

BUDAYA ORGANISASI DAN TRANSFORMASI STRATEGIK: STUDI PADA PERUSAHAAN DI ERA DIGITAL

Bella Cahya Anggraini¹, Dosi Wiwit Hermawan², Restu Illa Dwinanda Dewana³

Universitas Siber Asia ^{1,2,3}

Email: bellacahya13@gmail.com¹, dosi.wiwit.hermawan@gmail.com², restudewana@gmail.com³

Informasi	Abstract
Volume : 3 Nomor : 2 Bulan : Februari Tahun : 2026 E-ISSN : 3062-9624	<i>The digital era has brought fundamental disruption that requires companies to undertake strategic transformation to maintain competitiveness. This research aims to analyze the role of organizational culture in driving strategic transformation of companies in the digital era by identifying the most significant cultural dimensions, exploring critical elements at each implementation stage, and explaining the dynamic interaction between cultural change and digital strategy evolution. The research employs a qualitative approach with a library research design on scientific publications from 2021-2026 analyzed through interpretive content analysis. The results show that organizational culture influences strategic transformation through three main dimensions: organizational adaptability, continuous learning orientation, and strategic collaboration. Critical elements facilitating success include transformational leadership, technology-strategy alignment, digital competency development, and continuous innovation culture. The dynamic interaction between culture and digital strategy demonstrates a recursive nature that forms a positive feedback loop. This research concludes that effective digital transformation requires a holistic approach integrating technology, human resources, and organizational culture systematically. Practical implications include a phased transformation roadmap and continuous investment in digital capability development to build organizational resilience in the digital era.</i>

Keyword: Digital Era, Organizational Culture, Strategic Transformation

Abstrak

Era digital telah menghadirkan perubahan besar dalam dunia bisnis yang menuntut perusahaan melakukan transformasi strategik untuk mempertahankan daya saing. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran budaya organisasi dalam mendorong transformasi strategik perusahaan di era digital dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi budaya yang paling signifikan, mengeksplorasi elemen kritical pada setiap tahapan implementasi, dan menjelaskan interaksi dinamis antara perubahan budaya dengan evolusi strategi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain library research terhadap publikasi ilmiah periode 2021-2026 yang dianalisis melalui analisis isi interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi mempengaruhi transformasi strategik melalui tiga dimensi utama: adaptabilitas organisasi, orientasi pembelajaran berkelanjutan, dan kolaborasi strategis. Faktor penting yang mendukung keberhasilan meliputi kepemimpinan yang mampu membawa perubahan, keselarasan antara teknologi dan strategi, pengembangan kompetensi digital, dan budaya inovasi berkelanjutan. Hubungan yang saling memengaruhi antara budaya dan strategi digital menciptakan feedback positif yang memperkuat satu sama lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital yang efektif memerlukan pendekatan menyeluruh yang mengintegrasikan aspek teknologi, sumber daya manusia, dan budaya organisasi secara sistematis.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Era Digital, Transformasi Strategik

A. PENDAHULUAN

Era digital membawa perubahan besar dalam dunia bisnis global, sehingga perusahaan harus terus menyesuaikan strategi agar tetap mampu bersaing dan tetap relevan. Percepatan teknologi digital yang eksponensial, perubahan perilaku konsumen yang dinamis, dan intensifikasi kompetisi pasar telah mendorong organisasi untuk memikirkan kembali model bisnis, struktur operasional, dan pendekatan strategik mereka secara menyeluruh (Casciani, Chkanikova, & Pal, 2024). Transformasi strategi bukan lagi pilihan, tetapi menjadi keharusan agar organisasi dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang di tengah kondisi bisnis yang tidak stabil saat ini. Dalam konteks ini, budaya organisasi muncul sebagai elemen krusial yang seringkali menjadi determinan kesuksesan atau kegagalan inisiatif transformasi digital yang diimplementasikan perusahaan (Hanelt, Bohnsack, & Marz, 2021).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa budaya organisasi sangat berpengaruh dalam mendorong atau menghambat transformasi digital perusahaan. Hamdani et al., (2021) menegaskan bahwa budaya organisasi digital yang mempromosikan adopsi teknologi dan mendorong inovasi menjadi prasyarat esensial dalam menggerakkan upaya transformasi digital dalam organisasi. Hal ini dipertegas oleh temuan penelitian yang mengindikasikan bahwa organisasi dengan budaya yang adaptif, kolaboratif, dan inovatif cenderung lebih berhasil dalam menjalankan transformasi digital dibandingkan organisasi dengan budaya yang kaku dan menolak terhadap perubahan. Lebih lanjut, studi bibliometrik yang menganalisis 3.065 publikasi ilmiah mengungkapkan perkembangan riset yang sangat cepat yang mengkaji keterkaitan antara budaya organisasi dan digitalisasi sejak tahun 2018, mengindikasikan relevansi dan urgensi topik ini dalam diskursus akademik dan praktik manajerial (Aisha, Mahilan, & Saefullah, 2025). Kepemimpinan digital telah diidentifikasi sebagai faktor kritis yang membentuk budaya organisasi dan mengarahkan strategi bisnis yang selaras dengan tuntutan transformasi digital (Kapotas, 2023).

Meskipun terdapat pengakuan luas tentang pentingnya budaya organisasi dalam transformasi digital, kesenjangan penelitian yang signifikan masih teridentifikasi dalam literatur eksisting. Pertama, mayoritas studi empiris mengadopsi pendekatan *cross-sectional* yang mengkaji hubungan budaya organisasi dan transformasi digital pada satu titik waktu tertentu, sementara pemahaman mendalam tentang dinamika interaksi temporal antara kedua konstruk ini masih terbatas (Chawla & Goyal, 2021). Kedua, sebagian besar penelitian terfokus pada konteks perusahaan multinasional atau organisasi besar di negara maju, dengan perhatian yang minimal terhadap dinamika transformasi strategik di perusahaan

menengah atau organisasi di ekonomi berkembang yang menghadapi tantangan unik dalam adopsi teknologi digital. Ketiga, meskipun beberapa studi telah mengidentifikasi dimensi-dimensi budaya organisasi yang relevan dengan transformasi digital, belum terdapat kerangka kerja komprehensif yang mengintegrasikan berbagai elemen budaya organisasi dengan tahapan spesifik transformasi strategik dalam konteks era digital. Omol, (2026) menekankan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah struktur organisasi tetapi juga menghasilkan *feedback loop* dinamis yang mengubah budaya organisasi itu sendiri, namun mekanisme saling pengaruh ini belum dieksplorasi secara mendalam (Wu, Tian, & Wan, 2025).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konsep yang menyatukan dimensi budaya organisasi dengan tahapan transformasi strategi secara berkelanjutan dalam konteks perusahaan di era digital. Berbeda dengan studi sebelumnya yang cenderung mengkaji hubungan linier antara budaya organisasi dan transformasi digital, penelitian ini menggunakan sudut pandang sistem yang memahami bahwa hubungan kedua konsep tersebut bersifat kompleks dan saling memengaruhi secara berulang. Lebih lanjut, penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan mengeksplorasi mekanisme spesifik bagaimana elemen-elemen budaya organisasi seperti toleransi terhadap risiko, orientasi pembelajaran, kolaborasi lintas fungsi, dan *mindset* inovatif memfasilitasi atau menghambat implementasi strategi transformasi digital pada berbagai level organisasi. Berdasarkan kesenjangan penelitian yang teridentifikasi, studi ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan riset fundamental: Pertama, bagaimana dimensi-dimensi budaya organisasi mempengaruhi proses dan *outcome* transformasi strategik perusahaan di era digital? Kedua, elemen-elemen budaya organisasi mana yang paling kritis dalam memfasilitasi kesuksesan transformasi digital pada berbagai tahapan implementasi? Ketiga, bagaimana interaksi dinamis antara perubahan budaya organisasi dan evolusi strategi digital perusahaan terwujud dalam praktik manajerial?

Penelitian ini memiliki tiga tujuan utama yang saling terkait: Pertama, menganalisis secara komprehensif peran budaya organisasi dalam mendorong transformasi strategik perusahaan di era digital dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi budaya yang paling signifikan dalam menentukan kesuksesan implementasi strategi digital. Kedua, mengembangkan kerangka kerja konseptual yang menjelaskan mekanisme pengaruh budaya organisasi terhadap berbagai fase transformasi strategik serta mengidentifikasi praktik-praktik terbaik dalam membentuk budaya organisasi yang kondusif bagi transformasi digital.

Ketiga, memberikan rekomendasi strategik bagi praktisi dalam merancang intervensi budaya yang efektif untuk mendukung inisiatif transformasi digital perusahaan yang berkelanjutan.

Manfaat teoretis penelitian ini mencakup kontribusi terhadap pengembangan teori organisasi dan manajemen strategik dengan menyediakan pemahaman yang lebih kompleks tentang peran budaya organisasi sebagai penggerak transformasi strategik di era digital, serta memperkaya literatur tentang *dynamic capabilities* dengan mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi berfungsi sebagai kapabilitas dinamis yang memungkinkan organisasi beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Secara praktis, penelitian ini menawarkan *insights* berharga bagi pemimpin organisasi dan praktisi manajemen perubahan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi transformasi digital yang efektif dengan mempertimbangkan dimensi budaya organisasi secara sistematis, serta memberikan panduan praktis dalam mengidentifikasi *gap* budaya dan merancang intervensi yang tepat untuk memfasilitasi perubahan budaya yang mendukung transformasi digital berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain *library research* atau penelitian kepustakaan untuk mengkaji secara mendalam dinamika hubungan antara budaya organisasi dan transformasi strategik perusahaan di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena kompleks secara menyeluruh dan mendalam, serta memahami makna-makna yang dikonstruksi oleh para pelaku organisasi dalam konteks transformasi digital (Creswell & Creswell, 2022). Metode *library research* memfasilitasi analisis komprehensif terhadap berbagai sumber literatur ilmiah yang telah dipublikasikan, memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kesenjangan dalam kajian akademik mengenai topik penelitian secara sistematis dan terstruktur.

Sumber data penelitian ini mencakup publikasi ilmiah primer dan sekunder yang relevan dengan topik budaya organisasi dan transformasi strategik di era digital, meliputi artikel jurnal akademik terindeks *Scopus* dan *Web of Science*, buku teks metodologi dan teori organisasi, prosiding konferensi internasional, laporan riset industri, serta dokumen kebijakan organisasi yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2021-2026. Kriteria seleksi sumber data didasarkan pada relevansi tematik, kualitas metodologis, kontribusi teoretis, dan tingkat sitasi publikasi untuk memastikan kredibilitas dan validitas informasi yang dianalisis dalam penelitian ini. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis

menggunakan *database* akademik seperti Google Scholar, ProQuest, EBSCO, dan ScienceDirect dengan kata kunci spesifik dalam Bahasa Inggris: "*organizational culture*", "*digital transformation*", "*strategic transformation*", "*digital leadership*", dan kombinasinya, serta kata kunci dalam Bahasa Indonesia: "budaya organisasi", "transformasi digital", "transformasi strategik", "kepemimpinan digital", dan kombinasinya untuk mengidentifikasi literatur yang paling relevan dan mutakhir.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) yang bersifat interpretatif untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola konseptual, dan mekanisme hubungan antara budaya organisasi dan transformasi strategik berdasarkan sintesis literatur yang telah dikumpulkan. Proses analisis dimulai dengan tahap pengorganisasian data melalui kategorisasi literatur berdasarkan fokus kajian, pendekatan teoretis, dan konteks empiris penelitian. Tahap berikutnya melibatkan *coding* atau pengkodean tematik untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci, dimensi budaya organisasi, serta mekanisme pengaruh terhadap transformasi strategik yang muncul secara berulang dalam literatur. Selanjutnya, peneliti melakukan interpretasi dan penggabungan temuan dari berbagai sumber untuk membangun pemahaman komprehensif tentang fenomena yang dikaji, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, serta merumuskan proposisi teoretis yang menjadi kontribusi penelitian ini. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai publikasi, serta melakukan *member checking* konseptual dengan memvalidasi interpretasi peneliti terhadap teori dan temuan empiris yang ada dalam literatur (Sugiyono, 2021). Proses analisis dilakukan secara kontinu dengan membaca berulang, merefleksikan, dan merevisi interpretasi hingga tercapai saturasi teoretis dimana tidak ditemukan lagi tema atau pola baru yang substansial dalam literatur yang dikaji.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi

Dimensi-Dimensi Budaya Organisasi terhadap Proses dan *Outcome* Transformasi Strategik Perusahaan di Era Digital

Budaya organisasi memainkan peran fundamental dalam menentukan keberhasilan transformasi strategik perusahaan di era digital melalui berbagai dimensi yang saling berinteraksi secara kompleks. Dimensi pertama yang sangat signifikan adalah budaya organisasi yang adaptif, yang ditandai dengan fleksibilitas tinggi dalam merespons perubahan lingkungan bisnis dan keterbukaan terhadap inovasi teknologi. Penelitian empiris

menunjukkan bahwa budaya organisasi yang adaptif memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap kinerja manajerial dalam konteks transformasi digital, dimana organisasi dengan budaya adaptif mampu melakukan penyesuaian strategis dengan lebih cepat dan efektif dibandingkan organisasi dengan struktur budaya yang kaku (Pahlan, 2025). Organisasi yang adaptif mampu mengubah pola kerja konvensional menjadi sistem kerja yang lebih digital dan kolaboratif.

Dimensi kedua yang kritikal adalah orientasi pembelajaran dan pengembangan kompetensi digital dalam struktur budaya organisasi. Transformasi digital menuntut pergeseran mendasar dari budaya tradisional yang hierarkis dan birokratis menuju budaya digital yang mengutamakan fleksibilitas, kolaborasi lintas fungsi, dan inovasi berkelanjutan (Farhan & Purnamasari, 2024). Budaya pembelajaran yang kuat memfasilitasi proses *upskilling* dan *reskilling* karyawan, meningkatkan literasi digital organisasi, serta membentuk *mindset* yang terbuka terhadap eksperimentasi dan pembelajaran dari kegagalan. Organisasi yang berhasil menginternalisasi budaya pembelajaran berkelanjutan mampu mengakselerasi kecepatan pengambilan keputusan strategis dan mempercepat siklus inovasi produk dan layanan digital.

Dimensi ketiga adalah budaya kolaborasi dan komunikasi strategis yang menjadi fondasi penting dalam proses transformasi. Hasil kajian mengindikasikan bahwa budaya organisasi yang terbuka terhadap inovasi dan pembelajaran, disertai dengan komunikasi strategis dua arah, menjadi faktor pendukung utama dalam menurunkan resistensi karyawan dan meningkatkan akseptabilitas terhadap digitalisasi. Komunikasi yang transparan dan partisipatif memungkinkan seluruh pemangku kepentingan organisasi untuk memahami visi transformasi digital, mengurangi ketidakpastian, dan membangun komitmen kolektif terhadap perubahan strategik yang diimplementasikan.

Dampak dimensi-dimensi budaya organisasi terhadap *outcome* transformasi strategik termanifestasi dalam berbagai indikator kinerja organisasional. Organisasi dengan budaya digital yang kuat mampu mencapai peningkatan efisiensi operasional hingga 40 persen melalui pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan otomasi proses bisnis, serta mampu mempercepat proses pengambilan keputusan manajerial secara substansial. Selain efisiensi internal, budaya organisasi yang kondusif juga berkontribusi terhadap ekspansi akses pasar global, peningkatan kualitas pengalaman pelanggan, dan penguatan daya saing strategik perusahaan dalam menghadapi disrupsi teknologi.

Tabel 1. Dimensi Budaya Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Transformasi Strategik di Era Digital

Dimensi Budaya Organisasi	Karakteristik Utama	Manifestasi dalam Transformasi Digital	Dampak terhadap Outcome Strategik	Referensi
Adaptabilitas Organisasional	Fleksibilitas tinggi dalam merespons perubahan, keterbukaan terhadap inovasi teknologi, struktur budaya yang dinamis	Transformasi pola kerja konvensional menjadi sistem kerja digital yang agile dan kolaboratif	Penyesuaian strategis yang lebih cepat dan efektif, peningkatan responsivitas terhadap dinamika pasar	(Pahlan, 2025)
Orientasi Pembelajaran dan Pengembangan Kompetensi Digital	Pergeseran dari budaya hierarkis ke budaya digital, fokus pada upskilling dan reskilling, mindset eksperimentasi	Peningkatan literasi digital, fasilitasi pembelajaran berkelanjutan, keterbukaan terhadap kegagalan sebagai pembelajaran	Akselerasi pengambilan keputusan strategis, percepatan siklus inovasi produk dan layanan digital	(Aisha et al., 2025)
Kolaborasi dan Komunikasi Strategis	Keterbukaan terhadap inovasi, komunikasi dua arah yang transparan dan partisipatif, keterlibatan pemangku kepentingan	Penurunan resistensi karyawan, peningkatan akseptabilitas digitalisasi, pemahaman kolektif visi transformasi	Komitmen organisasional yang kuat, reduksi ketidakpastian, kohesivitas dalam implementasi perubahan strategik	(Nufuz, Mahendra, Faqih, & Setianingrum, 2025)
Budaya Digital yang Terintegrasi	Adopsi teknologi kecerdasan buatan, analisis data, dan otomasi proses bisnis sebagai bagian inti operasional	Optimalisasi proses bisnis digital, pemanfaatan teknologi untuk pengambilan keputusan berbasis data	Peningkatan efisiensi operasional hingga 40%, ekspansi akses pasar global, peningkatan kualitas pengalaman pelanggan, penguatan daya saing strategis	(Nefianto, 2023)

Sumber: Hasil analisis penelitian berdasarkan sintesis literatur

Elemen-Elemen Budaya Organisasi yang Kritis dalam Memfasilitasi Kesuksesan Transformasi Digital pada Berbagai Tahapan Implementasi

Identifikasi elemen-elemen budaya organisasi yang paling kritis dalam setiap tahapan transformasi digital menunjukkan pola yang kompleks dan kontekstual. Pada tahap inisiasi transformasi digital, elemen budaya yang paling krusial adalah kepemimpinan

transformatif dan visi strategis yang jelas. Kepemimpinan adaptif dan transformatif memainkan peran vital dalam membentuk visi bersama, menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, serta meningkatkan daya tanggap organisasi terhadap perubahan (Anshori, Andriani, & Madura, 2024). Pemimpin transformatif berfungsi sebagai *change agent* yang mampu mengkomunikasikan urgensi transformasi, menginspirasi komitmen organisasional, dan memobilisasi sumber daya untuk mendukung inisiatif digital. Pada tahap perencanaan dan desain strategi digital, elemen keselarasan antara teknologi dengan visi strategis organisasi menjadi prioritas tertinggi. Strategi transformasi digital yang efektif harus berlandaskan pada keselarasan teknologi dengan tujuan bisnis jangka panjang organisasi, dengan bobot prioritas tertinggi diberikan pada aspek ini.

Kesuksesan transformasi digital tidak semata-mata bergantung pada adopsi teknologi terbaru, melainkan memerlukan perubahan budaya organisasi yang mendalam dan integrasi strategis yang baik dengan tujuan bisnis organisasi (Nefianto, 2023). Elemen budaya yang mendukung pemikiran strategis jangka panjang dan kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai inisiatif digital ke dalam strategi korporat menjadi sangat determinan pada tahap ini. Pada tahap implementasi dan eksekusi strategi digital, elemen pengembangan kompetensi digital sumber daya manusia melalui program pelatihan berkelanjutan menjadi faktor kunci. Kompetensi digital terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja manajerial dalam implementasi transformasi, dimana peningkatan kapabilitas digital karyawan berkontribusi langsung terhadap efektivitas adopsi teknologi dan optimalisasi proses bisnis digital. Organisasi perlu memfokuskan transformasi SDM pada *upskilling* dan *reskilling* karyawan, peningkatan literasi digital, serta pembentukan budaya organisasi yang *agile*, kolaboratif, dan adaptif. Investasi dalam pengembangan kapabilitas digital bukan sekadar program pelatihan teknis, melainkan upaya sistematis untuk membentuk *digital mindset* yang tertanam dalam praktik kerja sehari-hari.

Pada tahap stabilisasi dan optimalisasi transformasi digital, elemen budaya inovasi berkelanjutan dan pembelajaran organisasional menjadi sangat krusial. Budaya digital yang berorientasi pada fleksibilitas, kolaborasi lintas fungsi, serta inovasi berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan, mempercepat siklus inovasi, dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar global (Ratry, 2025). Organisasi yang mampu menerapkan praktik inovasi dan pembelajaran dari eksperimen digital akan memiliki ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan teknologi yang terus berlanjut. Analisis lintas tahapan juga mengidentifikasi bahwa keberhasilan transformasi digital sangat

bergantung pada kesiapan menyeluruh dari organisasi, mulai dari infrastruktur teknologi, kapasitas sumber daya manusia, hingga budaya kerja yang mendukung. Transformasi budaya organisasi harus difasilitasi melalui penerapan kerangka kerja perubahan yang terstruktur, dimana model perubahan Kurt Lewin dapat digunakan sebagai kerangka pengelolaan transisi dari budaya tradisional menuju budaya digital. Pendekatan bertahap dan kontekstual dalam integrasi teknologi memastikan bahwa proses transformasi dapat berjalan lebih inklusif dan terukur, dengan mempertimbangkan kematangan digital organisasi pada setiap fase implementasi.

Tabel 2. Elemen Kritis Budaya Organisasi pada Setiap Tahapan Transformasi Digital

Tahapan Transformasi Digital	Elemen Budaya Kritis	Manifestasi dalam Praktik Organisasi	Dampak terhadap Kesuksesan Transformasi	Referensi
Inisiasi	Kepemimpinan Transformasional dan Visi Strategis	Komunikasi urgensi transformasi, pembentukan visi bersama, mobilisasi sumber daya organisasional	Membangun komitmen organisasional dan mengurangi resistensi awal terhadap perubahan	Nufuz et al. (2025)
Perencanaan dan Desain	<i>Alignment</i> Teknologi dengan Visi Strategis	Integrasi inisiatif digital dengan tujuan bisnis jangka panjang, pemikiran strategis holistik	Memastikan koherensi antara investasi teknologi dengan prioritas korporat	Nefianto (2025); Farhan & Purnamasari (2024)
Implementasi dan Eksekusi	Pengembangan Kompetensi Digital SDM	Program upskilling dan reskilling, pelatihan berkelanjutan, pembentukan digital mindset	Meningkatkan efektivitas adopsi teknologi dan optimalisasi proses bisnis digital	Pahlan et al. (2025); Nabighah & Pramudyta (2025)
Stabilisasi dan Optimalisasi	Budaya Inovasi Berkelanjutan dan Pembelajaran Organisasional	Institusionalisasi praktik inovasi, eksperimen digital, kolaborasi lintas fungsi	Mempercepat siklus inovasi dan memperkuat ketahanan organisasi terhadap disrupsi teknologi	Aisha et al. (2025); Ratry & Astuti (2025)

Sumber: Hasil analisis penelitian berdasarkan sintesis literatur

Interaksi Dinamis antara Perubahan Budaya Organisasi dan Evolusi Strategi Digital Perusahaan dalam Praktik Manajerial

Interaksi antara perubahan budaya organisasi dan evolusi strategi digital menunjukkan sifat berkelanjutan dan saling memperkuat yang membentuk trajektori transformasi organisasional. Transformasi digital bukan sekadar penggantian teknologi, melainkan melibatkan restrukturisasi menyeluruh pada budaya kerja, pola kepemimpinan, dan struktur

organisasi (Nufuz et al., 2025). Hubungan timbal balik ini menciptakan timbal balik dimana adopsi strategi digital memicu perubahan budaya, yang pada gilirannya membentuk kapasitas organisasi untuk mengimplementasikan strategi digital yang lebih canggih dan terintegrasi. Dalam praktik manajerial, interaksi dinamis ini terwujud melalui berbagai mekanisme konkret. Pertama, strategi digital yang diimplementasikan secara bertahap mempercepat perubahan pola kerja dan komunikasi organisasional. Digitalisasi proses bisnis, pemanfaatan analitik data, dan penguatan ekosistem inovasi digital secara bertahap mengubah cara karyawan berinteraksi, mengambil keputusan, dan menyelesaikan masalah. Perubahan praktik kerja ini kemudian mengendap menjadi norma dan nilai budaya baru yang lebih selaras dengan karakteristik ekonomi digital.

Kedua, evolusi strategi digital menciptakan kebutuhan untuk transformasi budaya yang lebih fundamental. Perusahaan yang mengimplementasikan teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things*, analitik data, dan *cloud computing* menghadapi kebutuhan untuk mengubah budaya tradisional yang hierarkis dan birokratis menuju budaya yang lebih agile dan kolaboratif (Asrul, 2025). Kesenjangan antara tuntutan teknologi digital dengan budaya organisasi eksisting menciptakan tekanan adaptif yang mendorong inisiatif perubahan budaya yang lebih sistematis dan terencana. Ketiga, perubahan budaya organisasi secara proaktif membuka ruang untuk inovasi strategi digital yang lebih radikal. Organisasi dengan budaya yang sudah tertransformasi menuju *digital mindset* memiliki kapasitas lebih besar untuk mengeksplorasi model bisnis digital yang disruptif, mengadopsi teknologi baru dengan lebih cepat, dan melakukan eksperimen strategis tanpa terhambat oleh resistensi internal yang berlebihan. Budaya inovasi yang kuat memfasilitasi proses *strategic agility* dimana organisasi mampu menyesuaikan strategi digital secara dinamis berdasarkan perubahan kondisi pasar dan kemajuan teknologi.

Tantangan utama dalam mengelola interaksi dinamis ini mencakup resistensi karyawan terhadap perubahan, keterbatasan infrastruktur digital, dan lemahnya pemahaman kolektif terhadap urgensi transformasi (Nabighah & Pramudyta, 2025). Resistensi internal, keterbatasan kompetensi digital, serta kesenjangan antarunit organisasi menjadi hambatan signifikan yang perlu diatasi melalui intervensi manajemen perubahan yang komprehensif. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan pendekatan manajemen perubahan yang proaktif dan partisipatif, dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan sejak tahap perencanaan hingga evaluasi implementasi strategi digital. Pembelajaran dari studi kasus organisasi global memberikan *insights* penting tentang dinamika interaksi ini. Organisasi

seperti Procter & Gamble dan IBM berhasil mengelola transformasi digital karena kemampuan mereka dalam menyelaraskan perubahan budaya dengan evolusi strategi digital secara holistik, sementara kegagalan organisasi seperti Kodak dan Nokia memberikan pelajaran krusial tentang pentingnya kesiapan budaya dan keberanian untuk melakukan perubahan fundamental. Kasus-kasus ini menegaskan bahwa kesuksesan transformasi digital memerlukan kepemimpinan transformasional, manajemen perubahan yang terstruktur, dan investasi berkelanjutan dalam pengembangan kapabilitas digital.

Studi pada PT Strategic Partner Solutions mendemonstrasikan relevansi model perubahan Kurt Lewin dalam mengelola transisi budaya organisasi, dimana tahap *unfreezing*, *changing*, dan *refreezing* perlu dikelola secara sistematis untuk memastikan perubahan budaya dapat terinstitusionalisasi dan berkelanjutan (Nufuz et al., 2025). Pendekatan ini menekankan pentingnya menciptakan *sense of urgency*, membangun koalisi perubahan, mengkomunikasikan visi transformasi, memberdayakan karyawan untuk bertindak, menciptakan *quick wins*, mengkonsolidasikan perbaikan, dan menerapkan perubahan dalam budaya organisasi. Implementasi transformasi budaya organisasi dalam konteks digitalisasi juga memerlukan perhatian khusus terhadap aspek infrastruktur teknologi dan ekosistem digital yang mendukung. Teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things*, dan *cloud computing* tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi telah menjadi bagian inti dari pengambilan keputusan dan operasional bisnis yang strategis.

Integrasi teknologi yang efektif menuntut organisasi untuk melakukan investasi berkelanjutan dalam pengembangan infrastruktur digital yang kuat, fleksibel, dan aman dari ancaman keamanan siber yang semakin kompleks. Dimensi keamanan digital menjadi pertimbangan krusial dalam proses transformasi, dimana organisasi menghadapi tantangan signifikan terkait ancaman keamanan siber yang dapat mengganggu kontinuitas bisnis dan merusak kepercayaan pelanggan. Budaya organisasi perlu mengintegrasikan kesadaran keamanan digital sebagai nilai fundamental, dimana setiap anggota organisasi memahami tanggung jawab mereka dalam melindungi aset digital dan informasi sensitif perusahaan. Pembentukan budaya keamanan digital ini memerlukan program pelatihan komprehensif, penetapan protokol keamanan yang jelas, dan mekanisme pengawasan yang efektif. Selain itu, transformasi digital juga menghadirkan peluang untuk memperluas akses pasar global dan meningkatkan pengalaman pelanggan melalui personalisasi layanan berbasis data dan analitik prediktif.

Digitalisasi menciptakan berbagai peluang strategis seperti efisiensi operasional, penetrasi pasar yang lebih luas, dan peningkatan kualitas layanan pelanggan yang dapat menjadi diferensiator kompetitif. Organisasi yang berhasil memanfaatkan peluang ini adalah mereka yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan perilaku konsumen yang terus berevolusi di era digital. Keberhasilan pemanfaatan peluang digital juga sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk membangun kolaborasi strategis dengan mitra bisnis eksternal, termasuk *startup* teknologi dan penyedia solusi digital. Strategi inovasi yang efektif melibatkan penerapan teknologi terkini, penguatan budaya organisasi yang adaptif, serta kolaborasi dengan mitra bisnis dan *startup* teknologi untuk mempercepat proses inovasi (Asrul, 2025). Kolaborasi ekosistem ini memungkinkan organisasi untuk mengakses kapabilitas teknologi yang mungkin tidak dimiliki secara internal, mempercepat *time-to-market* produk digital baru, dan berbagi risiko dalam eksperimen inovasi digital.

Dengan demikian, interaksi dinamis antara budaya organisasi dan strategi digital membentuk sistem kompleks yang memerlukan pendekatan manajemen komprehensif. Strategi manajemen perubahan yang efektif harus memadukan aspek teknologi, kepemimpinan, budaya organisasi, dan komunikasi strategis untuk membangun ketahanan organisasi di era digital. Organisasi yang mampu menyelaraskan elemen-elemen tersebut akan lebih siap menghadapi disrupsi dan memiliki kapasitas untuk berkembang secara berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian. Keselarasan antara strategi perusahaan dan kesiapan sumber daya manusia menjadi determinan krusial, dimana transformasi digital tidak dapat tercapai tanpa dukungan SDM yang kompeten dan budaya organisasi yang adaptif.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya organisasi memainkan peran determinan dalam kesuksesan transformasi strategik perusahaan di era digital melalui tiga dimensi utama: adaptabilitas organisasi, orientasi pembelajaran berkelanjutan, dan kolaborasi strategis. Elemen-elemen kritis yang memfasilitasi transformasi digital mencakup kepemimpinan transformasional pada tahap inisiasi, keselarasan teknologi-strategi pada fase perencanaan, pengembangan kompetensi digital pada tahap implementasi, dan budaya inovasi berkelanjutan pada fase stabilisasi. Interaksi dinamis antara perubahan budaya dan evolusi strategi digital menunjukkan sifat berkelanjutan yang membentuk *feedback loop*,

dimana adopsi teknologi mempercepat perubahan budaya yang kemudian memperkuat kapasitas implementasi strategi digital lebih lanjut. Implikasi teoretis penelitian ini memperkaya literatur manajemen strategik dengan menyediakan kerangka kerja integratif yang menjelaskan mekanisme pengaruh budaya organisasi terhadap transformasi digital. Secara praktis, temuan ini memberikan panduan bagi praktisi untuk merancang intervensi budaya yang sistematis dalam mendukung inisiatif transformasi digital. Penelitian ini merekomendasikan agar organisasi mengimplementasikan panduan transformasi bertahap yang mengintegrasikan aspek teknologi, sumber daya manusia, dan budaya organisasi secara komprehensif, serta melakukan investasi berkelanjutan dalam pengembangan kapabilitas digital dan pembentukan *digital mindset* untuk membangun ketahanan organisasi menghadapi disrupsi teknologi yang terus berkembang.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., Mahilan, A., & Saefullah, A. (2025). Transformasi Budaya Organisasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Bisnis: Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. 4(3), 6196–6204.
- Anshori, M. I., Andriani, N., & Madura, U. T. (2024). Transformasi Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategis Di Era Digital: Tinjauan Literatur Review. 9(204), 290–297.
- Asrul. (2025). Transpormasi Bisnis Di Era Digital: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Inovasi. 13, 2294–2298.
- Casciani, D., Chkanikova, O., & Pal, R. (2024). Exploring the nature of digital transformation in the fashion industry: opportunities for supply chains , business models , and sustainability- oriented innovations. Sustainability: Science, Practice and Policy, 18(1), 773–795. <https://doi.org/10.1080/15487733.2022.2125640>
- Chawla, R. N., & Goyal, P. (2021). Emerging trends in digital transformation: a bibliometric analysis. Benchmarking: An International Journal, 29(4), 1069–1112. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2021-0009>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications.
- Farhan, A., & Purnamasari, P. (2024). Transformasi Digital Manajemen Strategi dalam Menghadapi Dinamika Bisnis Modern. 4, 13630–13639.
- Hamdani, N. A., Abdul, G., Maulani, F., Nugraha, S., Mohamad, T., Mubarok, S., & Herlianti, A. O. (2021). Corporate Culture and Digital Transformation Strategy in Universities in Indonesia *Cultura Corporativa y Estrategia de Transformación Digital en las*

- Universidades de Indonesia. 39(October), 1–8.
<https://doi.org/10.25115/eea.v39i10.5352>
- Hanelt, A., Bohnsack, R., & Marz, D. (2021). A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation: Insights and Implications for Strategy and Organizational Change. (July). <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- Kapotas, S. (2023). Digital transformation of organizations and their organizational cultures . A case study in a national defense industry. 2(1). <https://doi.org/10.12681/icbe-hou.5349>
- Nabighah, D. A., & Pramudyta, M. B. I. (2025). Strategi perusahaan dan transformasi sdm dalam menghadapi perubahan lingkungan digital. 3(12).
- Nefianto, T. (2023). Strategi Transformasi Digital Untuk Penguatan Manajemen Organisasi. 4026–4031.
- Nufuz, D. A., Mahendra, M. H., Faqih, A., & Setianingrum, N. (2025). Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan: Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital. 1, 540–547.
- Omol, E. J. (2026). Organizational digital transformation : from evolution to future trends. (February). <https://doi.org/10.1108/DTS-08-2023-0061>
- Pahlan, M. (2025). Transformasi Peran Sumber Daya Manusia Di Era Digital: Pengaruh Kompetensi Digital Dan Budaya Organisasi Yang Adaptif Terhadap Kinerja Manajer Sumber Daya Manusia. 4(2), 1152–1161.
- Ratry, S. A. (2025). Strategi Dan Implementasi Transformasi Digital Dalam Organisasi: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital. 16(12).
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (3rd ed.). In Alfabeta.
- Wu, Y., Tian, C., & Wan, H. (2025). A Study on Improving Organizational Structure and Cultural Alignment Based on Iterative Computing in Enterprise Digital Transformation. (February 2024), 8739–8752. <https://doi.org/10.61091/jcmcc127a-484>