasi beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan sosial. Model bisnis berbasis platform, kolaborasi antarindustri, serta adopsi kecerdasan buatan menjadi pendorong utama penciptaan nilai baru. Namun demikian, keberlanjutan nilai bisnis tidak dapat dilepaskan dari aspek etika dan tanggung jawab sosial perusahaan, yang memastikan bahwa penciptaan nilai tidak hanya bermanfaat bagi pemegang saham, tetapi juga bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, nilai bisnis modern mencerminkan keseimbangan antara profitabilitas, inovasi, dan keberlanjutan sosial yang menjadi fondasi penting bagi kelangsungan organisasi di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi. Pendekatan ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk menginterpretasikan berbagai hasil

penelitian terdahulu guna memperoleh pemahaman komprehensif mengenai hubungan antara teknologi informasi, inovasi, dan penciptaan nilai bisnis.

Metode Literatur Review

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (literature review), yaitu teknik pengumpulan dan analisis data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber akademik dan publikasi ilmiah yang relevan. Data yang dikaji meliputi :

1. Artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional
2. Buku referensi dan teks akademik terkait model bisnis dan inovasi teknologi
3. Laporan penelitian dan prosiding konferensi
4. Publikasi dari lembaga riset dan organisasi profesional di bidang bisnis digital dan manajemen teknologi

Studi Literatur

Studi literatur ini difokuskan pada tema transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi, dengan tujuan untuk :

1. Mengidentifikasi konsep dan kerangka teori tentang model bisnis dan transformasinya di era digital
2. Menelaah peran dan kontribusi teknologi informasi dalam mendorong inovasi bisnis
3. Menganalisis dampak penerapan teknologi terhadap peningkatan nilai bisnis dan keunggulan kompetitif
4. Mengungkap tantangan dan peluang yang muncul dalam proses transformasi digital perusahaan

Desain penelitian bersifat deskriptif-analitis, yang berarti menggambarkan dan menganalisis berbagai hasil temuan dalam literatur untuk membangun pemahaman konseptual dan sintesis teoritis. Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer melalui survei atau eksperimen.

Prosedur Pengumpulan dan Analisis Data

1. Identifikasi dan Pemilihan Literatur

- a) Peneliti menelusuri sumber literatur menggunakan basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, ResearchGate, dan ScienceDirect.
- b) Kriteria pemilihan literatur meliputi relevansi topik, rentang waktu publikasi (5–10 tahun terakhir), dan reputasi jurnal.sumber

2. Klasifikasi Literatur Berdasarkan Tema

Literatur yang terpilih dikelompokkan dalam beberapa tema utama:

- a) Konsep dan teori transformasi model bisnis
- b) Peran teknologi informasi dalam inovasi bisnis
- c) Studi kasus penerapan teknologi digital dalam model bisnis
- d) Dampak transformasi digital terhadap nilai bisnis
- e) Tantangan dan strategi keberhasilan implementasi

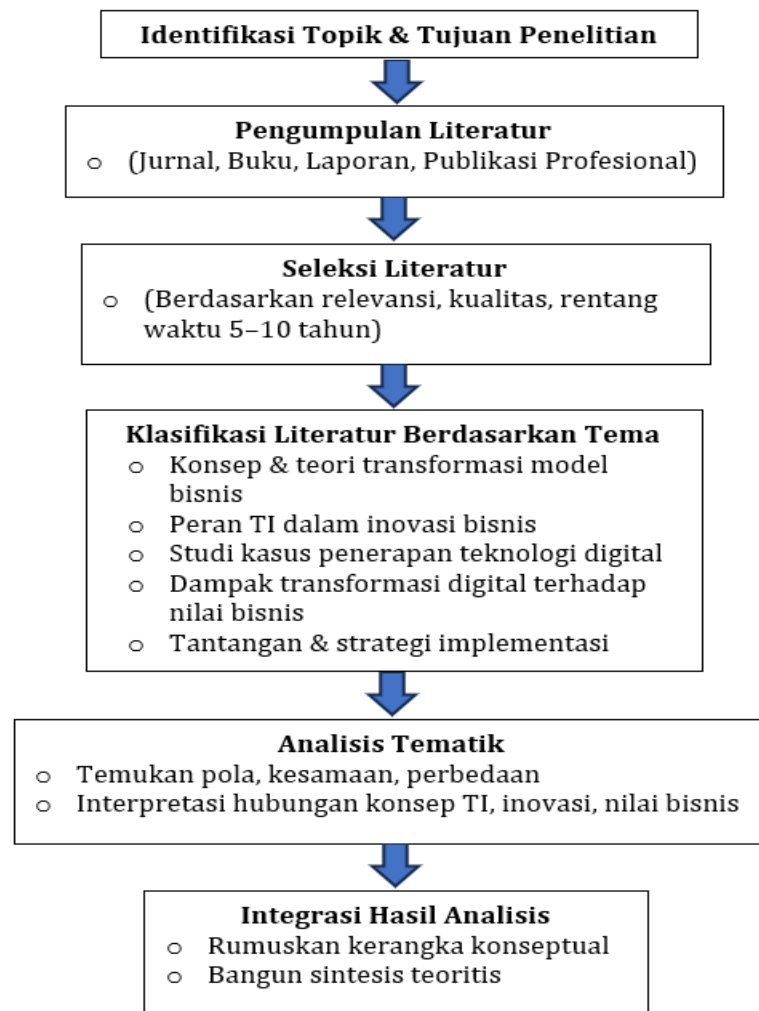
3. Analisis Tematik (Thematic Analysis)

- a) Setiap literatur dianalisis untuk menemukan pola, kesamaan, dan perbedaan dalam temuan penelitian.

- b) Analisis dilakukan secara interpretatif untuk menghubungkan konsep-konsep kunci antara transformasi model bisnis, inovasi, dan teknologi informasi.
- c) Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan integrasi hasil analisis tema-tema utama untuk merumuskan kerangka konseptual yang relevan.

Gambar Alur Penelitian

Berikut adalah diagram alur penelitian yang menggambarkan proses penelitian ini secara visual :



Gambar 1. Diagram alur penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi telah menjadi katalis utama bagi munculnya paradigma baru dalam pengelolaan dan penciptaan nilai bisnis di era digital. Sejumlah studi menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan organisasi mengoptimalkan sumber daya, mempercepat proses pengambilan keputusan,

dan memperluas jangkauan pasar (Kaya & Bozbura, 2023). Perubahan ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga strategis, karena menuntut perusahaan untuk meninjau ulang struktur, budaya, dan pola kolaborasi internal mereka agar lebih adaptif terhadap lingkungan yang dinamis (Sukardi et al., 2024). Dengan demikian, teknologi informasi tidak sekadar menjadi alat bantu operasional, melainkan juga pendorong utama dalam pembentukan model bisnis yang inovatif.

Digitalisasi model bisnis menandai pergeseran dari pendekatan konvensional yang berbasis produk ke arah pendekatan berbasis nilai dan pengalaman pelanggan. Penerapan sistem berbasis data dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan organisasi memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam serta menciptakan layanan yang lebih personal (Zahra, 2025). Misalnya, perusahaan-perusahaan yang mengadopsi model bisnis digital berbasis platform mampu membangun ekosistem yang saling menguntungkan antara penyedia dan pengguna (Vehtasvili, 2024). Dengan demikian, nilai bisnis tidak lagi diciptakan secara linear, melainkan melalui jaringan interaksi yang kompleks dan saling terhubung (Fitriana & Wahyudin, 2025).

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa transformasi digital juga memperkuat efisiensi operasional melalui otomatisasi proses dan integrasi sistem informasi (Riana Dewi, 2022). Enterprise Resource Planning (ERP), Big Data Analytics, dan Cloud Computing menjadi fondasi utama yang mendukung transparansi dan koordinasi lintas departemen (Edwin, 2021). Integrasi ini meminimalkan redundansi data, mempercepat aliran informasi, dan meningkatkan akurasi pengambilan keputusan strategis (Collins et al., 2021). Dalam konteks ini, digitalisasi bukan sekadar mengganti cara kerja manual, tetapi menciptakan struktur bisnis yang lebih responsif terhadap perubahan pasar global (Raval, 2015).

Namun, keberhasilan transformasi model bisnis digital tidak terlepas dari kesiapan organisasi dalam mengelola perubahan budaya dan kompetensi sumber daya manusia. Perusahaan yang gagal beradaptasi dengan teknologi baru sering kali menghadapi resistensi internal serta kesenjangan keterampilan digital (Bukit, 2024). Menurut Venkatesh et al. (2003), penerimaan teknologi dalam organisasi bergantung pada persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Oleh karena itu, manajemen perubahan yang efektif harus mencakup pelatihan, pemberdayaan karyawan, dan komunikasi yang transparan mengenai arah transformasi (Thomas, 2001).

Inovasi menjadi elemen sentral dalam proses transformasi model bisnis digital. Seperti yang dikemukakan Pangestuti et al. (2022), inovasi digital memungkinkan organisasi memperkenalkan produk baru, menciptakan model pendapatan baru, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Schryen (2013) yang menegaskan bahwa teknologi informasi berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif dengan memperluas kemampuan eksplorasi pengetahuan dan kolaborasi lintas industri. Dalam konteks tersebut, penerapan teknologi bukan hanya soal investasi perangkat, melainkan investasi dalam kemampuan berinovasi yang berkelanjutan.

Di sisi lain, tantangan besar muncul dari aspek keamanan data dan privasi pengguna. Dalam ekosistem digital yang terhubung, risiko kebocoran informasi dan serangan siber semakin meningkat (Madhani, 2011). Paradza & Daramola (2021) menyoroti pentingnya tata kelola teknologi yang kuat dan kebijakan perlindungan data

sebagai bagian integral dari model bisnis digital. Organisasi yang gagal menjamin keamanan data akan kehilangan kepercayaan pelanggan dan berpotensi menghadapi kerugian reputasi yang signifikan. Dengan demikian, keamanan informasi bukan sekadar isu teknis, tetapi faktor strategis dalam menjaga nilai bisnis.

Perubahan struktur nilai dalam model bisnis digital juga menuntut pendekatan baru dalam mengukur kinerja organisasi. Sacha et al. (2024) menekankan perlunya metrik berbasis nilai pelanggan dan inovasi, bukan hanya ukuran finansial tradisional. Pendekatan ini membantu perusahaan memahami kontribusi teknologi terhadap penciptaan nilai jangka panjang. Setiawan (2023) menambahkan bahwa transformasi digital yang berhasil ditandai oleh peningkatan kapabilitas organisasi dalam menciptakan customer value proposition yang unik dan sulit ditiru.

Selain efisiensi dan inovasi, transformasi digital turut mendorong terbentuknya model kolaboratif lintas sektor. Suhairi (2022) dan Hutamy et al. (2021) menunjukkan bahwa perusahaan kini lebih banyak mengadopsi pendekatan open innovation, di mana kolaborasi dengan startup, lembaga riset, dan komunitas digital menjadi strategi utama dalam menciptakan ide-ide baru. Dalam konteks ini, teknologi informasi berperan sebagai penghubung antaraktor ekonomi yang sebelumnya terpisah (Muhamad & Triono, 2023). Fenomena ini menciptakan nilai tambah melalui pertukaran ide, data, dan solusi berbasis kolaborasi terbuka.

Teori model bisnis inovatif yang dikemukakan oleh Teece (2010) dan Christensen et al. (2018) memperkuat pandangan bahwa keunggulan kompetitif di era digital tidak hanya bergantung pada produk unggulan, tetapi juga pada kemampuan perusahaan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Ma & Hu (2021) menegaskan bahwa perusahaan yang mampu menggabungkan teknologi, strategi, dan kreativitas akan lebih tangguh menghadapi disrupsi digital. Oleh karena itu, fleksibilitas organisasi dan orientasi pembelajaran menjadi prasyarat utama untuk mempertahankan nilai bisnis secara berkelanjutan.

Terakhir, penelitian ini menyoroti bahwa keberhasilan transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi sangat bergantung pada sinergi antara strategi bisnis, inovasi, dan kapabilitas digital (You, 2022). Vărzaru & Bocean (2024) menekankan pentingnya pendekatan holistik, di mana aspek teknologi, manusia, dan organisasi saling memperkuat. Dalam perspektif kebijakan, Mulgan (2006) dan Fagerberg et al. (2010) menilai bahwa dukungan regulasi dan infrastruktur digital menjadi faktor pendukung yang krusial. Sementara itu, Scholl et al. (2016) menegaskan bahwa digitalisasi yang terarah dapat memperluas inklusi ekonomi dan memperkuat daya saing global.

Kesimpulannya, transformasi model bisnis melalui teknologi informasi bukan hanya fenomena teknologis, tetapi juga evolusi strategis menuju penciptaan nilai bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Teknologi informasi berfungsi sebagai penggerak inovasi, efisiensi, dan kolaborasi lintas sektor, sekaligus menantang organisasi untuk terus belajar dan beradaptasi. Masa depan bisnis akan dimenangkan oleh mereka yang mampu mengintegrasikan kecerdasan digital dengan visi strategis yang berorientasi pada nilai dan keberlanjutan.

KESIMPULAN

Transformasi model bisnis melalui penerapan teknologi informasi terbukti menjadi fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif dan mendorong inovasi di era digital. Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai elemen strategis yang mampu mengubah struktur, proses, dan orientasi bisnis menuju efisiensi, fleksibilitas, dan nilai tambah yang berkelanjutan. Digitalisasi mendorong organisasi untuk mengadopsi pendekatan berbasis data, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta menciptakan model bisnis baru yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan global (Kaya & Bozbura, 2023; Sukardi et al., 2024; Zahra, 2025).

Selain itu, integrasi teknologi seperti big data analytics, cloud computing, dan artificial intelligence memperkuat kemampuan organisasi dalam pengambilan keputusan yang cepat dan berbasis informasi (Edwin, 2021; Collins et al., 2021). Inovasi digital terbukti menjadi katalis utama dalam menciptakan nilai bisnis baru serta memperluas peluang kolaborasi lintas sektor (Pangestuti et al., 2022; Hutamy et al., 2021). Namun, transformasi digital juga menghadirkan tantangan, terutama terkait kesiapan sumber daya manusia, resistensi terhadap perubahan, serta keamanan dan privasi data (Bukit, 2024; Paradza & Daramola, 2021).

Secara keseluruhan, hasil kajian menegaskan bahwa keberhasilan transformasi model bisnis digital sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menyinergikan strategi bisnis, teknologi, dan budaya inovasi (Teece, 2010; Christensen et al., 2018). Organisasi yang mampu mengintegrasikan ketiga aspek tersebut akan memiliki daya saing yang lebih tinggi, ketahanan terhadap disrupsi, serta peluang lebih besar untuk menciptakan nilai bisnis yang berkelanjutan..

SARAN

Pertama, organisasi perlu memandang teknologi informasi bukan sekadar investasi infrastruktur, melainkan sebagai inti dari strategi bisnis jangka panjang. Penerapan teknologi hendaknya disertai dengan penguatan budaya inovasi dan peningkatan kompetensi digital karyawan agar proses transformasi berjalan efektif dan berkelanjutan.

Kedua, manajemen perubahan harus menjadi prioritas dalam setiap upaya transformasi digital. Perusahaan perlu mengembangkan program pelatihan, komunikasi internal yang transparan, serta sistem insentif yang mendorong adopsi teknologi baru (Venkatesh et al., 2003; Thomas, 2001). Hal ini penting untuk mengurangi resistensi dan memperkuat keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam proses perubahan.

Ketiga, keamanan informasi dan perlindungan data pelanggan harus ditempatkan sebagai bagian integral dari model bisnis digital. Organisasi perlu menerapkan kebijakan tata kelola data yang kuat serta memperkuat sistem keamanan siber untuk menjaga kepercayaan publik dan menjaga keberlanjutan bisnis (Madhani, 2011; Paradza & Daramola, 2021).

Keempat, diperlukan sinergi antara sektor bisnis, pemerintah, dan lembaga pendidikan dalam menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berdaya saing. Dukungan kebijakan publik, regulasi yang adaptif, dan infrastruktur teknologi yang

memadai menjadi faktor eksternal penting untuk mempercepat transformasi model bisnis nasional (Mulgan, 2006; Fagerberg et al., 2010).

Kelima, penelitian lanjutan disarankan untuk menggali secara empiris hubungan antara tingkat adopsi teknologi digital dan peningkatan nilai bisnis pada berbagai sektor industri. Dengan demikian, akan diperoleh pemahaman yang lebih konkret mengenai bagaimana strategi digitalisasi dapat diterapkan secara efektif dalam konteks lokal maupun global.

Transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan strategis bagi setiap organisasi yang ingin bertahan dan tumbuh di tengah kompetisi global yang berbasis inovasi dan teknologi.

REFERENSI

- Bukit, H. (2024). The Information Technology's Impact on English Learning. *Journal of Applied Linguistics*, 4(1), 41–48. <https://doi.org/10.52622/joal.v4i1.238>
- Christensen, C. M., McDonald, R., Altman, E. J., & Palmer, J. E. (2018). Disruptive Innovation: An Intellectual History and Directions for Future Research. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1043–1078. <https://doi.org/10.1111/joms.12349>
- Collins, C., Dennehy, D., Conboy, K., & Mikalef, P. (2021). Artificial intelligence in information systems research: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 60(July), 102383. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>
- Edwin, N. K. A. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 2(1), 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Fagerberg, J., Srholec, M., & Verspagen, B. (2010). The role of innovation in development. *Review of Economics and Institutions*, 1(2), 1–29. <https://doi.org/10.5202/rei.v1i2.2>
- Fitriana, R., & Wahyudin, U. (2025). Digital Transformation Strategy to Increase the Competitive Advantage of the Hospitality Industry in Serang District , Banten. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(03), 514–522. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i03>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Kaya, Y., & Bozbura, F. T. (2023). Digital Transformation: A Cognitive Study for Organizations to Shape their Journeys. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01825. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1825>
- Ma, Y., & Hu, Y. (2021). Business Model Innovation and Experimentation in Transforming Economies: ByteDance and TikTok. *Management and Organization Review*, 17(2), 382–388. <https://doi.org/10.1017/mor.2020.69>
- Madhani, P. M. (2011). Business value added through RFID deployment in retail: A synthesis, conceptual framework and research propositions. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 5(3–4), 305–322. <https://doi.org/10.1504/IJECRM.2011.044694>

- Monserate, C. A. (2018). Impact of Technology on the Academic Performance of Students and Teaching Effectiveness. *International Journal of Interdisciplinary Research and Innovations*, 6(1), 47–87.
- Muhamad, N. C., & Triono, S. P. H. (2023). Business Model Innovation with a Business Model Canvas Approach at Martabak MM. *International Journal of Social Science and Religion (IJSSR)*, 4(1), 149–162. <https://doi.org/10.53639/ijssr.v4i1.159>
- Mulgan, G. (2006). The Process of Social Innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145>
- Pangestuti, D. C., Muktiyanto, A., Geraldina, I., & Darmawan. (2022). Role of Profitability, Business Risk, and Intellectual Capital in Increasing Firm Value. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(3), 311–338. <https://doi.org/10.22146/jieb.v37i3.3564>
- Paradza, D., & Daramola, O. (2021). Business intelligence and business value in organisations: A systematic literature review. *Sustainability (Switzerland)*, 13(20). <https://doi.org/10.3390/su132011382>
- Raval, N. P. (2015). Role of Information Technology (IT) And Information Communication & Technology (ICT) in Education. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 2(9), 632–637. www.jetir.org
- Riana Dewi, A. (2022). THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF COMPUTERIZED AUDIT. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 2022.
- Sacha, S., Wardani, F. P., Krismayanti, Y., Fauziah, F., Krisnadi, T. W., Nauvaldy, D., Suherman, T., & Tangkudung, A. G. D. (2024). Business Model Evolution: From Traditional to Digital Transformation. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 4(7), 1017–1029. <https://doi.org/10.55927/mudima.v4i7.10085>
- Scholl, T., Brenner, T., & Wendel, M. (2016). Evolving localization patterns of company foundations Evidence from the German MST-industry. *Journal of Evolutionary Economics*, 26(5), 1067–1087. <https://doi.org/10.1007/s00191-016-0475-3>
- Schryen, G. (2013). Revisiting IS business value research: What we already know, what we still need to know, and how we can get there. *European Journal of Information Systems*, 22(2), 139–169. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.45>
- Setiawan. (2023). Business Model Canvas. *Jurnal Kajian Budaya Dan Humaniora*, 5(2), 199–216.
- Suhairi. (2022). PERSEPSI MODEL BISNIS PERKEMBANGAN KOLABORASI MASA DEPAN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 311–320.
- Sukardi, D., Hafizd, J. Z., Muamar, A., Hamamah, F., Royani, E., & Sobirov, B. (2024). DIGITAL TRANSFORMATION OF COOPERATIVE LEGAL ENTITIES IN INDONESIA. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 24(2), 68–86. <https://doi.org/10.30631/alrisalah.v24i2.1563>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Thomas, R. (2001). Business value analysis: coping with unruly uncertainty. *Strategy & Leadership*, 29(2), 16–24. <https://doi.org/10.1108/10878570110695129>

- Vărzaru, A. A., & Bocean, C. G. (2024). Digital Transformation and Innovation: The Influence of Digital Technologies on Turnover from Innovation Activities and Types of Innovation. *Systems*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/systems12090359>
- Vehtasvili, V. (2024). Model Of Digital Transformation in Banking Sector. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 9(1), 74–94. <https://doi.org/10.20473/jraba.v9i1.56487>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- You, X. (2022). Applying design thinking for business model innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00251-2>
- Zahra, H. (2025). Digital Transformation in Business Licensing Innovation Through a One-Stop Service Management Policy. *Indonesian Journal of Islamic Economic & Finance*, 8(1), 32–41.