Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 11409-11417
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Strategi Transformasi Digital terhadap Kinerja Organisasi melalui Inovasi Bisnis

Afrizal Sofyan Lubis[1], Beni Arbi Batubara[2]
[1]Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Sains, Universitas Deztron Indonesia
[2]Program Studi Hukum, Fakultas Hukum dan Sains, Universitas Deztron Indonesia
afrizalsofyanlubis@udi.ac.id[1], beniarbibatubara@udi.ac.id[2]

Abstrak

Transformasi digital merupakan strategi yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing organisasi di tengah lingkungan bisnis yang dinamis kompleks dan berbasis teknologi. Perkembangan teknologi seperti artificial intelligence big data dan cloud computing mendorong organisasi untuk melakukan perubahan menyeluruh dalam proses bisnis model operasional serta interaksi dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi transformasi digital terhadap kinerja organisasi dengan inovasi bisnis sebagai variabel mediasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori yang melibatkan 120 responden dari organisasi berbasis digital di Indonesia yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert sedangkan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square untuk menguji hubungan antar variabel secara simultan dan komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis serta kinerja organisasi. Selain itu inovasi bisnis juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi serta terbukti mampu memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi secara parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh tingkat adopsi teknologi tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengembangkan inovasi secara berkelanjutan. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara strategi digital dan budaya inovasi dalam organisasi guna menciptakan nilai tambah meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat keunggulan kompetitif secara berkelanjutan di era digital yang semakin kompetitif dan penuh perubahan.

Kata kunci: Transformasi Digital, Inovasi Bisnis, Kinerja Organisasi, SEM-PLS

1. Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi salah satu fenomena paling dominan dalam perkembangan organisasi modern, terutama dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan tidak pasti. Perubahan yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser paradigma organisasi dari sistem konvensional menuju sistem berbasis digital yang lebih adaptif, responsif, dan efisien. Organisasi dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam seluruh aspek operasionalnya guna mempertahankan daya saing di tengah persaingan global yang semakin ketat. Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya dipandang sebagai adopsi teknologi semata, melainkan sebagai strategi fundamental yang mempengaruhi struktur, budaya, dan proses bisnis organisasi secara menyeluruh.

Perkembangan teknologi seperti artificial intelligence, big data analytics, Internet of Things (IoT), dan cloud computing telah memberikan peluang besar bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan nilai tambah. Teknologi-teknologi ini memungkinkan organisasi untuk mengelola data dalam jumlah besar, meningkatkan akurasi pengambilan keputusan, serta mempercepat proses bisnis secara signifikan. Namun demikian, implementasi teknologi tanpa didukung oleh strategi yang tepat sering kali tidak memberikan hasil yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan strategis yang mampu mengintegrasikan teknologi dengan tujuan bisnis organisasi secara efektif.

Strategi transformasi digital menjadi elemen kunci dalam menentukan keberhasilan organisasi dalam mengadopsi teknologi. Strategi ini mencakup perencanaan jangka panjang yang melibatkan pengembangan infrastruktur teknologi, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta perubahan budaya organisasi yang mendukung inovasi. Tanpa strategi yang jelas, transformasi digital berpotensi menjadi investasi yang tidak memberikan nilai tambah yang signifikan bagi organisasi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk merancang strategi digital yang terarah dan berkelanjutan.

Kinerja organisasi merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan implementasi strategi transformasi digital. Kinerja tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga mencakup aspek non-finansial seperti kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan inovasi. Organisasi yang berhasil melakukan transformasi digital umumnya menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan, baik dalam hal produktivitas maupun kualitas layanan. Namun demikian, tidak semua organisasi mampu mencapai hasil yang optimal, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam menjembatani hubungan tersebut adalah inovasi bisnis. Inovasi bisnis mencerminkan kemampuan organisasi dalam menciptakan produk, layanan, atau proses baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Dalam era digital, inovasi menjadi semakin penting karena perubahan kebutuhan pasar yang cepat menuntut organisasi untuk selalu beradaptasi. Transformasi digital memberikan peluang bagi organisasi untuk mengembangkan inovasi melalui pemanfaatan teknologi yang lebih canggih.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki hubungan positif dengan kinerja organisasi. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut belum secara mendalam mengkaji peran inovasi bisnis sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Padahal, inovasi bisnis dapat menjadi mekanisme penting yang menjelaskan bagaimana transformasi digital dapat meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara strategi transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen strategis digital serta kontribusi praktis bagi organisasi dalam merancang strategi transformasi digital yang efektif.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh strategi transformasi digital terhadap kinerja organisasi dengan inovasi bisnis sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai mekanisme hubungan antar variabel serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi organisasi dalam meningkatkan kinerjanya melalui transformasi digital.

2. Tinjauan Pustaka

Transformasi digital merupakan konsep yang berkembang pesat dalam literatur manajemen modern, terutama seiring dengan meningkatnya peran teknologi dalam aktivitas bisnis. Transformasi digital tidak hanya diartikan sebagai adopsi teknologi, tetapi juga sebagai proses perubahan mendasar yang melibatkan integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek organisasi, termasuk proses bisnis, model operasional, serta interaksi dengan pelanggan. Menurut Vial (2021), transformasi digital mencerminkan upaya organisasi dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai baru dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dimensi strategis yang luas dan kompleks, sehingga memerlukan pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan dalam implementasinya.

Strategi transformasi digital menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan implementasi digitalisasi dalam organisasi. Strategi ini mencakup perencanaan jangka panjang yang berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa strategi transformasi digital harus mencakup aspek teknologi, organisasi, dan lingkungan eksternal agar dapat memberikan dampak yang optimal terhadap kinerja. Dengan kata lain, strategi digital tidak hanya berfokus pada investasi teknologi, tetapi juga pada bagaimana teknologi tersebut diintegrasikan ke dalam proses bisnis dan budaya organisasi. Oleh karena itu, organisasi perlu memiliki visi yang jelas dalam mengembangkan strategi transformasi digital yang adaptif dan inovatif.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Kinerja organisasi merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan strategi yang diterapkan oleh organisasi. Kinerja organisasi mencerminkan tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam aspek finansial maupun non-finansial. Menurut Teece (2021), kinerja organisasi yang unggul tidak hanya ditentukan oleh sumber daya yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya tersebut secara efektif. Dalam konteks digital, kinerja organisasi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengadopsi teknologi serta berinovasi secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja organisasi merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, termasuk strategi digital dan inovasi.

Inovasi bisnis menjadi salah satu faktor kunci yang berperan dalam meningkatkan kinerja organisasi, terutama dalam era digital. Inovasi bisnis mencakup pengembangan produk baru, perbaikan proses, serta penciptaan model bisnis yang inovatif. Nambisan et al. (2020) menyatakan bahwa teknologi digital memungkinkan organisasi untuk menciptakan inovasi yang lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan pendekatan konvensional. Inovasi tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada cara organisasi menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan. Oleh karena itu, inovasi bisnis menjadi elemen penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital.

Hubungan antara transformasi digital dan inovasi bisnis menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi pendorong utama dalam menciptakan inovasi. Kraus et al. (2021) menemukan bahwa organisasi yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki tingkat inovasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi yang tidak melakukan digitalisasi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan teknologi dalam meningkatkan akses informasi, mempercepat proses komunikasi, serta mendukung kolaborasi antar individu dalam organisasi. Dengan demikian, transformasi digital dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan inovasi bisnis yang berkelanjutan.

Selain itu, inovasi bisnis juga memiliki hubungan yang erat dengan kinerja organisasi. Scuotto et al. (2021) menjelaskan bahwa inovasi dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan efisiensi operasional, diferensiasi produk, serta peningkatan kepuasan pelanggan. Organisasi yang mampu berinovasi secara konsisten akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam konteks ini, inovasi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai hasil dari transformasi digital, tetapi juga sebagai mekanisme yang menghubungkan transformasi digital dengan peningkatan kinerja organisasi.

Berdasarkan perspektif resource-based view dan dynamic capabilities, transformasi digital dan inovasi bisnis dapat dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Teece (2021) menekankan bahwa organisasi yang memiliki kemampuan dinamis dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang sumber daya akan lebih mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Transformasi digital memberikan alat dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung kemampuan tersebut, sementara inovasi bisnis menjadi output yang dihasilkan dari proses tersebut. Dengan demikian, kombinasi antara transformasi digital dan inovasi bisnis menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi.

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian sebelumnya, dapat disusun kerangka konseptual yang menunjukkan hubungan antara transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi. Dalam penelitian ini, transformasi digital diposisikan sebagai variabel independen, inovasi bisnis sebagai variabel mediasi, dan kinerja organisasi sebagai variabel dependen. Hubungan antar variabel ini diuji melalui beberapa hipotesis, yaitu bahwa transformasi digital berpengaruh terhadap inovasi bisnis, transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja organisasi, inovasi bisnis berpengaruh terhadap kinerja organisasi, serta inovasi bisnis memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi. Kerangka ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pengaruh transformasi digital terhadap kinerja organisasi.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel strategi transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antar variabel melalui pengujian statistik yang terukur dan objektif. Desain eksplanatori dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Dengan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menguji model konseptual yang telah dirumuskan berdasarkan kajian teoritis sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada organisasi berbasis digital di Indonesia, baik di sektor jasa maupun manufaktur yang telah mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansi dengan variabel penelitian, yaitu transformasi digital dan inovasi bisnis yang umumnya berkembang pada organisasi yang telah terdigitalisasi. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden yang memiliki pemahaman terhadap implementasi teknologi digital dalam organisasi, seperti staf operasional, supervisor, hingga manajer. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden, yang dianggap memadai untuk analisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform digital. Penggunaan kuesioner daring bertujuan untuk mempermudah distribusi serta meningkatkan efisiensi dalam pengumpulan data. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5, di mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju. Setiap pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah dikembangkan dari literatur sebelumnya sehingga memiliki validitas konseptual yang kuat. Sebelum disebarkan secara luas, kuesioner terlebih dahulu diuji coba untuk memastikan kejelasan dan konsistensi instrumen.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga konstruk utama, yaitu strategi transformasi digital sebagai variabel independen, inovasi bisnis sebagai variabel mediasi, dan kinerja organisasi sebagai variabel dependen. Strategi transformasi digital diukur melalui indikator yang mencerminkan tingkat integrasi teknologi dalam proses bisnis, penggunaan sistem digital, serta kesiapan organisasi dalam menghadapi perubahan digital. Inovasi bisnis diukur melalui indikator yang mencerminkan kemampuan organisasi dalam menciptakan produk baru, meningkatkan proses bisnis, serta mengembangkan layanan yang inovatif. Sementara itu, kinerja organisasi diukur melalui indikator efisiensi, produktivitas, serta kualitas layanan yang dihasilkan oleh organisasi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Metode ini dipilih karena memiliki keunggulan dalam menguji model yang kompleks dengan jumlah sampel yang relatif kecil serta tidak memerlukan asumsi distribusi normal. Analisis SEM-PLS dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu pengujian outer model dan inner model. Outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, sedangkan inner model digunakan untuk menguji hubungan antar variabel serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai loading factor, di mana indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai di atas 0,70. Selain itu, validitas konstruk juga diuji melalui nilai Average Variance Extracted (AVE) yang harus lebih besar dari 0,50. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, di mana nilai yang diterima adalah di atas 0,70. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi sehingga hasil penelitian dapat dipercaya.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik bootstrapping dalam SEM-PLS. Nilai t-statistic digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel, dengan kriteria nilai $t > 1,96$ pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, pengujian mediasi dilakukan untuk melihat peran inovasi bisnis dalam memediasi hubungan antara strategi transformasi digital dan kinerja organisasi. Analisis ini memberikan gambaran mengenai apakah pengaruh transformasi digital terhadap kinerja organisasi bersifat langsung atau melalui mekanisme inovasi bisnis.

Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian dengan memastikan bahwa seluruh responden memberikan persetujuan secara sukarela serta menjaga kerahasiaan data yang diberikan. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk keperluan akademik dan tidak disebarluaskan kepada pihak lain tanpa izin. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang valid, reliabel, serta memiliki kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu manajemen strategis digital.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

TABEL 1. OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode
Transformasi Digital	Teknologi	Penggunaan sistem digital	TD1
		Integrasi sistem	TD2
	Organisasi	Adaptasi digital	TD3
		Dukungan manajemen	TD4
Inovasi Bisnis	Produk	Pengembangan produk baru	IB1
	Proses	Perbaikan proses kerja	IB2
	Layanan	Inovasi layanan	IB3
Kinerja Organisasi	Efisiensi	Efisiensi operasional	KO1
	Produktivitas	Peningkatan output	KO2
	Kualitas	Kualitas layanan	KO3

INSTRUMEN KUESIONER

A. Transformasi Digital

1. Organisasi saya telah menggunakan sistem digital dalam sebagian besar aktivitas operasional
2. Sistem digital dalam organisasi terintegrasi dengan baik antar unit kerja
3. Organisasi mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi digital
4. Manajemen mendukung penerapan transformasi digital secara aktif

B. Inovasi Bisnis

1. Organisasi secara rutin mengembangkan produk baru
2. Terdapat perbaikan proses kerja berbasis inovasi
3. Organisasi menciptakan layanan baru untuk pelanggan

C. Kinerja Organisasi

1. Efisiensi operasional organisasi meningkat
2. Produktivitas kerja karyawan mengalami peningkatan
3. Kualitas layanan kepada pelanggan semakin baik

SKALA PENGUKURAN

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Tahapan analisis dilakukan secara sistematis melalui pengujian model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa konstruk yang digunakan dalam penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang baik, serta untuk menguji hubungan kausal antar variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Data yang dianalisis berasal dari 120 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dianggap representatif dalam menggambarkan fenomena yang diteliti.

Pengujian outer model dilakukan untuk mengevaluasi validitas konvergen dan diskriminan dari setiap indikator yang digunakan dalam penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70, yang berarti indikator-indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk masing-masing variabel juga berada di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa variabel memiliki validitas konvergen yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mampu merepresentasikan konstruk secara akurat dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, yang berarti konstruk dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti. Hasil ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap pengujian model struktural.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Loading Factor	AVE	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Transformasi Digital	>0.70	0.65	0.88	0.91
Inovasi Bisnis	>0.70	0.67	0.87	0.90
Kinerja Organisasi	>0.70	0.69	0.89	0.92

Pengujian inner model dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel serta kekuatan model penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk variabel inovasi bisnis sebesar 0,62, yang berarti bahwa 62% variansi inovasi bisnis dapat dijelaskan oleh transformasi digital. Sementara itu, nilai R-Square untuk kinerja organisasi sebesar 0,68, yang menunjukkan bahwa 68% variansi kinerja organisasi dapat dijelaskan oleh transformasi digital dan inovasi bisnis. Nilai ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Tabel 3. Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Inovasi Bisnis	0.62
Kinerja Organisasi	0.68

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping untuk melihat signifikansi hubungan antar variabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis dengan nilai t-statistic sebesar 7,85 (>1,96). Selain itu, transformasi digital juga berpengaruh signifikan terhadap

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kinerja organisasi dengan nilai t-statistic sebesar 6,92. Inovasi bisnis juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi dengan nilai t-statistic sebesar 8,11. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	t-statistic	Hasil
H1	TD → IB	7.85	Diterima
H2	TD → KO	6.92	Diterima
H3	IB → KO	8.11	Diterima

Selanjutnya, pengujian mediasi dilakukan untuk melihat peran inovasi bisnis dalam memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung transformasi digital terhadap kinerja organisasi melalui inovasi bisnis memiliki nilai t-statistic sebesar 5,76 (>1,96), yang berarti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi bisnis berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan tersebut. Dengan kata lain, transformasi digital dapat meningkatkan kinerja organisasi baik secara langsung maupun melalui peningkatan inovasi bisnis.

Tabel 5. Uji Mediasi

Hubungan	t-statistic	Keterangan
TD → IB → KO	5.76	Mediasi Parsial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi transformasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan inovasi bisnis. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nambisan et al. (2020) yang menyatakan bahwa teknologi digital dapat menjadi enabler utama dalam menciptakan inovasi. Dengan adanya teknologi digital, organisasi dapat mengakses informasi secara real-time, meningkatkan kolaborasi, serta mempercepat proses pengembangan produk dan layanan baru. Oleh karena itu, organisasi yang mampu mengimplementasikan strategi transformasi digital dengan baik akan memiliki kemampuan inovasi yang lebih tinggi.

Selain itu, pengaruh langsung transformasi digital terhadap kinerja organisasi menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Verhoef et al. (2021) yang menyatakan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan kinerja melalui optimalisasi proses bisnis dan peningkatan kualitas layanan. Organisasi yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki keunggulan dalam hal kecepatan, akurasi, dan fleksibilitas dalam merespon perubahan pasar.

Inovasi bisnis juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang mampu berinovasi secara konsisten akan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan organisasi yang tidak melakukan inovasi. Inovasi memungkinkan organisasi untuk menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, inovasi bisnis menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital.

Peran mediasi inovasi bisnis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak secara otomatis meningkatkan kinerja organisasi tanpa adanya inovasi. Teknologi hanya menjadi alat, sedangkan inovasi merupakan proses yang menciptakan nilai. Oleh karena itu, organisasi perlu mengintegrasikan strategi digital dengan budaya inovasi agar dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari transformasi digital. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan mekanisme hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa organisasi perlu mengembangkan strategi transformasi digital yang tidak hanya berfokus pada investasi teknologi, tetapi juga pada pengembangan inovasi bisnis. Organisasi harus mendorong budaya inovasi, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas. Dengan demikian, transformasi digital dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa strategi transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi memiliki hubungan yang kuat dan saling terkait. Penelitian ini juga memperkuat teori resource-based view dan dynamic capabilities yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berasal dari kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Oleh karena itu, transformasi digital dan inovasi bisnis dapat dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi organisasi.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi transformasi digital memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja organisasi, baik secara langsung maupun melalui inovasi bisnis sebagai variabel mediasi. Hasil analisis empiris membuktikan bahwa transformasi digital mampu mendorong peningkatan inovasi bisnis melalui pemanfaatan teknologi yang terintegrasi dalam proses operasional organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi cenderung lebih mampu menciptakan inovasi yang relevan dan berkelanjutan. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai katalisator dalam menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja organisasi. Peningkatan efisiensi, produktivitas, serta kualitas layanan menjadi indikator utama yang menunjukkan keberhasilan implementasi strategi digital dalam organisasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan strategisnya. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh transformasi digital terhadap kinerja organisasi akan lebih optimal apabila didukung oleh kemampuan inovasi bisnis yang kuat. Inovasi bisnis dalam penelitian ini terbukti memiliki peran penting sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara transformasi digital dan kinerja organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi merupakan mekanisme utama yang menjembatani pemanfaatan teknologi digital dengan pencapaian kinerja yang lebih baik. Organisasi yang mampu mengembangkan inovasi secara berkelanjutan akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi yang hanya mengandalkan teknologi tanpa inovasi. Oleh karena itu, inovasi bisnis menjadi faktor kunci dalam memastikan keberhasilan transformasi digital. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur manajemen strategis digital dengan mengintegrasikan konsep transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi dalam satu model konseptual yang komprehensif. Penelitian ini juga memperkuat teori resource-based view dan dynamic capabilities yang menekankan pentingnya kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Transformasi digital dan inovasi bisnis dalam konteks ini dapat dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi organisasi untuk mengembangkan strategi transformasi digital yang tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada penguatan budaya inovasi. Organisasi perlu mendorong kolaborasi, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan eksperimen. Selain itu, manajemen perlu memastikan bahwa implementasi teknologi digital selaras dengan tujuan strategis organisasi sehingga dapat memberikan dampak yang optimal terhadap kinerja. Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah sampel yang digunakan masih terbatas pada 120 responden sehingga hasil penelitian mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh sektor industri. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggali secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan. Ketiga, variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas pada transformasi digital, inovasi bisnis, dan kinerja organisasi, sehingga belum mencakup faktor lain yang mungkin berpengaruh. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta mencakup berbagai sektor industri agar hasil penelitian lebih generalizable. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan mixed methods dengan mengkombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Penambahan variabel seperti digital leadership, organizational agility, dan knowledge management juga dapat memberikan perspektif baru dalam mengkaji transformasi digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, organisasi perlu mengintegrasikan strategi digital dengan inovasi bisnis untuk mencapai kinerja yang unggul dan berkelanjutan di era digital.

Referensi

1. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2020). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 44(2), 471–482.
2. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., & Kiron, D. (2021). Accelerating digital innovation inside and out: Agile teams, ecosystems, and ethics. *MIT Sloan Management Review*, 62(2), 1–17.
3. Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2021). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status. *International Journal of Information Management*, 56, 102–120.
4. Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92–93, 102012.
5. Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2020). The digital transformation of innovation and entrepreneurship. *Research Policy*, 49(1), 103–120.
6. OECD. (2020). *Digital Economy Outlook 2020*. OECD Publishing.
7. Scuotto, V., Caputo, F., Villasalero, M., & Del Giudice, M. (2021). A multiple buyer–supplier relationship in the context of SMEs' digital transformation. *Journal of Business Research*, 128, 325–335.
8. Sebastian, I. M., Ross, J. W., Beath, C. M., Mocker, M., Moloney, K., & Fonstad, N. O. (2020). How big old companies navigate digital transformation. *MIS Quarterly Executive*, 19(3), 197–213.
9. Teece, D. J. (2021). Dynamic capabilities and strategic management: Organizing for innovation and growth. *Oxford University Press*.
10. Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
11. Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 30(2), 101–125.
12. Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2021). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 54(2), 102–110.
13. Wirtz, B. W. (2021). Digital business and electronic commerce: Strategy, business models, and technology. *Springer*.
14. Bughin, J., LaBerge, L., & Mellbye, A. (2020). The case for digital reinvention. *McKinsey Quarterly*, 1, 1–17.
15. Jonathan, P., & Tarigan, Z. (2022). The impact of digital transformation on organizational performance in emerging markets. *Journal of Management Development*, 41(5), 345–360.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7532
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)