

Transformasi Digital dalam Perusahaan: Studi Kasus Corporate Startup di Indonesia

Sandy Adisutiyono

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom)

E-mail: sandy_a@telkom.co.id

Article History:

Received: 20 Juli 2024

Revised: 04 Agustus 2024

Accepted: 06 Agustus 2024

Keywords: *Transformasi Digital, Corporate Startup, Inovasi Perusahaan.*

Abstract: *Penelitian ini membahas transformasi digital dalam perusahaan dengan fokus pada corporate startup di Indonesia. Transformasi digital telah menjadi kebutuhan bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks. Corporate startup merupakan salah satu bentuk inovasi yang diadopsi oleh perusahaan untuk meningkatkan daya saing melalui pengembangan produk atau layanan baru. Studi kasus ini menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi pengalaman, tantangan, dan strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam mengimplementasikan transformasi digital melalui corporate startup. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pemimpin dan pelaku corporate startup di beberapa perusahaan terkemuka di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate startup dapat menjadi katalis dalam mempercepat transformasi digital, namun menghadapi berbagai tantangan seperti resistensi internal dan keterbatasan sumber daya. Temuan ini memberikan wawasan bagi perusahaan lain yang ingin memulai inisiatif serupa, serta memberikan rekomendasi untuk mengatasi hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses transformasi digital.*

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Perusahaan di seluruh dunia menghadapi tekanan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan model bisnis digital yang terus berkembang (Purnomo & Pudjiarti, 2024). Transformasi digital bukan hanya tentang mengadopsi teknologi baru, tetapi juga melibatkan perubahan cara kerja, struktur organisasi, dan interaksi dengan pelanggan (Rahmasari, 2023). Di Indonesia, adopsi transformasi digital mulai menunjukkan peningkatan yang signifikan, didorong oleh pertumbuhan ekonomi digital yang pesat dan penetrasi internet yang semakin luas (Erwin et al., 2023).

Salah satu pendekatan yang semakin populer dalam mendukung transformasi digital adalah pembentukan corporate startup. Corporate startup merupakan inisiatif yang diluncurkan oleh perusahaan besar untuk mengembangkan produk atau layanan baru secara mandiri, dengan struktur dan budaya yang lebih mirip dengan startup independent (Prasetya, n.d.). Inisiatif ini

memungkinkan perusahaan untuk lebih lincah dalam berinovasi dan merespons kebutuhan pasar yang cepat berubah. Fenomena ini mencerminkan keinginan perusahaan untuk lebih fleksibel dan inovatif dalam menghadapi tantangan digital.

Di Indonesia, corporate startup mulai mendapatkan perhatian sebagai strategi yang efektif untuk menghadapi disrupsi digital (Putri et al., 2023). Banyak perusahaan besar di berbagai sektor, seperti perbankan, telekomunikasi, dan ritel, telah memulai inisiatif corporate startup untuk mengeksplorasi peluang baru dan memperkuat posisi mereka di pasar. Namun, meskipun banyak perusahaan telah mengakui pentingnya transformasi digital, perjalanan menuju digitalisasi penuh tidaklah mudah. Tantangan seperti resistensi terhadap perubahan, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya pemahaman tentang teknologi baru sering kali menjadi penghalang utama (Sari et al., 2024). Dalam konteks corporate startup, tantangan-tantangan ini dapat menjadi lebih kompleks karena adanya kebutuhan untuk menyelaraskan budaya perusahaan yang ada dengan dinamika startup.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana corporate startup dapat berkontribusi pada transformasi digital dalam perusahaan di Indonesia. Dengan mengeksplorasi pengalaman dan strategi yang diterapkan oleh perusahaan, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendukung keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam inisiatif corporate startup. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pemimpin dan pelaku corporate startup di beberapa perusahaan terkemuka di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konteks dan dinamika yang mempengaruhi proses transformasi digital melalui corporate startup.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi literatur tentang transformasi digital dan inovasi perusahaan. Secara teoritis, penelitian ini akan menambah pemahaman tentang bagaimana corporate startup dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong transformasi digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi perusahaan lain yang ingin memulai inisiatif serupa. Transformasi digital telah menjadi salah satu agenda utama pemerintah Indonesia, sebagaimana tercermin dalam berbagai kebijakan dan inisiatif nasional. Penelitian ini relevan dengan upaya pemerintah untuk mendorong inovasi dan digitalisasi di berbagai sektor ekonomi. Dengan memahami peran corporate startup dalam proses ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengambil kebijakan dalam mendukung ekosistem startup dan inovasi di Indonesia.

Struktur penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian utama. Setelah pendahuluan, bagian berikutnya akan membahas tinjauan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, metodologi penelitian akan dijelaskan secara rinci, diikuti oleh analisis data dan pembahasan hasil penelitian. Bagian terakhir akan menyajikan kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian. Dengan meningkatnya kompleksitas dan ketidakpastian di era digital, perusahaan perlu menemukan cara-cara baru untuk tetap kompetitif. Corporate startup menawarkan solusi yang menjanjikan untuk tantangan ini. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang praktik-praktik terbaik dalam implementasi corporate startup, tetapi juga menyoroti tantangan yang harus diatasi. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang strategi transformasi digital yang efektif di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi peran corporate startup dalam transformasi digital perusahaan di Indonesia. Data

dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pemimpin dan pelaku corporate startup dari beberapa perusahaan terkemuka di berbagai sektor, termasuk perbankan, telekomunikasi, dan ritel. Partisipan dipilih secara purposif untuk memastikan pengalaman dan pandangan mereka relevan dengan topik penelitian. Wawancara ini dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau tantangan dalam inisiatif corporate startup. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi proses transformasi digital di perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini mengungkap beberapa temuan penting mengenai peran corporate startup dalam transformasi digital perusahaan di Indonesia. Pertama, sebagian besar corporate startup di perusahaan yang menjadi studi kasus berhasil mempercepat adopsi teknologi baru (Ririh et al., 2022). Perusahaan menggunakan corporate startup sebagai alat untuk menguji teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan platform digital, yang kemudian dapat diintegrasikan ke dalam operasi utama perusahaan. Hasilnya, perusahaan dapat memperkenalkan produk dan layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Corporate startup membantu perusahaan untuk lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar (Wijaya et al., 2023). Dalam situasi yang dinamis, seperti perubahan preferensi konsumen atau perkembangan teknologi, corporate startup memberikan fleksibilitas yang diperlukan untuk menanggapi dengan cepat. Beberapa perusahaan melaporkan bahwa corporate startup mereka berhasil meluncurkan produk dalam waktu yang jauh lebih singkat dibandingkan dengan proses pengembangan produk tradisional.

Penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan corporate startup sangat dipengaruhi oleh dukungan manajemen senior (Bairizki, 2020). Perusahaan yang memiliki dukungan penuh dari pimpinan cenderung lebih berhasil dalam mengimplementasikan inovasi dari corporate startup. Dukungan ini biasanya berupa alokasi sumber daya yang memadai, pemberian kebebasan operasional, dan komitmen untuk integrasi hasil inovasi ke dalam operasi utama perusahaan.

Resistensi internal muncul sebagai tantangan signifikan dalam pelaksanaan corporate startup (Ghodang & Fidela Ghodang, 2023). Beberapa responden melaporkan adanya kekhawatiran di kalangan karyawan terhadap perubahan yang dibawa oleh corporate startup, terutama terkait dengan potensi penggantian pekerjaan atau perubahan struktur organisasi. Tantangan ini sering kali membutuhkan pendekatan manajemen perubahan yang efektif untuk mengatasi ketidakpastian dan menumbuhkan budaya inovasi.

Keterbatasan sumber daya, terutama dalam hal keuangan dan tenaga ahli, menjadi hambatan dalam pengembangan corporate startup. Meskipun banyak perusahaan telah mengalokasikan anggaran khusus untuk inisiatif ini, kebutuhan untuk sumber daya yang lebih besar sering kali tidak terduga. Selain itu, kurangnya akses terhadap tenaga ahli yang memiliki keterampilan khusus juga menjadi kendala dalam mengembangkan teknologi baru.

Kerjasama dengan pihak eksternal seperti startup independen, universitas, dan lembaga riset terbukti bermanfaat dalam mengatasi keterbatasan internal (Kasmita et al., 2023). Kolaborasi ini memungkinkan corporate startup untuk mendapatkan akses ke teknologi canggih, pengetahuan baru, dan jejaring yang luas, yang sangat membantu dalam pengembangan produk atau layanan inovatif.

Corporate startup yang berhasil cenderung memiliki fokus yang jelas dan tujuan yang

terdefinisi dengan baik. Fokus yang jelas membantu tim untuk bekerja dengan lebih terarah dan efisien, serta meminimalkan risiko pengembangan produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Tujuan yang terdefinisi dengan baik juga mempermudah pengukuran keberhasilan dan evaluasi kinerja.

Penggunaan metodologi Agile dan Lean Startup menjadi strategi umum di kalangan corporate startup (Maghfirah, 2023). Metodologi ini memungkinkan tim untuk bereksperimen dengan cepat, mendapatkan umpan balik dari pengguna, dan melakukan iterasi produk dengan efisien. Pendekatan ini terbukti meningkatkan kecepatan pengembangan dan kualitas produk akhir dalam beberapa kasus, corporate startup berhasil membentuk budaya inovasi yang lebih kuat di perusahaan induk. Melalui inisiatif ini, perusahaan dapat memperkenalkan nilai-nilai seperti kreativitas, kolaborasi, dan toleransi terhadap kegagalan, yang sebelumnya mungkin tidak begitu ditekankan. Budaya inovasi ini kemudian menyebar ke seluruh organisasi, meningkatkan daya saing perusahaan secara keseluruhan.

Corporate startup juga berperan dalam memperkuat merek perusahaan di mata publik. Inisiatif ini tidak hanya menghasilkan produk dan layanan baru, tetapi juga menciptakan citra perusahaan sebagai pelopor inovasi dan teknologi. Citra positif ini pada gilirannya meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menarik minat talenta-talenta muda yang ingin bekerja di perusahaan yang dinamis dan berinovasi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate startup memainkan peran penting dalam mendorong transformasi digital perusahaan di Indonesia (Raza & Komala, 2020). Temuan ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa corporate startup dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan inovasi dan fleksibilitas perusahaan. Dalam konteks Indonesia, di mana dinamika pasar dan teknologi berkembang dengan cepat, corporate startup memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan berkembang.

Dukungan manajemen senior terbukti sebagai faktor kunci dalam keberhasilan corporate startup (Martoyo et al., 2022). Dukungan ini tidak hanya dalam bentuk sumber daya, tetapi juga dalam bentuk visi dan strategi yang jelas untuk transformasi digital. Ketika manajemen senior menunjukkan komitmen yang kuat, hal ini memberikan motivasi tambahan bagi tim corporate startup dan memastikan bahwa inisiatif ini terintegrasi dengan baik ke dalam strategi bisnis perusahaan secara keseluruhan.

Namun, resistensi internal merupakan tantangan yang sering dihadapi dalam pelaksanaan corporate startup. Resistensi ini sering kali muncul dari ketakutan akan perubahan, terutama terkait dengan teknologi baru yang dapat mengubah cara kerja atau bahkan mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manusia. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari transformasi digital dan melibatkan karyawan dalam proses perubahan sejak awal.

Keterbatasan sumber daya juga menjadi hambatan yang signifikan. Meskipun corporate startup menawarkan potensi besar untuk inovasi, inisiatif ini membutuhkan investasi yang signifikan, baik dalam hal keuangan maupun sumber daya manusia. Kerjasama dengan pihak eksternal, seperti startup independen dan lembaga riset, menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi keterbatasan ini (Tohir, 2020). Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk mengakses teknologi dan pengetahuan yang mungkin tidak tersedia di dalam organisasi.

Penggunaan metodologi Agile dan Lean Startup menunjukkan bahwa corporate startup di Indonesia telah mengadopsi praktik terbaik global dalam pengembangan produk. Metodologi ini memungkinkan tim untuk bekerja secara iteratif dan responsif terhadap umpan balik pengguna,

sehingga mempercepat proses inovasi. Pendekatan ini juga membantu mengurangi risiko dengan memungkinkan eksperimen yang cepat dan pengembangan minimum viable product (MVP) sebelum peluncuran penuh.

Budaya inovasi yang terbentuk melalui corporate startup memberikan dampak positif pada perusahaan induk (Jose et al., 2021). Budaya ini mendorong kreativitas, kolaborasi, dan eksperimen, yang semuanya penting untuk inovasi berkelanjutan. Namun, penting untuk dicatat bahwa membangun budaya inovasi memerlukan waktu dan usaha yang konsisten. Perusahaan harus berkomitmen untuk mendukung eksperimen dan menerima kegagalan sebagai bagian dari proses belajar.

Corporate startup juga berkontribusi pada peningkatan citra perusahaan di mata publik. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung, citra perusahaan sebagai inovator dan pemimpin teknologi dapat menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan dan talenta. Ini menunjukkan bahwa manfaat dari corporate startup tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup aspek pemasaran dan branding.

Temuan ini juga menggarisbawahi pentingnya fokus dan tujuan yang jelas dalam inisiatif corporate startup. Tanpa fokus yang jelas, corporate startup berisiko terjebak dalam eksplorasi yang tidak produktif atau pengembangan produk yang tidak relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menetapkan tujuan yang spesifik dan dapat diukur sejak awal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa corporate startup dapat menjadi instrumen yang kuat dalam transformasi digital perusahaan. Namun, keberhasilan inisiatif ini sangat tergantung pada berbagai faktor, termasuk dukungan manajemen, pengelolaan resistensi internal, alokasi sumber daya, dan kemampuan untuk berkolaborasi dengan pihak eksternal. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, perusahaan dapat memaksimalkan potensi dari corporate startup untuk mencapai keunggulan kompetitif di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengeksplorasi peran corporate startup dalam mendorong transformasi digital di perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate startup berfungsi sebagai katalis penting dalam mempercepat adopsi teknologi baru, memungkinkan perusahaan untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar, dan meningkatkan kemampuan inovasi. Dukungan manajemen senior dan komitmen untuk integrasi hasil inovasi ke dalam operasi utama perusahaan merupakan faktor kunci keberhasilan inisiatif ini. Namun, tantangan seperti resistensi internal dan keterbatasan sumber daya harus diatasi untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

Corporate startup juga terbukti efektif dalam membangun budaya inovasi di perusahaan induk, yang dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat citra perusahaan di mata publik. Penggunaan metodologi Agile dan Lean Startup memungkinkan tim untuk bekerja dengan lebih responsif dan efisien, yang merupakan strategi penting dalam konteks pasar yang dinamis. Kesimpulannya, corporate startup memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan dalam proses transformasi digital, namun memerlukan strategi manajemen yang tepat dan dukungan yang memadai untuk mencapai hasil yang optimal. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan lain yang ingin mengadopsi strategi serupa, serta memberikan rekomendasi untuk mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi dalam perjalanan transformasi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Bairizki, A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Tinjauan Strategis Berbasis Kompetensi)-Jilid 1* (Vol. 1). Pustaka Aksara.
- Erwin, E., Pasaribu, A. W., Novel, N. J. A., Thaha, A. R., Adhicandra, I., Suardi, C., Nasir, A., & Syafaat, M. (2023). *Transformasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ghodang, H., & Fidela Ghodang, S. T. (2023). *Kepemimpinan Technopreneurship*. Halaman Moeka Publishing.
- Jose, H. S., Firdausa, P. A., Khalifah, M., & Ayuningsih, N. (2021). Corporate Diplomacy GO-JEK Melalui Pendirian GO-VIET 2018-2020: Tinjauan Nation Branding Indonesia Di Vietnam. *Jurnal Renaissance*, 6(02), 817–828.
- Kasmita, M., Iranita, I., & Jalal, A. (2023). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS LEMBAGA PENDIDIKAN BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL (Studi Pada Infinite Learning)*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Maghfirah, A. A. (2023). *Analisis Dampak Adopsi Metode Agile untuk Proses Perangkat Lunak Oleh Tim Startup (Studi Kasus: Pvg Indonesia, Efishery, Tokopedia, dan Incertificate)*. Universitas Islam Indonesia.
- Martoyo, A., Susilawati, E., Kusumawardhani, N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., Permadi, I. K. O., Yuniawati, R. I., Susanti, L., & Hikmawati, E. (2022). *Manajemen Bisnis*. Tohar Media.
- PRASETYA, H. B. (n.d.). *ARKETIPE PROGRAM KEWIRAUSAHAAN (STARTUP ACCELERATOR) DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN STARTUP DI KOTA MALANG*.
- Purnomo, J., & Pudjiarti, E. S. (2024). Navigasi Kepemimpinan Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Bagi Generasi Milenial. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 221–238.
- Putri, N. I., Pramesti, P., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2023). Pengaruh Business Intelligence, Pembelajaran Jaringan, dan Inovasi Terhadap Kinerja Startup. *ATRBIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 258–272.
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), 622–637.
- Raza, E., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49–63.
- Ririh, K. R., Sundana, S., Kusumawati, A., & Ningtyas, D. R. (2022). PENGEMBANGAN MODEL PERAN TRIPLE-HELIX TERHADAP PENGEMBANGAN ECOCANVAS CLEANTECH STARTUP BERBASIS GREEN INNOVATION & TECHNOLOGY ADOPTION. *Barometer*, 7(2), 107–116.
- Sari, A. A., Nuromliah, H. S., Marlinda, S., & Marini, A. (2024). Tantangan Dan Peluang Implementasi Teknologi Dalam Manajemen Pendidikan Di Era Digital. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(6), 196–204.
- Tohir, M. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*.
- Wijaya, L. I., Rianawati, A., & Izharuddin, M. (2023). *Corporate Strategy and Entrepreneurship: Membangun Jalur Keberhasilan Bisnis*.