

Strategi Transformasi Digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Industri Kemasan: Studi Kasus Toko Warsin Jaya = Digital Transformation Strategy in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Packaging Industry: Case Study Toko Warsin Jaya

Alia Mutia Mayanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529579&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya akhir ini membahas tentang strategi transformasi digital pada UMKM industri kemasan dalam hal ini studi kasus penelitian pada Toko Warsin Jaya. Dalam keadaan bisnis sehari-hari, Toko Warsin Jaya menghadapi beberapa tantangan dalam transaksi online. Tantangan yang paling dirasakan yaitu perang harga yang sangat kompetitif antar competitor dan belum adanya integrasi data penjualan online dan offline di internal Toko Warsin Jaya. Disisi lain, faktor eksternal seperti kehidupan setelah COVID19 dan program pemerintah dalam akselerasi UMKM Indonesia dibidang digital juga mendorong Toko Warsin Jaya untuk melakukan transformasi digital. Hal ini menyebabkan Toko Warsin Jaya perlu membuat suatu inovasi produk digital untuk menarik minat pembeli, tidak hanya dari produk utama namun juga dari segi pelayanan dan pengalaman berbelanja konsumen. Oleh karena itu, Toko Warsin Jaya membutuhkan strategi dalam prosesnya bertransformasi digital. Dalam perumusan strategi transformasi digital, penelitian ini menggunakan kerangka kerja Digital Leadership oleh Sunil Gupta yang memiliki empat tahapan secara adaptif dan fleksibel. Penelitian ini juga menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan, dan analisis kondisi ideal transformasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menghasilkan analisis deskriptif untuk penjelasannya. Penelitian ini menghasilkan 17 rekomendasi strategi transformasi digital yang dapat diterapkan oleh Toko Warsin Jaya. Tujuh belas strategi yang dihasilkan ini sudah divalidasi oleh empat orang pakar dibidang digitalisasi dan dapat diimplementasikan secara bertahap pada Toko Warsin Jaya.

.....This final work discusses digital transformation strategies in the packaging industry SMEs, in this case a research case study at Toko Warsin Jaya. In its daily business situation, Toko Warsin Jaya faces several challenges in online transactions. The most felt challenge is the very competitive price war between competitors and the absence of integration of online and offline sales data within the Warsin Jaya Store internally. On the other hand, external factors such as life after COVID-19 and government programs in accelerating Indonesian MSMEs in the digital field have also encouraged Toko Warsin Jaya to carry out digital transformation. This causes Toko Warsin Jaya need to create a digital product innovation to attract buyers, not only from the main product but also in terms of services and consumer shopping experiences. Therefore, Toko Warsin Jaya needs a strategy for its digital transformation process. In formulating a digital transformation strategy, this research uses the Digital Leadership Framework by Sunil Gupta which has four adaptive and flexible stages for MSMEs. This study also analyzes the company's internal and external conditions and analyzes the ideal conditions for digital transformation. This study uses a qualitative approach and produces a descriptive analysis for the explanation. This research produces 17 recommendations for digital transformation strategies that can be implemented for Toko Warsin Jaya. The seventeen strategies that have been produced have been validated by four experts in the field of digitalization and can be implemented in stages at Toko Warsin Jaya.