

**JIMT:**
Jurnal Ilmu Manajemen Terapan

E-ISSN: 2686-4924
P-ISSN: 2686-5246

<https://dinastirev.org/JIMT> dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Peran Digital Leadership dalam Mengembangkan Strategi Bisnis yang Sesuai Dengan Transformasi Digital

Heru Nugroho¹, Selamat Riyadi², Heni Iswati³, Panca Maulana⁴, Ravindra Safitra⁵

¹Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, 243170034@student.budiluhur.ac.id

²Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, [selamat.riyadi@budiluhur.ac.id](mailto:salamat.riyadi@budiluhur.ac.id)

³Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, heni.iswati@budiluhur.ac.id

⁴Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, panca.maulana@budiluhur.ac.id

⁵Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia, ravindra.safitra@budiluhur.ac.id

Corresponding Author: 243170034@student.budiluhur.ac.id¹

Abstract: *Digital leaders are thought to play a critical role in aligning technology with business goals, driving innovation, and adapting to the ever-changing digital landscape. This study seeks to further elaborate on the extent to which digital leadership plays a role in developing business strategies that are in line with digital transformation. This study uses a literature review of previous studies and a number of relevant books. The results of the analysis show that digital leaders will help organizations identify opportunities, manage change, and build a culture that supports digital transformation. Organizational change is usually led by leaders and top management. Therefore, company leaders and management must first accept the need for change for themselves and then for the entire organization and commit to changing the organization. Therefore, the success of digital transformation also depends on how big a role digital leadership plays in directing digital transformation.*

Keyword: *Digital Leadership, Digital Transformation.*

Abstrak: Pemimpin digital diduga memainkan peran penting dalam menyelaraskan teknologi dengan tujuan bisnis, mendorong inovasi, dan beradaptasi dengan lanskap digital yang terus berubah. Penelitian ini berupaya mengelaborasi lebih lanjut sejauh mana peran kepemimpinan digital dalam mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan transformasi digital. Penelitian ini menggunakan literature review dari penelitian sebelumnya dan sejumlah buku yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemimpin digital akan membantu organisasi mengidentifikasi peluang, mengelola perubahan, dan membangun budaya yang mendukung transformasi digital. Perubahan organisasi biasanya diprakarsai oleh pemimpin dan manajemen puncak. Oleh karena itu, pemimpin dan manajemen perusahaan harus terlebih dahulu menerima perlunya perubahan bagi diri mereka sendiri dan kemudian bagi seluruh organisasi serta meyakinkan organisasi untuk berubah. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital juga tergantung pada seberapa besar peran kepemimpinan digital dalam mengarahkannya.

Kata Kunci: Digital Leadership, Transformasi Digital.

PENDAHULUAN

Digitalisasi menciptakan babak baru kemajuan teknologi yang revolusioner di berbagai sektor ekonomi dunia, membuka peluang besar untuk inovasi, pertumbuhan, dan efisiensi. Teknologi digital, seperti AI, IoT, dan blockchain, mengubah cara bisnis beroperasi, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan model bisnis baru. Dalam kondisi tersebut, ekonomi semua negara dan struktur sektoralnya menghadapi berbagai pilihan kritis seperti keharusan untuk melakukan pengembangan layanan dan pembentukan lini produksi baru (Bukht & Heeks, 2018).

Menurut Bonvillian (2017), daya saing sangat bergantung pada vektor mana yang dipilih sistem ekonomi nasional, keputusan mana yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan terkemuka dalam ekonomi nasional, bagaimana masyarakat melihat konsumsi masa depan (sebagai sumber pertumbuhan ekonomi). Janicki & Goździewska-Nowicka (2018), dalam penelitian mereka, menunjukkan bahwa penggunaan perkembangan teknologi terbaru dalam informatika, pertukaran data yang diperluas dan integrasi sistem TI dari berbagai organisasi meningkatkan daya saing industri. Selain itu, seperti yang ditunjukkan, saat ini, tantangan serius adalah bahwa konsumen mulai membentuk ekspektasi mereka dalam dimensi digital, lebih memilih dukungan digital, promosi digital, dan layanan digital bekerja sama dengan ekonomi sektor manufaktur dan jasa (Gillani et al., 2020).

Area eksternal ekonomi digital memengaruhi strategi perusahaan melalui komponen kompetitif. Hal ini diungkapkan dalam fakta bahwa faktor-faktor peningkatan keunggulan kompetitif perusahaan menjadi sumber yang tepat untuk meningkatkan posisi pasar dan memperoleh keunggulan strategis. Menurut Koch & Windsperger (2017), berdasarkan pandangan yang berpusat pada jaringan, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan secara aktif membentuk lingkungan digital dan dengan menciptakan nilai bersama dari perusahaan yang saling terhubung dalam lingkungan digital. Penelitian Corey et al. (2014) menyatakan bahwa meluasnya penggunaan teknologi digital menjadi ciri khas ekonomi, dan inilah yang mulai mengubah ideologi perusahaan, ketika strategi menjadi bukan sekadar tujuan melainkan "perspektif atau konsep bisnis", tercermin dalam model bisnis, yang memberikan nilai baru sebagai mekanisme untuk pengembangan jangka panjang dan pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut penelitian Larjovuori et al. (2016), kepemimpinan digital adalah kemampuan untuk mengekspos dan mengembangkan keterampilan dan bakat, yang diperlukan untuk melibatkan semua karyawan bisnis dalam proses digitalisasi. Dalam kerangka transformasi digital, kepemimpinan digital mencakup "demonstrasi perilaku perusahaan dan ekosistem bisnis yang tepat untuk digitalisasi strategis". Pemimpin digital memainkan peran penting dalam menyelaraskan teknologi dengan tujuan bisnis, mendorong inovasi, dan beradaptasi dengan lanskap digital yang terus berubah. Mereka membantu organisasi mengidentifikasi peluang, mengelola perubahan, dan membangun budaya yang mendukung transformasi digital. Oleh karena itu paper ini akan menganalisis Peran Digital Leadership dalam Mengembangkan Strategi Bisnis yang Sesuai dengan Transformasi Digital

METODE

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review atau kajian kepustakaan. Literature review merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku, dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu (Marzali, 2016).

Sumber data yang menjadi bahan adalah berupa jurnal dan atau situs internet yang terkait dengan topik yang telah dipilih. Sumber data penelitian ini terdiri dari artikel jurnal tentang Digital Leadership dalam Mengembangkan Strategi Bisnis yang Sesuai Dengan Transformasi Digital. Teknik pengumpulan informasi melalui dokumentasi, yaitu mencari data mengenai

hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, makalah atau artikel, jurnal dan sebagainya (Cahyono, 2020). Instrumen yang digunakan dalam studi ini adalah daftar check-list klasifikasi bahan penelitian, skema/peta penulisan dan format catatan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis isi (Content Analysis). Analisis ini digunakan untuk mendapatkan inferensi yang valid dan dapat diteliti ulang berdasarkan konteksnya. Dalam analisis ini akan dilakukan proses memilih, membandingkan, menggabungkan dan memilah berbagai pengertian hingga ditemukan yang relevan ((Cahyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian *Digital Leadership*

Kepemimpinan digambarkan sebagai kapasitas untuk membimbing perusahaan dalam mencapai tujuannya dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, perusahaan harus memiliki produk dan sistem teknis yang mempercepat dan memungkinkan produksi, komunikasi, dan pengurangan biaya, serta kemampuan untuk menggunakan produk dan sistem ini secara optimal (Makedon et al., 2022).

Menurut Fisk (2002), pemimpin digital adalah orang yang visioner, motivator perubahan, mampu menggabungkan ide-ide dalam bisnis untuk proyek, dan membangun koneksi melalui penciptaan peluang baru untuk kemitraan/usaha patungan/alih daya dan bentuk kolaborasi lainnya (Fisk, 2002). Teori Eselon Atas berfungsi sebagai fondasi bagi konsep kepemimpinan digital. Menurut ide ini, karakteristik latar belakang manajerial membuat hasil organisasi (pilihan strategis dan tingkat kinerja) lebih dapat diprediksi. Akibatnya, diklaim bahwa organisasi yang dipimpin oleh individu yang menunjukkan atribut yang diperlukan untuk kepemimpinan digital juga digital. Menurut definisi Kepemimpinan Digital, penelitian Avolio et al. (2000) tentang kepemimpinan elektronik dianggap sebagai "Konsep Kepemimpinan Digital". Menurut Avolio, kepemimpinan digital adalah "proses transformasi sosial di mana teknologi informasi canggih menjadi penengah guna memengaruhi individu, kelompok, dan/atau perilaku, sikap, emosi, pikiran, dan perilaku organisasi." Fisk, (2002) membahas hubungan antara kepemimpinan digital dan kepemimpinan transformatif dalam makalahnya. Menurut Fisk (2002) seorang pemimpin digital bersifat imajinatif, mendorong perubahan, mampu menyatukan ide dan tujuan organisasi, dan mampu menghubungkan perusahaan elalui kemitraan/usaha patungan/alih daya dan menciptakan peluang baru bagi mereka

Hubungan *Digital Leadership* dan *Digital Transformation*

Transformasi digital dikatakan berhasil dalam jangka panjang ketika tujuan umum organisasi sesuai dengan kebutuhan untuk memperkenalkan perangkat digital baru. Dengan cara yang sama, orang menerima kemajuan teknologi hanya ketika mereka memahami bahwa hal itu relevan dengan tugas mereka. Manajer, terutama manajer puncak, memiliki tanggung jawab penting untuk mengelola penyelarasan strategis ini dan penyebaran budaya digital (Cortellazzo et al., 2019). Melalui pengetahuan dan pengalaman digital mereka, kepemimpinan digital dapat membantu mengurangi kemungkinan kegagalan proyek transformasi digital (Sağbaşı & Erdoğan, 2022).

Evolusi strategi perusahaan dan transformasinya menjadi model bisnis yang memperkuat posisi perusahaan dan menunjukkan bagaimana perusahaan harus memperbarui strategi mereka jika mereka menerapkan teknologi baru, dengan mengakui kemanfaatan pembaruan radikal strategi sesuai dengan posisi pasar. Terdapat hubungan positif antara tingkat perubahan dalam strategi dan tahap implementasi teknologi digital canggih secara umum, yang menyiratkan hubungan erat antara struktur teknologi perusahaan dan strategi pengembangannya (Pedersen, 2018).

Hubungan erat itu merupakan karakteristik sebagian besar layanan industri, terlepas dari tahap implementasi teknologi tersebut. Jain & Mnjama (2016) membahas elemen strategi mana

yang akan diperbarui atau didesain ulang sesuai dengan dampak digitalisasi dan perubahan teknologi lainnya. Dengan demikian, jika teknologi baru muncul, perusahaan harus memutuskan apakah akan beradaptasi dengan keadaan baru (dan sejauh mana) atau tidak dan menilai bahaya pergeseran teknologi dan ancaman terobosan inovasi.

Dampak yang diharapkan dari penerapan strategi digital bagi korporasi menurut Makedon et al. (2022) adalah:

- a. memperkuat posisi kompetitif saat ini;
- b. meningkatkan tingkat kepuasan konsumen;
- c. memperluas jangkauan barang atau jasa di pasar;
- d. mengurangi tingkat pengeluaran korporasi;
- e. meningkatkan tingkat keamanan ekonomi dan daya tarik investasi korporasi;
- f. meningkatkan tingkat aktivitas dan bidang proyek rintisan serta memperpendek jangka waktu penciptaan dan pengenalan barang/jasa baru.

Transformasi digital adalah aplikasi strategis dari teknologi digital canggih untuk mendorong pertumbuhan bisnis inti. Di era digital, teknologi seperti media sosial, big data, Internet of Services, cloud computing, digital twins, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT) telah mengubah ekonomi industri secara fundamental (Yao et al., 2023). Baik industri yang sedang berkembang maupun tradisional berusaha keras untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui transformasi digital. Dalam konteks ini, peran kepemimpinan digital yang efektif sangat penting dalam membentuk masa depan pengembangan digital perusahaan (Yao et al., 2024).

Istilah "kepemimpinan digital" berfungsi sebagai kerangka kerja yang komprehensif untuk mengeksplorasi hubungan rumit antara digitalisasi tingkat lanjut dan transformasi bisnis, menyoroti peluang dan tantangan dunia digital yang berkembang pesat (Tanniru et al., 2018). Fondasi transformasi digital yang sukses terletak pada dukungan kuat dari manajemen puncak perusahaan dan integrasi proses transformasi digital yang mulus ke dalam strategi perusahaan. Organisasi telah menyadari peran penting manajemen senior dalam mengevaluasi secara sistematis keseluruhan status transformasi digital dalam bisnis mereka dan menetapkan pedoman untuk mencapai kematangan digital. Proses transformasi digital yang sukses bergantung pada dukungan manajemen senior (Qiao et al., 2024).

Di era digital, peran manajer telah bergeser dari mengendalikan menjadi membimbing, melibatkan, dan mendengarkan. Pemimpin digital bertugas merancang dan melaksanakan strategi, menginspirasi karyawan untuk mengambil bagian dalam aktivitas transformasi digital, dan memastikan penggunaan alat digital yang efektif dan efisien di semua sektor bisnis (Kokot et al., 2021). Pemimpin modern harus memiliki keterampilan dan komitmen untuk memastikan keberhasilan transformasi digital. "Kepemimpinan digital berarti melibatkan semua anggota organisasi dalam proses digital dan mengenali serta mengembangkan keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menerapkan digitalisasi" (Kokot et al., 2023).

Pemimpin sangat penting dalam memastikan dan mempercepat transisi ke era digital. Mereka dapat mendukung keberhasilan organisasi di era digital dengan mengambil tiga tindakan utama: (1) memantau tren teknologi yang muncul, (2) menetapkan tren transformasi digital dan inisiatif strategis, dan (3) membimbing tim melalui transisi yang tepat dan efisien. Selain itu, pemimpin dengan perspektif transformasi digital dapat menciptakan jaringan kolaboratif dan mengembangkan kemampuan digital organisasi (Ly, 2024).

Peran Digital Leadership dalam pengambilan keputusan strategis

Teknologi memegang peranan penting dalam membentuk strategi kepemimpinan dan proses pengambilan keputusan di berbagai sektor. Berbagai penelitian menekankan bahwa teknologi meningkatkan komunikasi, transparansi, dan pengambilan keputusan dalam organisasi, sehingga meningkatkan efisiensi dan daya tanggap terhadap pemangku kepentingan (Bukhari, 2023). Selain itu, adopsi teknologi modern seperti kecerdasan buatan, big data, dan

komputasi awan memengaruhi efektivitas organisasi, kerja sama tim, dan pengambilan keputusan strategis, sehingga menyoroti pentingnya merangkul inovasi ini untuk meningkatkan kinerja dan daya saing (Yaroslavovych & Nataliya, 2023).

Lebih jauh lagi, sebuah studi dari sebuah perusahaan telekomunikasi besar di Kenya menggarisbawahi dampak signifikan dari inovasi teknologi pada keunggulan kompetitif, dengan digital leadership memainkan peran strategis yang penting dalam memperkuat hubungan ini, menekankan peran vital para pemimpin sebagai pendorong inovasi untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Kamal, 2022). Pemimpin digital di era Industri 4.0 diharapkan memiliki keterampilan dan gaya kepemimpinan yang unik untuk menavigasi tantangan dan peluang yang dibawa oleh transformasi digital. Para pemimpin ini harus menunjukkan karakteristik seperti komunikasi yang efektif, pengetahuan dan pemahaman, standar dan metode yang ditetapkan dengan baik, kemampuan membimbing, keterbukaan, transparansi, kepercayaan, orientasi karyawan, dan budaya yang merangkul pembelajaran dari kesalahan (Khatiri & Dutta, 2023).

Mereka dituntut untuk bertindak cepat dan fleksibel dalam struktur jaringan sambil mengelola transformasi digital organisasi mereka (Klein, 2020). Selain itu, para pemimpin digital harus memiliki keterampilan kognitif, bisnis, interpersonal, dan strategis untuk berkembang dalam lanskap Industri 4.0 (Durmaz et al., 2022). Gaya kepemimpinan transformasional yang mendorong adaptasi terhadap perubahan lingkungan dan meningkatkan keberhasilan jangka panjang karyawan dan organisasi dianggap penting di era ini.

Peran Digital Leadership dalam Mengembangkan Strategi Bisnis

Pertanyaan utama paper ini adalah untuk fokus pada peran pemimpin digital dalam proses transformasi digital. Saat mengajukan pertanyaan ini, diharapkan untuk menarik perhatian pada fitur-fitur yang sesuai dengan strategi bisnis yang dibutuhkan oleh zaman tersebut. Tujuan pertanyaan penelitian adalah untuk mengungkap temuan tentang peran kepemimpinan digital dan kontribusinya terhadap bisnis.

Mempertimbangkan semua aspek ini, dan jumlah serta kecepatan perubahan yang sangat besar, karakter transformasi digital dapat digambarkan sebagai lingkungan VUCA dari jargon militer AS-AS. Volatilitas = perubahan yang sering dan kuat. Ketidakpastian = situasi yang tidak jelas, kurangnya prediktabilitas. Kompleksitas = saling ketergantungan berbagai elemen, rantai sebab-akibat tidak jelas. Ambiguitas = lingkungan yang tidak konsisten dan kontradiktif, kebingungan sebab-akibat. Dalam lingkungan seperti itu, analisis dan perencanaan terperinci menjadi sangat sulit karena perkembangan bisnis sering kali tidak dapat diprediksi (Taskan et al., 2022).

Oleh karena itu, beberapa pendekatan kepemimpinan yang sukses di masa lalu tidak dapat digunakan untuk kondisi saat ini (Petry, 2018). Penelitian dari perspektif ini tampaknya lebih mungkin menawarkan resep yang valid untuk kepemimpinan digital. Menemukan atau menerapkan teknologi yang tepat tampaknya penting dan sulit untuk transformasi digital, tetapi ini bukanlah keterampilan yang berdiri sendiri. Di awal titik krusial dalam memastikan adaptasi digital, ada pembentukan budaya digital dan penghapusan kekurangan keterampilan pada tahap pembentukan. Pada titik ini, teknologi digital memiliki hubungan yang intens tidak hanya di bidang teknologi informasi tetapi juga dengan bagaimana bisnis dikelola dan gaya kepemimpinan seperti apa yang diterapkan (Oberer & Erkollar, 2018).

Saat ini, digitalisasi mengarah pada transformasi produksi, logistik, komunikasi, dan manajemen sumber daya manusia. Namun, ada poin penting yang membingungkan. Penting untuk mengoreksi persepsi yang salah bahwa hanya bisnis yang berorientasi pada teknologi yang membutuhkan kompetensi kepemimpinan digital. Karena kompetensi kepemimpinan digital mewakili area yang lebih luas daripada lini bisnis yang berafiliasi dengan perusahaan.

Pemimpin yang mencoba memperkuat budaya digital pertama-tama tahu cara mengomunikasikan komitmen terhadap pendekatan kerja baru kepada karyawan dan

mendukung proses kewirausahaan. Kedua, para pemimpin ini adalah panduan tentang cara memantau kemajuan untuk tujuan bisnis yang diperbarui (Guinan et al., 2019). Literatur tentang transformasi digital menyoroti perubahan dalam struktur kepemimpinan organisasi sebagai pendorong penting model bisnis baru. Untuk tujuan ini, literatur menyoroti penciptaan peran kepemimpinan baru (Vial, 2019).

Pada titik ini, terlepas dari sektornya, setiap bisnis yang ingin bersaing dalam kondisi saat ini akan membutuhkan keterampilan kepemimpinan digital. Namun, untuk membuat klaim ini, perlu untuk mengetahui sifat transformasi digital. Transformasi digital adalah semacam pembangunan. Pembangunan ini memiliki tiga perspektif yang saling terkait. Yaitu; faktor ekonomi, sosial, dan manusia. Perspektif tripartit ini didasarkan pada fakta bahwa individu adalah agen perubahan dan tenaga kerja adalah kunci dalam penggunaan teknologi untuk mencapai hasil pembangunan. Dari sudut pandang ini, bisnis yang ingin mentransformasi layanan dan operasinya secara digital membutuhkan seorang pemimpin untuk memimpin perubahan dengan cara yang dapat menyediakannya (Qureshi, 2019).

Inisiatif manajemen perubahan membutuhkan kepemimpinan yang efektif dan, pemimpin bertindak sebagai pelopor untuk menerapkan perubahan ini dalam organisasi dan membuat organisasi siap dengan membuat pengaturan yang diperlukan dalam kerangka model bisnis yang ada. Di era transformasi digital, pemimpin mencoba mengatasi dampak digital dan menutup kesenjangan dalam tenaga kerja dengan mengembangkan platform dan strategi yang tidak hanya didasarkan pada platform digital baru tetapi juga pada model bisnis baru. Karena daya saing transformasi digital pada dasarnya adalah tentang inovasi (Oberer & Erkollar, 2018). Saat itulah para pemimpin digital memainkan peran penting dalam menyelaraskan strategi bisnis untuk mencapai keseimbangan optimal yang sesuai untuk transformasi strategi bisnis dalam proses transformasi digital. Mengembangkan strategi yang sesuai untuk transformasi digital ditunjukkan dengan bersikap terbuka terhadap transformasi digital dan menggunakan sumber daya yang tepat untuk memfasilitasi transformasi digital (Bughin et al., 2020).

Pemimpin digital harus cepat, memiliki hierarki, berorientasi pada tim, dan kolaboratif, dengan fokus yang kuat pada inovasi. Inilah visi dan pandangan ke depan pemimpin untuk mentransformasi organisasi secara digital. Saat ini, para pemimpin perlu mengetahui keterampilan digital mereka dan dampaknya terhadap bisnis, serta cara memanfaatkan teknologi baru. Namun, ini tidak berarti bahwa mereka harus mengetahui cara kerja teknologi, penting untuk mengetahui mengapa teknologi itu penting dan cara menggunakannya (Kokot et al., 2023). Dalam hal ini, kepemimpinan digital tidak berarti menjadi programmer terbaik, tetapi mampu membentuk penilaian yang beralasan tentang peluang dan risiko yang timbul dari kemajuan teknis (Yao et al., 2024). Untuk mendukung hal ini, Munoz (2025) berpendapat bahwa transformasi digital lebih banyak tentang persepsi para pemimpin, manajer, dan karyawan dalam membeli proses perubahan dan mengintegrasikan sistem organisasi dengan teknologi digital baru, daripada keahlian teknis. Di sini, penting untuk tidak hanya bertindak dengan pandangan ke depan dan beradaptasi dengan inovasi, tetapi juga menjadi pelopor inovasi dan mengelola waktu secara efektif sebagai peminat inovasi. Pada titik ini, mottonya adalah "Yang bangun pagi akan lebih dulu." Dalam hal ini, kepemimpinan dipandang sebagai faktor penting dalam mendukung proses manajemen perubahan dalam suatu organisasi sehingga strategi bisnis dapat mencapai keseimbangan optimal yang sesuai untuk transformasi dalam proses transformasi digital.

Mengenai peran manajemen waktu kepemimpinan digital, Willcocks (2024) berpendapat tentang biaya teknologi digital dan berpendapat tentang investasi awal dalam kapabilitas dan platform teknologi untuk transformasi digital. Diklaim bahwa seorang pemimpin digital memiliki peran untuk menginspirasi, menjadi visioner, mengelola ketidakpastian, menjadi inovatif, dan beradaptasi selama transformasi digital. Sebagai refleksi atas dari peran-peran ini, pemimpin digital mengasumsikan peran yang memastikan kematangan digital suatu organisasi

dengan visi dan strategi digitalnya, dan menempatkan orang, penawaran teknologi, dan model bisnis sebagai dasar untuk berpartisipasi dalam proses tersebut (Oberer & Erkollar, 2018). Berdasarkan peran ini, motto lain dari kepemimpinan digital adalah "kekuatan dari persatuan." Secara keseluruhan, Digitalisasi telah mengubah cara organisasi beroperasi, tetapi tidak pernah mengubah organisasi itu sendiri. Yang membantu organisasi mencapai transformasi atau perubahan tersebut adalah visi para pemimpinnya untuk digitalisasi. MIT Sloan Management Review melakukan studi dengan para eksekutif senior. Temuan penelitian menunjukkan bahwa bisnis membutuhkan pemimpin yang mendukung budaya perubahan dan memimpin organisasi untuk mengevaluasi ulang bisnisnya secara digital. Kecerdasan pemimpin digital telah mengemuka tidak hanya sebagai ahli dalam teknologi tetapi juga sebagai elemen kunci untuk masa depan organisasi (Kane et al., 2017)).

Westerman et al. (2014) berfokus pada peran pemimpin dalam mewujudkan transformasi digital dan mendefinisikan pemimpin digital sebagai "individu yang memobilisasi organisasi melalui kesadaran digital dan kekuatan pengaruhnya." Pada saat yang sama, mereka berbicara tentang perlunya perilaku yang dapat dikelola oleh para pemimpin digital untuk transformasi digital organisasi. Tampaknya "perhatian emosional" diperlukan dalam menentukan cara mengatur ulang rencana mereka dengan lebih baik saat kondisi internal dan eksternal yang ada berubah. Pentingnya menciptakan budaya yang tepat dalam menawarkan produk dan layanan yang tepat dalam menghadapi lingkungan yang kompetitif ditekankan. Di negara-negara seperti India, Jepang, Australia, Brasil, Tiongkok, Uni Eropa, dan Amerika Serikat, sebuah studi dilakukan untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan oleh para pemimpin bisnis dan pembuat kebijakan untuk mempercepat pertumbuhan dan daya saing bisnis. Menurut hasil penelitian ini, hampir setengah dari 925 pemimpin peserta menemukan bahwa kurangnya keterampilan digital merupakan faktor penting bagi transformasi dalam proses transformasi digital, dan terlepas dari ukuran perusahaan dan lini bisnis dalam lingkup penelitian, bisnis belum cukup siap untuk transformasi digital (Cortellazzo et al., 2019).

Hasil lain dari penelitian ini adalah, terlepas dari ukuran perusahaan, dampak yang diinginkan belum terbangun dalam tingkat kesadaran manajemen. Seperti diketahui, perubahan organisasi biasanya diprakarsai oleh manajemen puncak. Pertama-tama, mereka perlu menerima perlunya perubahan untuk diri mereka sendiri dan kemudian untuk seluruh organisasi dan membujuk organisasi untuk melakukan perubahan ini. Namun, tidak mudah untuk membujuk baik manajer maupun karyawan. Dalam hal ini, integrasi organisasi ke dalam transformasi menyoroti peran yang lebih penting daripada ukuran ekonomi, yaitu memiliki peluang digital. Kekayaan ekonomi dapat memungkinkan untuk membangun infrastruktur digital. Namun untuk mengoptimalkan teknologi digital yang akan menciptakan nilai, perlu untuk mengintegrasikan budaya dan kompetensi terlebih dahulu. Oleh karena itu, transformasi ini menjanjikan keberhasilan di bawah pemimpin digital yang baik (Qureshi, 2019). Pada titik ini, sangat penting untuk mengungkap peran kepemimpinan digital dalam menyelaraskan strategi bisnis dalam transformasi digital. Pemimpin digital mendukung proses transformasi perusahaan. Ia juga memiliki kekuatan untuk mengoordinasikan dan memprioritaskan upaya transformasi organisasi pra-digital dan mencapai keadaan masa depan yang diinginkan untuk tujuan strategis (Matt et al., 2015).

Juga Khaw et al. (2022) menyoroti dampak kepemimpinan digital pada kinerja berkelanjutan perusahaan. Singkatnya, pemimpin digital sangat penting untuk keberhasilan teknologi digital perusahaan (El Sawy et al., 2016). Namun menurut sebuah studi MIT, hanya 12% dari lebih dari 4.000 organisasi yang disurvei menganggap para pemimpin mereka memiliki pola pikir untuk mendorong perubahan digital. Selain itu, 82% percaya para pemimpin membutuhkan keterampilan digital untuk menghadapi lingkungan persaingan baru, sementara hanya 10% yang setuju bahwa para pemimpin di organisasi mereka memilikinya (Ready et al., 2020).

Saat ini, kondisi pasar yang dinamis dan tidak dapat diprediksi yang ditimbulkan oleh transformasi digital meningkatkan risiko yang terkait dengan pengambilan keputusan strategis yang salah, yang pada gilirannya menyebabkan perubahan dalam strategi perusahaan dan model bisnis. Dampak disrupsi digital ini menimbulkan kesulitan serius bagi perusahaan dalam mengarahkan transformasi strategis. Ketika perusahaan berusaha mendapatkan tempat di lingkungan bisnis yang penuh gejolak, pemimpin yang kuat dibutuhkan untuk memimpin (Kane et al., 2017)

KESIMPULAN

Perubahan organisasi biasanya diprakarsai oleh pemimpin dan manajemen puncak. Oleh karena itu, pemimpin dan manajemen perusahaan harus terlebih dahulu menerima perlunya perubahan bagi diri mereka sendiri dan kemudian bagi seluruh organisasi serta meyakinkan organisasi untuk berubah. Namun, tidak mudah untuk membujuk baik manajer maupun karyawan. Untuk mengoptimalkan teknologi digital yang akan menciptakan nilai, perlu untuk mengintegrasikan budaya dan kompetensi terlebih dahulu. Langkah pertama dari integrasi ini adalah sumber daya manusia. Pada titik ini, perusahaan; disarankan untuk mencari, memilih, dan menempatkan karyawan yang sesuai dengan budaya perusahaan dan budaya digital sejak awal.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara keberhasilan transformasi digital dan peran kepemimpinan digital. Dalam transformasi digital, kepemimpinan digital memiliki peran dalam pengembangan positif hubungan antara proses transformasi digital dan strategi bisnis. Kepemimpinan digital juga harus memahami manajemen perubahan, mengelola orang dari sisi perubahan secara efektif, membantu karyawan beradaptasi dengan teknologi dan alur kerja baru. Kepemimpinan digital didorong untuk memanfaatkan data yang dimiliki organisasi sebagai dasar untuk membuat keputusan strategis dan mendorong kinerja perusahaan yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Avolio, B. J., Kahai, S., & Dodge, G. E. (2000). E-leadership. *The Leadership Quarterly*, 11(4), 615–668. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(00\)00062-X](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(00)00062-X)
- Bonvillian, W. B. (2017). Advanced Manufacturing: A New Policy Challenge. *Annals of Science and Technology Policy*, 1(1), 1–131. <https://doi.org/10.1561/110.000000001>
- Bughin, J., Manyika, J., & Ve Catlin, T. (2020). *Twenty-five Years of Digitalization: Ten Insights on How to Play It*. McKinsey Global Institute (MGI).
- Bukhari, K. (2023). Impact of Technology on Leadership and Governance in Pakistan. *International Journal of Leadership and Governance*, 3(1), 36–47. <https://doi.org/10.47604/ijlg.1927>
- Bukht, R., & Heeks, R. (2018). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *International Organisations Research Journal*, 13(2), 143–172. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07>
- Corey, K. E., Wilson, M. I., & Fan, P. (2014). Cities, Technology, and Economic Change. In R. Paddison & T. Hutton (Eds.), *Cities and Economic Change*. Sage Publications Ltd. .
- Cortellazzo, L., Bruni, E., & Zampieri, R. (2019). The Role of Leadership in a Digitalized World: A Review. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01938>
- Durmaz, O., Hawrami, S. S., & Hamasaeed, A. M. (2022). The suitable leadership for industry 4.0. *Journal of Global Economics and Business*, 3(8), 113–124. <https://doi.org/10.31039/jgeb.v3i8.43>
- Fisk, P. (2002). The Making of a Digital Leader. *Business Strategy Review*, 13(1), 43–50. <https://doi.org/10.1111/1467-8616.00201>

- Gillani, F., Chatha, K. A., Sadiq Jajja, M. S., & Farooq, S. (2020). Implementation of digital manufacturing technologies: Antecedents and consequences. *International Journal of Production Economics*, 229, 107748. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107748>
- Guinan, P. J., Parise, S., & Langowitz, N. (2019). Creating an innovative digital project team: Levers to enable digital transformation. *Business Horizons*, 62(6), 717–727. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.07.005>
- Jain, P. , & Mnjama, N. (2016). *Managing Knowledge Resources and Records in Modern Organisations*. IGI Global.
- Janicki, T., & Goździewska-Nowicka, A. (2018). Digital economy as a strategy of economic development in the 21st century. *Torun Business Review*, 17(1), 1–6.
- Kamal, A. (2022). Strategic Decision Making. In *Research Anthology on Business Continuity and Navigating Times of Crisis* (pp. 554–574). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4503-7.ch027>
- Kane, G., Palmer, D., Phillips, A., Kiron, D., & Buckley, N. (2017). *Achieving Digital Maturity*. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press.
- Khatri, P., & Dutta, S. (2023). Next generation leadership skill set for Industry 4.0. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 11(2), 191. <https://doi.org/10.1504/IJPSPM.2023.129692>
- Khaw, T. Y., Teoh, A. P., Abdul Khalid, S. N., & Letchmunan, S. (2022). The impact of digital leadership on sustainable performance: a systematic literature review. *Journal of Management Development*, 41(9/10), 514–534. <https://doi.org/10.1108/JMD-03-2022-0070>
- Klein, M. (2020). Leadership Characteristics In The Era Of Digital Transformation. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 883–902. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1441>
- Koch, T., & Windsperger, J. (2017). Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy. *Journal of Organization Design*, 6(1), 6. <https://doi.org/10.1186/s41469-017-0016-z>
- Kokot, K., Đunđek Kokotec, I., & Klačmer Čalopa, M. (2023). Digital Leadership and Maturity as a Key to Successful Digital Transformation: Country Case Study of Croatia. *TEM Journal*, 192–199. <https://doi.org/10.18421/TEM121-25>
- Kokot, K., Kokotec, I. D., & Calopa, M. K. (2021). Impact of Leadership on Digital Transformation. *2021 IEEE Technology & Engineering Management Conference - Europe (TEMSCON-EUR)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/TEMSCON-EUR52034.2021.9488620>
- Larjovuori, R. L., Bordi, L., Mäkinen, J. P., & Heikkilä-Tammi, K. (2016). The Role of Leadership and Employee Well-Being in Organisational Digitalisation. In T. Russo-Spena & C. Mele (Eds.), *26th Annual RESER Conference* (pp. 1159–1172).
- Ly, B. (2024). The Interplay of Digital Transformational Leadership, Organizational Agility, and Digital Transformation. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 4408–4427. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01377-8>
- Makedon, V., Krasnikova, N., Krupskyi, O., & Stasiuk, Y. (2022). Arrangement of Digital Leadership Strategy by Corporate Structures: A Review. *Ikonicheski Izsledvania*, 31(8), 19–40.
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Munoz, J. M. (2025). Introduction: digital leadership and a new paradigm. In *Digital Leadership* (pp. 1–7). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035321247.00005>

- Oberer, B., & Erkollar, A. (2018). Leadership 4.0: Digital Leaders in the Age of Industry 4.0. *International Journal of Organizational Leadership*, 7(4), 404–412. <https://doi.org/10.33844/ijol.2018.60332>
- Pedersen, L. H. (2018). Sharpening the Arithmetic of Active Management. *Financial Analysts Journal*, 74(1), 21–36. <https://doi.org/10.2469/faj.v74.n1.4>
- Petry, T. (2018). *Digital Leadership* (pp. 209–218). https://doi.org/10.1007/978-3-319-73546-7_12
- Qiao, G., Li, Y., & Hong, A. (2024). The Strategic Role of Digital Transformation: Leveraging Digital Leadership to Enhance Employee Performance and Organizational Commitment in the Digital Era. *Systems*, 12(11), 457. <https://doi.org/10.3390/systems12110457>
- Qureshi, S. (2019). Perspectives on development: why does studying information and communication technology for development (ICT4D) matter? *Information Technology for Development*, 25(3), 381–389. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1658478>
- Ready, D., Cohen, C., Kiron, D., & Pring, B. (2020). *The New Leadership Playbook for the Digital Age*. MIT Sloan Management Review research.
- Sağbaşı, M., & Erdoğan, F. A. (2022). Digital Leadership: A Systematic Conceptual Literature Review. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(1), 17–36.
- Tanniru, M., Khuntia, J., & Weiner, J. (2018). Hospital Leadership in Support of Digital Transformation. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 1–24. <https://doi.org/10.17705/1pais.10301>
- Taskan, B., Junça-Silva, A., & Caetano, A. (2022). Clarifying the conceptual map of VUCA: a systematic review. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(7), 196–217. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2022-3136>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Westerman, G., Bonnet, D., & Ve McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Manag. Rev*, 55, 1–6.
- Willcocks, L. P. (2024). Automation, digitalization and the future of work: A critical review. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(2), 184–199. <https://doi.org/10.1108/JEBDE-09-2023-0018>
- Yao, Q., Tang, H., Boadu, F., & Xie, Y. (2023). Digital Transformation and Firm Sustainable Growth: The Moderating Effects of Cross-border Search Capability and Managerial Digital Concern. *Journal of the Knowledge Economy*, 14(4), 4929–4953. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-01083-x>
- Yao, Q., Tang, H., Liu, Y., & Boadu, F. (2024). The penetration effect of digital leadership on digital transformation: the role of digital strategy consensus and diversity types. *Journal of Enterprise Information Management*, 37(3), 903–927. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2022-0350>
- Yaroslavovych, M. N., & Nataliya, C. (2023, April). The influence of modern technologies on the effectiveness of management and decision-making in organizations. *Proceedings of the Theoretical and Practical Aspects of Modern Scientific Research Conference*