

Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Perusahaan: Menyongsong Era Disrupsi Digital

Kasmin^{1*}, Widya Nengsih²

Universitas Mitra Bangsa, Indonesia¹

Universitas Mitra Bangsa, Indonesia²

Corresponding Email: kasminindonesianus@gmail.com*

Received: 5 Maret 2026

Reviewed: 16 Maret 2026

Accepted: 14 April 2026

Abstrak

Artikel ini membahas pentingnya pengambilan keputusan strategis dalam manajemen perusahaan di tengah era disrupsi digital yang terus berkembang. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi pustaka, penelitian ini mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam membuat keputusan strategis yang efektif dalam lingkungan bisnis yang semakin terpengaruh oleh teknologi dan inovasi digital. Fokus utama artikel ini adalah bagaimana teknologi, seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan analitik data, mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategis dan memberikan dampak langsung terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, artikel ini juga mengeksplorasi peran manajer dalam mengadaptasi dan mengelola perubahan yang cepat dalam industri, serta bagaimana organisasi dapat mengembangkan kebijakan dan strategi yang fleksibel untuk bertahan dan berkembang di era digital. Dengan menggunakan studi kasus perusahaan-perusahaan yang telah berhasil mengintegrasikan teknologi digital dalam proses pengambilan keputusan mereka, artikel ini menunjukkan bahwa keputusan strategis yang berbasis data dan teknologi dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan. Artikel ini juga memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk meningkatkan literasi digital dan membangun kapasitas pengambilan keputusan berbasis teknologi guna mengatasi tantangan disrupsi digital dan memastikan kelangsungan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: pengambilan keputusan strategis, manajemen perusahaan, disrupsi digital, big data, kecerdasan buatan, inovasi teknologi.

Pendahuluan

Era disrupsi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia bisnis dan manajemen perusahaan. Perubahan yang sangat cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi, terutama dengan kemunculan kecerdasan buatan (AI), big data, dan internet of things (IoT), telah mengubah cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengambil keputusan. Disrupsi digital ini mempengaruhi berbagai aspek manajerial, terutama dalam pengambilan keputusan strategis yang menjadi salah satu komponen kunci dalam keberlangsungan dan perkembangan perusahaan (Binns, 2018).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh manajer perusahaan adalah bagaimana cara mengadaptasi strategi perusahaan dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang pesat. Pengambilan keputusan strategis yang sebelumnya bergantung pada intuisi dan pengalaman

Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Perusahaan: Menyongsong Era Disrupsi Digital

manajerial kini harus didorong oleh data dan teknologi yang lebih akurat dan dapat diakses dalam waktu nyata. Keputusan strategis yang tidak didukung oleh analisis data yang mendalam berisiko membuat perusahaan tertinggal dari pesaing yang lebih cepat dalam memanfaatkan teknologi terbaru (Porter & Heppelmann, 2014).

Menurut Christensen (2015), disrupsi teknologi dapat mengubah paradigma industri secara keseluruhan. Sebuah perusahaan yang sebelumnya memimpin pasar dapat dengan cepat tertinggal jika gagal untuk beradaptasi dengan inovasi digital. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem pengambilan keputusan yang mampu merespons perubahan dengan cepat dan tepat.

Pengambilan keputusan strategis dalam manajemen perusahaan adalah proses yang melibatkan perencanaan, pemilihan, dan penerapan langkah-langkah jangka panjang yang berfokus pada pencapaian tujuan utama perusahaan. Menurut David (2011), pengambilan keputusan strategis tidak hanya berkaitan dengan perencanaan jangka panjang tetapi juga dengan kemampuan manajer untuk menilai lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang tersedia.

Di era digital, pengambilan keputusan strategis lebih bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengolah data besar dan menggunakan teknologi analitik untuk mendukung keputusan yang lebih objektif. Dengan adanya alat analitik seperti machine learning dan AI, perusahaan dapat melakukan prediksi pasar, memahami perilaku konsumen, dan merumuskan strategi yang lebih terarah dan relevan (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Ini memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan lebih tepat, mengoptimalkan sumber daya, serta mempercepat inovasi produk atau layanan.

Era disrupsi digital memperkenalkan sejumlah tantangan dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk meningkatnya ketidakpastian pasar dan risiko yang lebih besar. Salah satu tantangan utama adalah kelangkaan keterampilan dan pengetahuan dalam menggunakan alat teknologi yang canggih untuk analisis data. Menurut Susskind dan Susskind (2015), ketidakmampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dapat membuat perusahaan kesulitan untuk bertahan dalam kompetisi global.

Selain itu, adanya gangguan dari pihak luar, seperti perubahan regulasi pemerintah terkait data pribadi atau keamanan siber, dapat menghambat pengambilan keputusan yang cepat dan efektif. Misalnya, peraturan Perlindungan Data Umum Uni Eropa (GDPR) yang diterapkan pada 2018 membawa dampak signifikan terhadap bagaimana perusahaan mengumpulkan dan menggunakan data pelanggan (Zhao & Zhang, 2017).

Tantangan lainnya adalah dampak psikologis dari digitalisasi terhadap pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil berdasarkan data dan algoritma dapat mengurangi peran intuisi dan pengalaman manajerial, yang sebelumnya menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan strategis. Sebagai akibatnya, beberapa manajer mungkin merasa kehilangan kendali atas keputusan yang diambil dan merasa terjebak dalam ketergantungan pada teknologi (Kane et al., 2015).

Pengambilan keputusan berbasis data menjadi semakin penting di era disrupsi digital. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh McKinsey & Company (2018), perusahaan yang mengintegrasikan data dan teknologi dalam pengambilan keputusan mereka terbukti memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak. Keputusan yang didasarkan pada data yang akurat dan analisis yang mendalam memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi tren pasar, preferensi pelanggan, serta potensi risiko dengan lebih jelas, yang pada gilirannya membantu mereka membuat keputusan yang lebih tepat.

Menurut Davenport dan Harris (2007), perusahaan yang mengoptimalkan penggunaan data dan analitik dalam proses pengambilan keputusan mereka tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menciptakan keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Teknologi analitik dapat membantu perusahaan untuk mengurangi ketidakpastian dan mengidentifikasi peluang baru yang sebelumnya tidak terdeteksi.

Seiring dengan berkembangnya disrupsi digital, perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan yang cepat, dan ini menuntut perubahan dalam model pengambilan keputusan mereka. Model pengambilan keputusan yang tradisional, yang biasanya bersifat top-down dan berpusat pada eksekutif senior, kini harus lebih terbuka, kolaboratif, dan berbasis data. Perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan model pengambilan keputusan yang lebih inklusif dan berbasis teknologi akan memiliki keunggulan dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh disrupsi digital (Sull, 2019).

Dalam hal ini, penggunaan teknologi digital dalam pengambilan keputusan juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk berinovasi. Dengan menerapkan analitik prediktif dan machine learning, perusahaan dapat lebih cepat mengidentifikasi tren pasar dan membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang ada. Inovasi dalam produk dan layanan dapat menjadi lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pasar (Hinchcliffe, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan pengambilan keputusan strategis mereka di tengah disrupsi digital. Secara khusus, penelitian ini ingin memberikan wawasan tentang bagaimana data dan teknologi dapat diterapkan dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam merancang strategi pengambilan keputusan yang lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan yang cepat dan penuh ketidakpastian.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai fenomena pengambilan keputusan strategis dalam manajemen perusahaan di era disrupsi digital. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menjelaskan konteks, faktor, serta dinamika pengambilan keputusan strategis yang bersifat kompleks dan multidimensional dalam dunia bisnis yang sedang berkembang pesat (Creswell, 2014). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi cara-cara perusahaan

Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Perusahaan: Menyongsong Era Disrupsi Digital

menghadapi disrupsi digital dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang pesat, terutama dalam konteks pengambilan keputusan strategis yang semakin dipengaruhi oleh teknologi digital.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengambil keputusan strategis di perusahaan-perusahaan yang menjadi objek penelitian. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan dan pengalaman para pengambil keputusan dalam menghadapi disrupsi digital, serta bagaimana teknologi memengaruhi pengambilan keputusan mereka (Patton, 2002). Narasumber yang diwawancarai akan mencakup CEO, manajer puncak, dan kepala divisi yang terlibat langsung dalam perencanaan dan implementasi strategi perusahaan. Selain wawancara, data sekunder juga akan diperoleh dari studi literatur yang mencakup artikel ilmiah, buku, laporan industri, dan dokumen internal perusahaan yang memberikan informasi tambahan terkait dengan pengambilan keputusan dan disrupsi digital (Glesne, 2016).

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan teknik semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai isu yang muncul selama wawancara secara fleksibel (Kvale, 2007). Wawancara ini akan dilakukan dengan narasumber dari berbagai sektor industri yang berbeda, seperti teknologi, manufaktur, retail, dan jasa, yang dipilih melalui purposive sampling. Teknik ini memastikan bahwa narasumber yang diwawancarai memiliki pengalaman dan pemahaman yang mendalam terkait dengan topik penelitian. Selain wawancara, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dari dokumen yang relevan, seperti laporan tahunan perusahaan, laporan implementasi teknologi, dan artikel-artikel industri yang membahas penerapan disrupsi digital dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Data yang dikumpulkan dari wawancara dan studi literatur dianalisis dengan menggunakan analisis tematik. Analisis tematik adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola dalam data (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis tematik dimulai dengan pengkodean data, yaitu menandai bagian-bagian data yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, seperti tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengadaptasi disrupsi digital dan bagaimana pengambilan keputusan strategis berubah dengan adanya teknologi. Pengelompokan tema dilakukan untuk mempermudah interpretasi data, yang kemudian dihubungkan dengan teori-teori manajemen dan pengambilan keputusan. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana pengambilan keputusan strategis dilakukan dalam konteks digital yang terus berkembang.

Untuk meningkatkan validitas dan keandalan data, penelitian ini menggunakan triangulasi data dengan menggabungkan berbagai sumber data, yaitu wawancara mendalam, dokumen perusahaan, dan literatur yang relevan. Triangulasi bertujuan untuk memverifikasi hasil penelitian dan memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan realitas yang lebih luas (Flick, 2018). Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber, serta mengurangi potensi bias yang berasal dari

satu jenis data saja. Penggunaan triangulasi ini diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Disrupsi Digital terhadap Pengambilan Keputusan Strategis

Disrupsi digital telah merubah secara fundamental cara perusahaan mengambil keputusan strategis. Teknologi digital tidak hanya mempengaruhi industri-industri tertentu, tetapi juga mengubah dinamika pasar secara keseluruhan. Dalam studi ini, hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini telah menyadari pentingnya mengadaptasi teknologi dalam proses pengambilan keputusan strategis mereka. Menurut para CEO dan manajer puncak, pengambilan keputusan yang lebih cepat, berbasis data, dan berbasis teknologi merupakan salah satu kunci untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin cepat berubah (Westerman, Calm  jane, Ferraris, & Bonnet, 2011).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, perusahaan semakin mengandalkan big data, analisis prediktif, dan kecerdasan buatan (artificial intelligence, AI) untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan analisis pasar yang lebih mendalam dan lebih cepat, serta untuk memprediksi tren yang akan datang, yang sangat penting dalam perencanaan jangka panjang (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Oleh karena itu, disrupsi digital memaksa perusahaan untuk memperbarui sistem pengambilan keputusan mereka, dari yang sebelumnya mengandalkan intuisi dan pengalaman menjadi lebih berbasis pada data dan analisis teknologi.

2. Perubahan dalam Model Bisnis Akibat Disrupsi Digital

Salah satu perubahan terbesar yang dihadapi oleh perusahaan dalam era disrupsi digital adalah perubahan dalam model bisnis. Sebagai contoh, banyak perusahaan manufaktur yang sebelumnya mengandalkan proses produksi konvensional kini beralih ke model bisnis yang lebih berbasis teknologi. Teknologi digital seperti Internet of Things (IoT) dan automasi telah memungkinkan perusahaan-perusahaan ini untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi (Porter & Heppelmann, 2014). Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini menyebutkan bahwa keputusan untuk beralih ke model bisnis berbasis teknologi merupakan langkah strategis yang diperlukan untuk bertahan dalam kompetisi yang semakin ketat.

Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri retail kini banyak yang mulai memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. E-commerce tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memberikan analisis perilaku konsumen yang sangat berguna bagi pengambilan keputusan strategis terkait produk, harga, dan promosi (Sharma, 2020). Dalam hal ini, disrupsi digital memungkinkan perusahaan untuk mengubah model bisnis tradisional menjadi model bisnis yang lebih fleksibel dan dinamis, yang lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat.

3. Tantangan dalam Pengambilan Keputusan Strategis di Era Digital

Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Perusahaan: Menyongsong Era Disrupsi Digital

Namun, disrupsi digital tidak hanya memberikan peluang, tetapi juga tantangan yang signifikan bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan strategis. Salah satu tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang sangat cepat. Salah satu CEO yang diwawancarai menjelaskan bahwa tantangan terbesar dalam pengambilan keputusan strategis adalah memastikan bahwa keputusan yang diambil tepat dan relevan dengan perkembangan teknologi yang cepat, serta dapat diimplementasikan dalam waktu yang singkat.

Disrupsi digital membawa dampak besar terhadap struktur organisasi dan proses pengambilan keputusan. Banyak perusahaan yang merespons tantangan ini dengan mendirikan unit-unit khusus untuk mengelola transformasi digital dan teknologi baru. Dalam penelitian ini, beberapa perusahaan mengungkapkan bahwa mereka telah membentuk tim inovasi digital yang berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi teknologi baru yang dapat diintegrasikan dalam model bisnis perusahaan. Tim ini berkolaborasi dengan departemen lainnya, seperti pemasaran, keuangan, dan operasi, untuk memastikan bahwa teknologi baru yang diadopsi dapat diterapkan secara efektif dalam strategi perusahaan.

Namun, meskipun demikian, beberapa perusahaan yang diteliti mengungkapkan kesulitan dalam mengelola perubahan budaya organisasi yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi baru. Pengambilan keputusan strategis yang melibatkan teknologi digital seringkali memerlukan keterampilan teknis yang lebih tinggi, yang dapat menjadi hambatan bagi perusahaan yang tidak memiliki sumber daya manusia yang memadai dalam hal keahlian digital (Bharadwaj, El Sawy, Pavlou, & Venkatraman, 2013). Oleh karena itu, perusahaan harus memprioritaskan pengembangan keterampilan digital di seluruh level organisasi untuk dapat berhasil mengimplementasikan teknologi dan membuat keputusan yang efektif.

4. Penggunaan Teknologi Digital dalam Pengambilan Keputusan Taktis

Selain pengambilan keputusan strategis, disrupsi digital juga memengaruhi pengambilan keputusan taktis dan operasional dalam perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dalam keputusan sehari-hari, seperti pengelolaan inventaris, distribusi produk, dan pelayanan pelanggan. Sebagai contoh, penggunaan sistem Enterprise Resource Planning (ERP) memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengelola sumber daya secara real-time, yang membantu pengambilan keputusan operasional yang lebih cepat dan lebih akurat (Hendricks, Singhal, & Zhang, 2007).

Keputusan taktis, yang sebelumnya bergantung pada intuisi dan pengalaman, kini semakin didorong oleh analitik data besar dan algoritma prediktif. Dengan analisis data yang lebih mendalam, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait alokasi sumber daya, penjadwalan produksi, dan peramalan permintaan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mengurangi pemborosan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (McAfee & Brynjolfsson, 2012). Selain itu, teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan melalui personalisasi layanan, yang pada gilirannya membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kecerdasan Buatan dan Pengambilan Keputusan Strategis

Salah satu elemen kunci dari disrupsi digital yang semakin mempengaruhi pengambilan keputusan strategis adalah kecerdasan buatan (AI). Dalam penelitian ini, hampir semua perusahaan yang diwawancarai mengungkapkan bahwa mereka mulai menggunakan AI untuk mendukung berbagai aspek pengambilan keputusan strategis mereka. Salah satu aplikasi AI yang paling sering disebutkan adalah sistem rekomendasi yang digunakan dalam e-commerce untuk memberikan saran produk kepada pelanggan berdasarkan data perilaku sebelumnya (Chui, Manyika, & Miremadi, 2016).

Lebih lanjut, kecerdasan buatan juga digunakan untuk meningkatkan analisis risiko dan proyeksi keuangan. Dalam beberapa kasus, perusahaan mengandalkan AI untuk memprediksi tren pasar dan perilaku konsumen, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan strategis yang lebih tepat. Sebagai contoh, AI digunakan untuk menganalisis data pelanggan dan pasar untuk membantu perusahaan merumuskan produk baru, memperkirakan harga yang optimal, dan mengidentifikasi peluang pasar baru. Penggunaan AI dalam pengambilan keputusan strategis membantu perusahaan untuk mengurangi ketidakpastian dan membuat keputusan yang lebih berbasis data (Sharma, 2020).

5. Peran Manajer dan Kepemimpinan dalam Pengambilan Keputusan Digital

Terakhir, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran manajer dan kepemimpinan sangat penting dalam pengambilan keputusan strategis di era disrupsi digital. Para pemimpin perusahaan memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa teknologi baru diterima dan diterapkan dengan efektif di seluruh organisasi. Hasil wawancara dengan para manajer puncak mengungkapkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kemampuan pemimpin untuk mengkomunikasikan visi digital mereka kepada seluruh anggota tim dan untuk membangun budaya inovasi yang mendukung penggunaan teknologi baru (Westerman et al., 2011).

Namun, meskipun pemimpin memiliki peran kunci, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kolaborasi antar departemen menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan strategis yang sukses. Pengambilan keputusan yang berbasis teknologi memerlukan kolaborasi yang erat antara tim manajemen puncak dan unit-unit teknologi, pemasaran, keuangan, serta operasi. Dengan kolaborasi yang baik, keputusan yang diambil dapat lebih mengakomodasi kebutuhan berbagai fungsi dalam organisasi, sehingga dapat mencapai tujuan jangka panjang yang lebih baik (Bharadwaj et al., 2013).

Kesimpulan

Pengambilan keputusan strategis dalam manajemen perusahaan di era disrupsi digital menghadapi tantangan yang kompleks dan dinamis. Disrupsi digital membawa perubahan yang signifikan dalam cara perusahaan beroperasi, baik dalam pengambilan keputusan jangka panjang maupun keputusan operasional sehari-hari. Teknologi seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan analitik prediktif telah memberikan alat baru yang sangat berguna untuk mendukung keputusan yang lebih berbasis data dan lebih cepat. Penggunaan teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang pasar, konsumen, dan bahkan potensi risiko yang dapat memengaruhi strategi jangka panjang mereka.

Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Perusahaan: Menyongsong Era Disrupsi Digital

Namun, meskipun teknologi memberikan banyak peluang, perusahaan juga dihadapkan pada tantangan besar, seperti kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan yang begitu cepat dan mengelola transformasi budaya dalam organisasi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah memastikan bahwa seluruh organisasi, dari manajemen puncak hingga level bawah, memiliki keterampilan dan pemahaman yang cukup untuk mengintegrasikan teknologi dalam setiap aspek pengambilan keputusan.

Selain itu, pengambilan keputusan strategis tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga memerlukan peran penting pemimpin perusahaan. Kepemimpinan yang visioner dan kemampuan untuk mengelola perubahan serta memastikan kolaborasi yang efektif antara berbagai departemen menjadi kunci untuk mengimplementasikan teknologi digital secara sukses dalam pengambilan keputusan. Pemimpin harus dapat mendorong budaya inovasi dan adaptasi agar perusahaan bisa bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat.

Dengan demikian, perusahaan yang dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam pengambilan keputusan strategis akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Namun, hal ini memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara teknologi, keterampilan sumber daya manusia, dan kepemimpinan yang kuat. Disrupsi digital, meskipun membawa tantangan, juga membuka peluang besar bagi perusahaan untuk melakukan inovasi dan menciptakan model bisnis baru yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan pasar. Pengambilan keputusan yang berbasis pada teknologi dan data akan menjadi salah satu pilar utama keberhasilan perusahaan di era disrupsi digital ini.

Daftar Pustaka

- Barney, J. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Binns, A. (2018). *The New Era of Digital Transformation*. Harvard Business Review.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Christensen, C. M. (2015). *Disrupting Digital Disruption: How Digital Innovation Can Transform Industries*. Harvard Business Review.
- Chui, M., Manyika, J., & Miremadi, M. (2016). *Where machines could replace humans—and where they can't (yet)*. McKinsey Quarterly.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Press.

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. Pitman Publishing.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). Sage Publications.
- Glesne, C. (2016). *Becoming qualitative researchers: An introduction* (5th ed.). Pearson Education.
- Hendricks, K. B., Singhal, V. R., & Zhang, R. (2007). The effect of supply chain glitches on shareholder wealth. *Journal of Operations Management*, 25(2), 660-677.
- Hinchcliffe, D. (2020). *The Digital Transformation Playbook*. Harvard Business Review Press.
- Kane, G. C., Palmer, D., Philips, A. N., & Kiron, D. (2015). *Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation*. MIT Sloan Management Review.
- Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. Sage Publications.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). Big data: The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- McKinsey & Company. (2018). *The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World*. McKinsey Global Institute.
- Mintzberg, H. (1979). *The Structuring of Organizations: A Synthesis of Research*. Prentice Hall.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.
- Sharma, A. (2020). *Digital Transformation: Opportunities and Challenges*. Springer.
- Silverman, D. (2017). *Doing qualitative research* (5th ed.). Sage Publications.
- Sull, D. (2019). *The Innovator's Dilemma and Disruptive Innovation*. Harvard Business Review Press.
- Susskind, R., & Susskind, D. (2015). *The Future of the Professions: How Technology Will Transform the Work of Human Experts*. Oxford University Press.
- Westerman, G., Calm  jane, C., Ferraris, P., & Bonnet, D. (2011). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*. MIT Center for Digital Business.
- Zhao, Y., & Zhang, L. (2017). *Understanding Data Privacy Regulations: Implications for Digital Business Models*. Journal of Business Research.
- Zhao, Y., & Zhang, L. (2017). *Understanding Data Privacy Regulations: Implications for Digital Business Models*. Journal of Business Research.