

JURNAL ZONA MANAJEMEN

P- ISSN: 2087-6998 E-ISSN: 2721-6373

Homepage: <http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/manajemen>**PERAN MANAJEMEN STRATEGI BAGI PERUSAHAAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0**Rahman Efandi^{1*}, Sarmini², Sri Yanti³, Ngaliman⁴^{1,2,3,4}Program Studi Magister Manajemen, Universitas BatamCorresponding author: efandirahman@gmail.com | Phone Number: 082234564202**ARTICLE INFO**

Received:

Received in revised:

Accepted:

Available online: 01-03-20XX

KEYWORDS*Digitalization, Global Competitiveness, Industrial Revolution 4.0, Society 5.0, Strategic Management***ABSTRACT**

Having a solid and long-lasting position in the market is the primary goal of strategic management of a business. In the period of the Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0, this study attempts to investigate the function of strategic management in dealing with global competitiveness. Companies use strategic management as a framework to develop, carry out, and assess policies in order to gain a competitive edge. Companies can become more competitive by implementing strategic management, particularly in the digital age, which is full of opportunities and problems. In the face of technology's rapid advancement, businesses can establish long-lasting competitive advantages by effectively leveraging digital innovation, big data, and artificial intelligence (AI). According to the study's findings and conclusions, businesses need to be prepared to handle a variety of issues, including data management, cyber security, and shifting business models brought on by digitalization. Additionally, it's critical for businesses to keep improving the digital abilities of their staff members so they can adapt to change and innovate to produce better goods and services. In the age of the Industrial Revolution 4.0 and 5.0 Societies, strategic management can guarantee that businesses stay relevant and competitive by taking a flexible, data-driven and responsive approach to market developments.

PENDAHULUAN

Pada era kemajuan teknologi yang sangat pesat dan persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan manajemen strategi secara menyeluruh di berbagai aspek. Untuk mencapai visi, misi, dan target perusahaan, perusahaan harus bersaing di pasar dan menggunakan sumber dayanya dengan lebih efisien dan efektif. Untuk bertahan dalam pasar yang berubah dengan cepat, manajemen strategi sangat penting. Pada kondisi saat ini nilai perusahaan bagi pelanggan tidak hanya dilihat dari segi kualitas produk dan harga saja, namun bagaimana perusahaan tersebut cepat beradaptasi dengan teknologi dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan menjadi hal yang utama. Saat ini banyak perusahaan yang telah berubah sistem bisnis operasi mereka dan dalam hal pengambilan keputusan sejak ditemukannya sistem kecerdasan buatan (AI), *big data* dan *Internet of Things* (IoT).

Pada tahun 2025, transformasi digital telah menjadi salah satu komponen paling penting dalam pertumbuhan masyarakat dan ekonomi dunia. Pengembangan pesat teknologi informasi telah mengubah banyak hal, termasuk cara kita berinteraksi, bekerja, belajar, berbisnis dan bahkan berurusan dengan pemerintah. Fenomena transformasi digital memiliki dampak besar pada berbagai sektor kehidupan kita sehari-hari, bukan hanya pada perusahaan teknologi. "Transformasi digital" adalah istilah yang mengacu pada proses yang melibatkan teknologi digital, seperti komputer, ponsel, internet dan teknologi lainnya, untuk mengubah cara orang, perusahaan dan masyarakat berinteraksi satu sama lain. Ini tidak hanya mencakup adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan dalam kebiasaan, operasi, dan model bisnis. Transformasi digital tidak hanya berdampak pada ekonomi; itu juga membawa perubahan besar dalam berkomunikasi, mengelola kesehatan, pendidikan dan bahkan partisipasi kita dalam pemerintahan.

Revolusi industri 4.0 adalah transformasi besar dalam cara hidup manusia berhubungan satu sama lain, produksi dan konsumsi. Ini didorong oleh gabungan teknologi digital, fisik, dan manusia. Setiap revolusi pasti membawa banyak perubahan besar dan efek besar. Selain itu, kemajuan teknologi yang sangat cepat menggabungkan berbagai aspek, seperti digital dan fisik. Karena banyak lini yang terlibat di dalamnya, skala dan kompleksitasnya sangat luas. Perubahan terjadi di hampir semua bidang, termasuk ekonomi, politik, sosial, budaya, dan bahkan ketatanegaraan. Istilah "industri 4.0" mengacu pada kumpulan teknologi dan organisasi yang terlibat dalam rantai nilai, seperti pabrik pintar, CPS, *Internet of Things* dan *IoS*. *Smart factory* adalah pabrik modular yang dilengkapi dengan teknologi CPS yang melacak proses fisik. Dengan teknologi CPS, *smart factory* adalah pabrik modular yang melacak proses fisik produksi, menampilkan proses tersebut secara virtual dan melakukan pengambilan keputusan secara desentralisasi. CPS dapat berkomunikasi dan bekerja sama secara realtime dengan manusia melalui *Internet of Things*. *IoS* terdiri dari semua aplikasi layanan yang dapat digunakan oleh semua pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. *Interoperability*, virtualisasi, desentralisasi, kemampuan real time, berorientasi layanan dan modular adalah enam prinsip dasar desain Industri 4.0.

Dengan industri besar yang menggunakan teknologi tinggi seperti robot, operasional industri akan lebih efisien dan efektif, yang merupakan konsekuensi dari penerapan revolusi industri 4.0. Namun, konsekuensi yang akan dirasakan adalah rendahnya penyerapan tenaga kerja yang memiliki kemampuan operasional. Ketika industri atau pabrik menggunakan mesin dan robot sebagai ganti manusia, peran sumber daya manusia akan berkurang. Pengembangan industri yang didukung teknologi akan menghasilkan ekonomi digital yang lebih efisien. Sektor bisnis yang inovatif akan menciptakan investasi baru dan pekerjaan baru. memberi negara berkembang kesempatan untuk berinvestasi dari seluruh dunia, mempercepat revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 membutuhkan transfer teknologi dan pengetahuan.

Society 5.0 merupakan suatu pemikiran berbasis teknologi yang berpusat pada manusia dengan tujuan untuk mengintegrasikan antara dunia nyata dan dunia maya melalui teknologi yang pertama kali dikenalkan atau dikembangkan oleh negara Jepang pada beberapa tahun lalu. Pemikiran ini muncul berawal dari revolusi industri 4.0 sebagai pengembangan dikarenakan kekhawatiran akan berkurangnya peran manusia pada era tersebut. Nilai dan gaya hidup baru yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi dapat mengurangi perbedaan sosial dan masalah ekonomi di masa depan. Mengingat bahwa masalah tersebut terus terjadi saat ini, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia, nampaknya sulit untuk dilakukan. Namun, ini tidak berarti tidak dapat dicapai. Jepang sudah membuktikan dirinya sebagai negara dengan teknologi terkini. Pasti dengan hal itu. Jepang pasti akan terus mengembangkan teknologi sampai gagasan *Society 5.0* menjadi kenyataan.

Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* sama. Dunia 5.0 berfokus pada manusia, seperti Revolusi Industri 4.0, yang menggunakan kecerdasan buatan dan AI sebagai bagian penting dari perubahan masa depan, sementara Dunia 5.0 juga menggunakan teknologi terbaru tetapi berfokus pada manusia. Industri 4.0 sudah terlihat dan terintegrasi dengannya. Bisnis-bisnis baru dengan strategi yang inovatif juga muncul. Banyak model dan strategi bisnis yang belum pernah dipikirkan sebelumnya muncul dan menjuarai bisnis di bidang tersebut, bahkan mengalahkan pesaingnya dengan cepat. Jutaan data yang dikumpulkan di internet akan diubah pada segala bidang kehidupan oleh kecerdasan buatan yang melihat sisi manusia. Ini akan dikenal sebagai *Society 5.0*. *Cyberphysical system* (CPS) dalam industri 4.0 adalah kombinasi dari physical system, komputasi dan network dan komunikasi. Sistem *cyber*-fisik-manusia (CPS) telah berkembang menjadi *Society 5.0*. Pada kasus ini, manusia dianggap sebagai pelaku aktif dalam bekerja sama dengan sistem untuk bersama-sama mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga pada kesimpulannya interaksi antara sistem (mesin) dengan manusia masih dibutuhkan.

Permasalahan peran manajemen strategi bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan global pada era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0* yang akan dipaparkan dalam penelitian ini mempunyai tujuan memaparkan pentingnya peran manajemen strategi bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan global pada era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*. Sedangkan penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti, agar dapat meningkatkan pemahaman penulis tentang peran manajemen strategi bagi perusahaan pada era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*.
- b. Bagi akademisi, agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengajaran penelitian lebih lanjut terkait dengan peran manajemen strategi bagi perusahaan, terutama pada era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*.

2. Manfaat Praktis

Agar dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan evaluasi terkait manajemen strategi perusahaan. Serta dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan perusahaan guna menerapkan manajemen strategi dalam menghadapi persaingan global sehingga diharapkan perusahaan tersebut menjadi lebih bersaing pada era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0* saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategis

Manajemen strategis didefinisikan sebagai proses suatu organisasi dalam menentukan tingkat tujuan, sasaran, dan keinginan untuk mencapainya, memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan untuk mencapainya pada saat yang tepat dan dalam kondisi lingkungan yang berubah, mengimplementasikan tindakan, dan menilai kemajuan dan hasil (Thompson dan Martin, 2010). "Strategi" dan "manajemen" adalah asal kata manajemen strategi; "strategi" adalah adjektif dari kata "strategi". Dalam skala organisasi, manajemen terdiri dari individu atau kelompok orang yang bertanggung jawab untuk menganalisis dan

membuat keputusan serta melakukan tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penerapan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) adalah semua contoh fungsi manajemen.

Untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kuat dan berkelanjutan di pasar adalah tujuan utama manajemen strategik. Ini mencakup banyak hal, seperti manajemen sumber daya manusia dan teknologi, pengembangan produk dan pemasaran. Salah satu komponen manajemen strategik adalah analisis industri dan pesaing, di mana perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaingnya serta tren industri yang dapat mempengaruhi posisi mereka (Surbakti, L. P., 2024). Perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang cepat dalam regulasi, teknologi dan perilaku konsumen.



Gambar 1. Tingkatan Manajemen Strategi pada Perusahaan

Pada perusahaan terdapat beberapa tingkatan strategi manajemen yang berkembang mengikuti perkembangan perusahaan tersebut, tingkatan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. *Corporate Strategy* (Strategi Korporasi)

Merupakan strategi yang menggambarkan seluruh jalan perusahaan dan bertujuan untuk menumbuhkan perusahaan secara keseluruhan dan untuk manajemen berbagai bisnis lini produk. Ada tiga jenis strategi yang dapat digunakan pada tingkat ini, antara lain:

- Strategi pertumbuhan (*growth strategy*), Strategi yang didasarkan pada fase pertumbuhan perusahaan.
- Strategi stabilitas (*stability strategy*), Strategi untuk mengatasi penurunan pendapatan perusahaan.
- Retrenchment strategy*, strategi yang digunakan untuk mengurangi jumlah pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. *Business Strategy* (Strategi Bisnis)

Pada tingkat produk atau unit bisnis, strategi ini berfokus pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifikasi atau segmen pasar tertentu. Tiga strategi tingkat bisnis adalah strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus. Pada tahap ini, strategi dibuat dan ditetapkan oleh manajer yang ditugaskan oleh manajemen puncak atau manajemen bisnis yang relevan.

3. *Functional Strategy* (Strategi Fungsional)

Strategi ini diterapkan pada tingkat fungsional seperti pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Ini merupakan gabungan dari dua tingkat strategi sebelumnya, yaitu strategi korporasi dan strategi bisnis, dan juga dikenal sebagai strategi berbasis nilai. Berkonsentrasi pada mengoptimalkan kinerja sumber daya yang digunakan untuk memberikan nilai terbaik kepada pelanggan.

4. *Operational Strategy* (Strategi Operasional)

Rencana terperinci yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pengelolaan kegiatan operasional sehari-hari. Strategi ini mencakup perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan berbagai proses bisnis untuk mencapai efisiensi dan efektivitas.

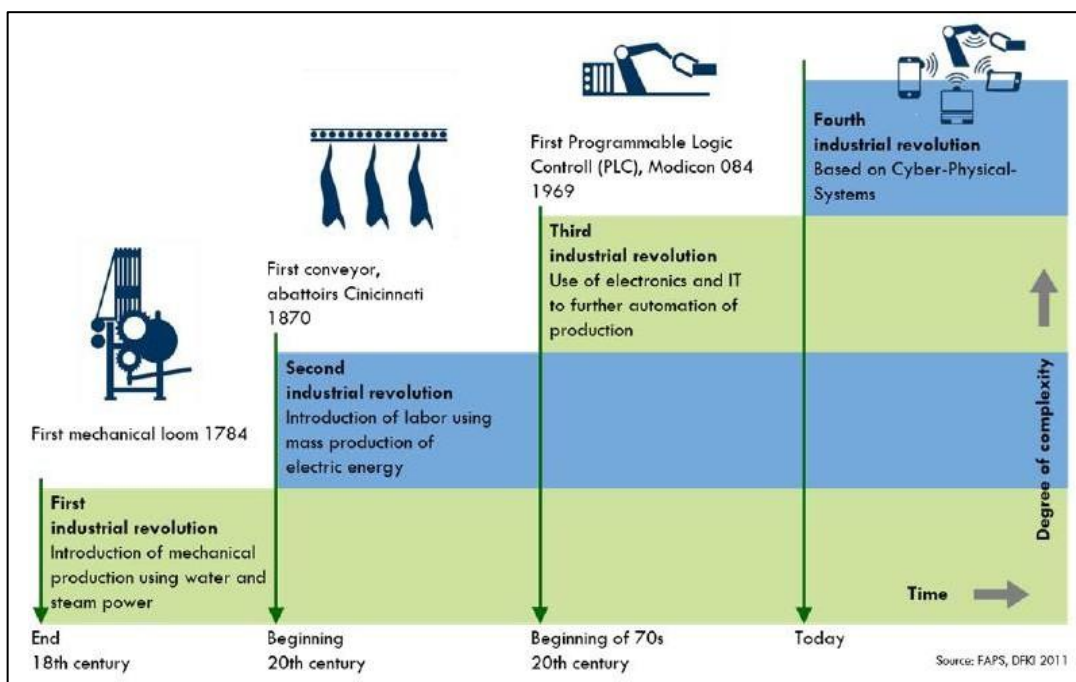
Pada dasarnya, di dalam suatu perusahaan, manajemen strategis memiliki beberapa tugas dan fungsi sebagai berikut :

- Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan umum mengenai intensi, falsafah dan tujuan perusahaan.
- Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan dengan menyesuaikan sumber daya yang dimiliki dengan lingkungan eksternal.
- Melakukan analisis yang menunjukkan kondisi internal dan kemampuan perusahaan.
- Menilai kondisi eksternal perusahaan, termasuk pesaing dan faktor kontekstual umum.
- Membuat tujuan tahunan dan strategi jangka panjang yang sesuai dengan tujuan jangka panjang dan strategi utama yang telah dipilih.
- Menentukan pilihan terbaik dengan menilai setiap pilihan yang ada sesuai dengan misi perusahaan.
- Memilih rangkaian tujuan tahunan yang sesuai dengan misi perusahaan.
- Melaksanakan pilihan strategis sesuai dengan penganggaran sumber daya perusahaan
- Sebagai indikator evaluasi keberhasilan proses strategis terkait pengambilan keputusan perusahaan dalam menentukan masa depan.

Sesuai dengan kemajuan teknologi digital, manajemen strategik harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi. Dunia bisnis mengalami perubahan besar selama era digital. Cara bisnis beroperasi telah diubah oleh digitalisasi, termasuk penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasi dan penggunaan pemasaran digital untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efektif. Perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif jika mereka dapat mengadopsi teknologi baru dan memanfaatkan data untuk membuat keputusan yang lebih baik. Dalam era digital saat ini, manajemen strategik menuntut perusahaan untuk lebih berkonsentrasi pada inovasi teknologi, pemanfaatan data dan pengembangan kapabilitas digital untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka yang berkelanjutan. Manajemen strategik harus mempertimbangkan banyak hal, seperti perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital, kemajuan teknologi yang terus berlanjut, dan globalisasi yang semakin mengaburkan batasan geografis dalam persaingan. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Revolusi Industri 4.0

Di Indonesia, istilah "Industri 4.0" sering digunakan. Kementerian Federal Pendidikan dan Riset Jerman pertama kali menggunakan istilah Industrie 4.0 di Pameran Otomasi Hannover (Hannover Messe) pada tahun 2011. Ini adalah istilah yang tidak secara langsung mengacu pada revolusi industri keempat. Sebaliknya, itu mengacu pada strategi manufaktur untuk mengembangkan teknologi baru untuk menyelesaikan megatrend seperti digitalisasi, mass customization dan produk lifecycle yang sangat singkat. Setelah itu, pemerintah Jerman membuat deskripsi, strategi, dan cakupan Industri 4.0 pada tahun 2012 dan 2013. Ini menciptakan gagasan bahwa Industri 4.0 adalah evolusi dari revolusi industri sebelumnya.



Gambar 2. Tahapan Revolusi Industri

Pada gambar 2 menunjukkan perkembangan singkat dari empat revolusi industri. Revolusi pertama dimulai dengan penemuan mesin uap pada akhir abad ke-18. Revolusi kedua terjadi pada awal abad ke-20 dengan kehadiran sistem produksi massal dan energi listrik. Selanjutnya, revolusi industri ketiga, atau sekarang dikenal sebagai "revolusi industri keempat", dimulai dengan penemuan komputer dan teknologi informasi (IT). Pemanfaatan *Internet of Things* (IoT) adalah salah satu ide terbaiknya. Target *Internet of Things* (IoT) ini adalah menghubungkan semua perangkat yang ada ke internet. seperti pengontrol jarak jauh, yang dapat mengontrol dari jauh. Peneliti dari *Massachusetts Institute of Technology* berhasil membuat pesawat yang dapat terbang tanpa menggunakan bagian yang berputar pada tahun 2018, menurut *MIT Technology Review*. *Electroaerodynamic propulsion* digunakan pesawat.

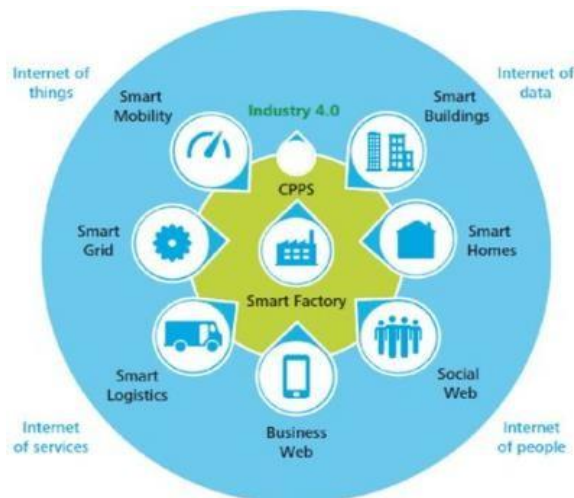
Memasuki tahun 2019, ada banyak inovasi baru, seperti peran robot dalam industri, AI (kecerdasan buatan), Pusat Operasi Drone, Pusat Data Diri dan Rencana untuk Mengembangkan Pekerja Virtual Industri 4.0 menggabungkan fleksibilitas teknologi produksi massal (Kagermann et al., 2013). Metode ini mengatur proses produksi, yang memungkinkan penyatuan dan penyesuaian produksi serta sinkronisasi waktu (Kohler & Weisz, 2016). Mesin-mesin ini dapat bekerja secara mandiri atau berkolaborasi dengan manusia (Sung, 2017). Selain itu, Zesulka et al. (2016) menyatakan bahwa industri 4.0 dikaitkan dengan tiga komponen yang saling berhubungan, yaitu :

1. Digitalisasi ekonomi dan hubungannya dengan teknik sederhana menuju jaringan ekonomi yang kompleks
2. Digitalisasi layanan & produk
3. Model pasar baru

Istilah lain untuk industri 4.0 adalah "revolusi digital" dan "era disrupsi teknologi". Yang pertama disebut revolusi digital karena banyaknya komputer dan otomatisasi pencatatan di seluruh dunia. Yang kedua disebut "era disrupsi teknologi" karena banyaknya konektivitas dan otomatisasi di berbagai sektor akan membuat pergerakan industri dan persaingan kerja tidak linear. Penggunaan AI atau kecerdasan buatan adalah salah satu ciri industri 4.0 (Tjandrawinata, 2016). Penggunaan robot sebagai pengganti manusia adalah salah satu contoh penggunaan. Dengan munculnya teknologi digital, revolusi industri sedang mencapai puncaknya, yang berdampak besar pada perubahan peradapan manusia. Revolusi industri terbaru, juga dikenal sebagai revolusi generasi keempat, mencakup otomatisasi setiap proses aktivitas. Dengan berkembangnya teknologi internet, bukan hanya jutaan orang di seluruh dunia dapat terhubung satu sama lain, tetapi juga telah menjadi acuan bagi aktivitas perdagangan dan moda transportasi online. Seperti Maxim, Grab dan Gojek menunjukkan hubungan antara aktivitas manusia dan teknologi ekonomi dan informasi. Berkembangnya drone, aplikasi media sosial, bioteknologi, nanoteknologi, dan mobil tanpa supir menunjukkan bahwa dunia dan kehidupan manusia telah berubah secara dramatis.

Salah satu dari sembilan teknologi yang akan memainkan peran penting dalam Revolusi Industri 4.0 untuk mengubah industri konvensional menjadi industri digital siap pakai adalah sebagai berikut :

1. *Big Data*
2. *Keamanan Cyber*
3. *Internet of Things* (IoT)
4. *Kecerdasan Buatan* (AI)
5. *Augmented Reality*
6. Simulasi
7. Integrasi Sistem
8. *Cloud Computing*
9. *Addictive Manufacturing*



Gambar 3. Fokus Revolusi Industri 4.0

Diharapkan implementasi Industri 4.0 di industri Indonesia akan meningkatkan kualitas produk, produktivitas dan efisiensi proses produksi, meningkatkan daya saing industri dan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Kementerian Perindustrian telah memutuskan bahwa diperlukan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan industri di Indonesia untuk industri 4.0. Indeks ini disebut *Indonesia Industry 4.0 Readiness Index*, atau *INDI 4.0*, dan

dimaksudkan untuk digunakan oleh pemerintah dan sektor industri untuk mengukur tingkat kesiapan mereka untuk industri 4.0. Dengan INDI 4.0, diharapkan akan ada standar nasional yang berlaku untuk menilai kesiapan industri dalam negeri. Hasil pengukuran dengan indeks ini kemudian digunakan untuk mengidentifikasi masalah, membuat strategi, dan menjadi dasar untuk membuat kebijakan pemerintah untuk mendorong industri menuju Industri 4.0.



Gambar 4. INDI 4.0 – 5 pilar dan 17 bidang

Indeks "INDI 4.0" digunakan oleh pemerintah dan sektor industri untuk mengukur tingkat kesiapan industri terhadap Industri 4.0. Hasil pengukuran ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menentukan masalah, strategi, dan kebijakan pemerintah yang mendukung transformasi industri ke arah Industri 4.0. Selain itu, diharapkan bahwa INDI 4.0 akan menghasilkan standar nasional yang dapat digunakan untuk mengukur kesiapan industri. Dalam INDI 4.0, lima pilar diukur: manajemen dan organisasi (manajemen dan organisasi), orang dan budaya (orang dan budaya), produk dan layanan (produk dan layanan), teknologi, dan operasi pabrik. Selanjutnya, kelima pilar tersebut dibagi lagi menjadi 17 bidang. 17 bidang ini digunakan untuk mengukur kesiapan industri Indonesia untuk beralih ke Industri 4.0. Dilakukan melalui survei online yang diisi oleh pihak industri, yang kemudian diverifikasi di lapangan oleh para ahli. Ada rentang skor mulai dari 0 hingga 4 untuk penilaian. Skor 0 menunjukkan industri "belum siap" untuk beralih ke Industri 4.0, skor 1 menunjukkan industri masih pada tahap "kesiapan awal", skor 2 menunjukkan industri pada tahap "kesiapan sedang", dan skor 4 menunjukkan industri "sudah menerapkan" sebagian besar konsep Industri 4.0 di sistem produksinya.

Tujuan pengembangan INDI 4.0 untuk industri adalah sebagai berikut :

1. Untuk membantu perusahaan menentukan posisinya dalam Industri 4.0 dan strategi masa depan mereka.
2. Untuk mengetahui masalah yang akan dihadapi saat beralih ke Industri 4.0.
3. Untuk membantu manajemen menilai efektivitas operasional perusahaan.
4. Untuk membandingkan posisi perusahaan dengan perusahaan lain.

Sedangkan tujuan disusunnya INDI 4.0 bagi pemerintah adalah sebagai berikut :

1. Menentukan komitmen dan kemampuan perusahaan untuk menerapkan Industri 4.0.
2. Menjadi dasar bagi pemerintah untuk membuat kebijakan yang tepat sasaran tentang Industri 4.0.
3. Memberikan insentif kepada industri.

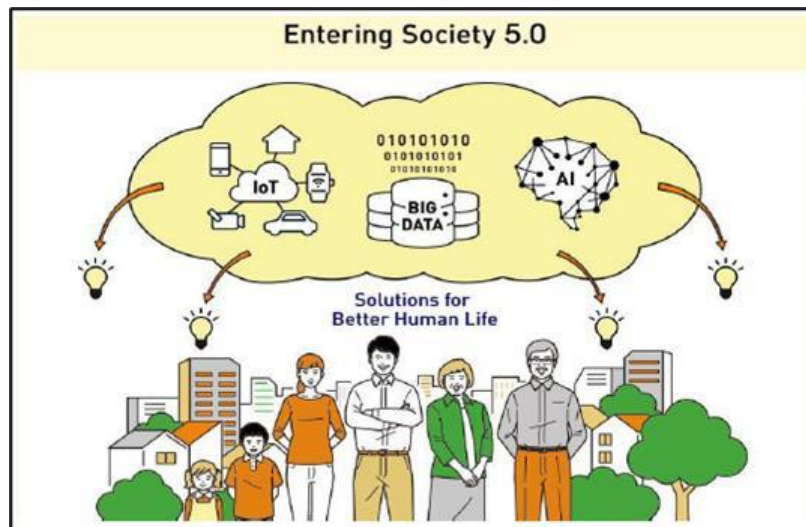
Selain itu, pengindeksan dengan INDI 4.0 digunakan sebagai cara untuk mengkomunikasikan Industri 4.0 dengan industri domestik. Selain itu, menunjukkan komitmen pemerintah untuk mencapai tujuan *Making Indonesia 4.0*

Society 5.0

Pada tanggal 21 Januari 2019, Kantor Perdana Menteri Jepang secara mengejutkan meluncurkan peta jalan yang lebih humanis Society 5.0 yang merupakan tatanan masyarakat yang berbasis teknologi dan berpusat pada manusia. Selain itu, Society 5.0 didahului oleh era berburu (*Society 1.0*), era pertanian (*Society 2.0*), era industrialisasi (*Society 3.0*) dan era teknologi informasi (*Society 4.0*). Era *society 5.0* dapat dianggap sebagai pengembangan yang bertujuan untuk menyelesaikan beberapa masalah yang dihadapi saat ini akibat perkembangan teknologi yang terlalu cepat. Pemerintah Jepang menggambarkan masyarakat 5.0 sebagai ketika ruang maya dan ruang fisik bertemu atau terintegrasi. Kecerdasan buatan, juga dikenal sebagai AI, akan membuat semua hal menjadi lebih mudah. AI akan membantu memproses data, memberikan pengguna hasil yang sudah jadi. Robot yang dapat dikendalikan melalui komputer dan internet juga akan membantu mengatasi keterbatasan fisik.

Dalam memahami berbagai aspek kehidupan, masyarakat model ini cerdas, kritis dan berliterasi. Mereka berpendapat bahwa martabat manusia harus menjadi prioritas utama (manusia adalah pertimbangan pertama dan terakhir). Prinsip dasar yang mendasari penghargaan bijak terhadap manusia sebagai pencipta dan pengguna adalah bahwa manusia tidak boleh menjadi korban dari perkembangan yang mereka buat, termasuk teknologi! Dalam segala tahap perkembangan, teknologi harus digunakan semaksimal mungkin untuk membantu umat manusia dan keseimbangan alam lingkungan. Sumber

kehidupan alam harus dilindungi agar tubuh manusia dapat memperoleh makanan bergizi. Masyarakat informasi (*Society 4.0*) sulit bekerja sama, dan berbagi informasi dan pengetahuan tidak cukup. Dalam *Society 5.0*, konvergensi tingkat tinggi terjadi antara ruang maya (ruang virtual) dan ruang fisik (ruang nyata). Di *Society 4.0*, orang dapat mengakses layanan cloud, atau basis data, di dunia maya, dan kecerdasan buatan (AI) menganalisis jumlah besar data yang dikumpulkan dari sensor di ruang nyata. Hasil analisis ini dikirim kembali ke manusia di ruang nyata dalam berbagai cara.



Gambar 5. Ilustrasi Masyarakat *Society 5.0*

Society 5.0, yang menggabungkan teknologi internet dan seni, adalah hasil dari revolusi industri 4.0. Pemahaman tentang *Society 5.0* memiliki tujuan untuk keseimbangan antara penyelesaian masalah sosial dengan kemajuan ekonomi melalui pengintegrasian antara dunia nyata dengan dunia maya. Pemikiran ini didukung oleh teknologi modern seperti : Kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), Robot dsb. Sehingga semua orang merasa nyaman, dapat menikmati hidup dan kebutuhan manusia dapat terpenuhi. Pada era masyarakat, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan Internet sebagai bagian hidup dan semakin penting untuk kehidupan. Peran masyarakat dan perkembangan teknologi sebagai tanggapan terhadap revolusi Industri 4.0 membentuk *Society 5.0*.

Society 5.0 adalah gagasan yang dikembangkan oleh Jepang yang berbasis teknologi dan berpusat pada manusia (Mayumi 2018). Konsep ini muncul sebagai evolusi dari revolusi industri 4.0, yang dianggap dapat mengurangi peran manusia. Menurut *Society 5.0*, keseimbangan dalam lima elemen utama kehidupan manusia, yaitu emosional, intelektual, fisik, sosial, dan spiritual, adalah penting. *Society 5.0* dapat didefinisikan sebagai perkembangan yang bertujuan untuk menyelesaikan beberapa masalah yang dihadapi saat ini karena kemajuan teknologi yang terlalu cepat. Pemerintah Jepang menggambarkan masyarakat 5.0 sebagai ketika ruang maya dan ruang fisik bertemu, atau terintegrasi. Kecerdasan buatan, juga dikenal sebagai AI, akan membuat semua hal menjadi lebih mudah. AI akan membantu memproses data, memberikan pengguna hasil yang sudah jadi. Robot yang dapat dikendalikan melalui komputer dan internet juga akan membantu mengatasi keterbatasan fisik. Pada praktiknya di kehidupan sehari – hari, masyarakat *society 4.0* masih dirasa kesulitan dalam berbagi informasi, bekerja sama dan memiliki pengetahuan yang masih belum mencukupi. Masyarakat *society 5.0* memiliki tingkat hubungan antara dunia maya (virtual) dengan dunia nyata yang saling berkaitan. Pada masyarakat *Society 5.0*, siapapun dapat melakukan akses layanan cloud, atau basis data, di dunia maya dan kecerdasan buatan (AI) menganalisis jumlah besar data yang dikumpulkan dari sensor di ruang nyata. Hasil analisis ini dikirim kembali ke manusia di ruang nyata dalam berbagai cara.

Sebagai negara yang memulai era *Society 5.0*, pemerintah Jepang menganggap ini sebagai bentuk *Society 5.0* :

1. Penggunaan drone untuk mengirimkan barang, melakukan survei properti, dan mendukung bantuan bencana di seluruh dunia sedang meningkat.
2. Peralatan perlengkapan rumah yang telah dibekali oleh *Artificial Intelligent* (AI) dan telah terintegrasi oleh *Internet of Things* (IoT) telah dikembangkan di seluruh dunia. Termasuk di negara Jepang, Anda akan merasa lebih nyaman.
3. Pemerintah Jepang menghadapi kesulitan dalam menyediakan perawatan medis kepada masyarakat lanjut usia. AI akan membantu Anda menjalani kehidupan sehari-hari. Robot dan teknologi modern lainnya menawarkan solusi.
4. Cuaca dan bahaya akan memengaruhi pekerjaan. Pada sebagian negara yang memiliki cuaca ekstrem, cenderung akan lebih memiliki kompetensi lebih dalam bertahan hidup, terlebih pada sektor teknologi di mana pun.
5. "Cloud" baru membuat belanja dan perjalanan lebih mudah. Difusi cepat layanan cloud telah membuat pelanggan dan bisnis senang. Baik bisnis individu maupun perusahaan kecil dan menengah akan menguntungkan dari investasi modal rendah dan integrasi yang mudah.
6. Moda transportasi otonom telah banyak digunakan di berbagai negara. Penggunaannya dalam logistik dan transportasi umum serta penyebaran ke rumah tangga umum diharapkan.
7. Penggunaan drone untuk mengirimkan barang, melakukan survei properti dan mendukung bantuan bencana di

- seluruh dunia sedang meningkat.
8. Pemerintah Jepang menghadapi kesulitan dalam menyediakan perawatan medis kepada masyarakat lanjut usia. AI akan membantu Anda menjalani kehidupan sehari-hari. Robot dan teknologi modern lainnya menawarkan solusi.
 9. Cuaca dan bahaya akan memengaruhi pekerjaan. Mereka yang bekerja keras di lingkungan yang sulit akan segera memiliki mitra yang lucu dan dapat diandalkan, yang dapat bekerja di mana pun.
 10. "Cloud" baru membuat belanja dan perjalanan lebih mudah. Difusi cepat layanan cloud telah membuat pelanggan dan bisnis senang. Baik bisnis individu maupun perusahaan kecil dan menengah akan menguntungkan dari investasi modal rendah dan integrasi yang mudah.
 11. Mobil otonom, yang sering digambarkan dalam film dan manga, adalah teknologi masa depan. Penggunaannya dalam logistik dan transportasi umum serta penyebaran ke rumah tangga umum diharapkan.

Hubungan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0

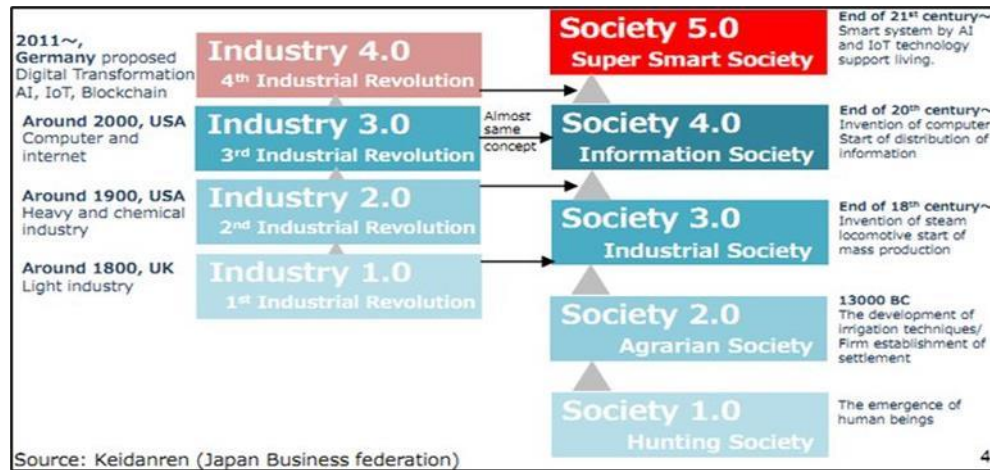
Industri 4.0 dan masyarakat 5.0 sama. Dunia 5.0 berfokus pada manusia, seperti Revolusi Industri 4.0, yang menggunakan kecerdasan buatan dan AI sebagai bagian penting dari perubahan masa depan, sementara Dunia 5.0 juga menggunakan teknologi terbaru tetapi berfokus pada manusia. Banyak model dan strategi bisnis yang tidak pernah dipikirkan sebelumnya telah muncul dan menghidupkan kembali bisnis di bidang mereka, bahkan mengalahkan pesaingnya dengan cepat. Sebagai contoh, GOJEK adalah perusahaan yang memiliki nilai valuasi berkali-kali lipat daripada perusahaan yang memiliki armada besar. Sektor perbankan bukan satu-satunya yang terkena dampak; aplikasi ponsel pintar akan segera menggantikan teller bank, analisis kredit, agen asuransi, kasir dan resepsionis. Dan, tentu saja, ada banyak bidang lain.

Dalam hal *Society 5.0*, yang didirikan oleh Jepang, ini harus menjadi momentum untuk mempercepat transformasi kedua arah baru tersebut secara bersamaan. Sangat diharapkan bahwa peta jalan nasional Indonesia akan menggabungkan Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0*. Untuk menjamin kepentingan dan keberlanjutan bangsa kita, kita harus bertindak segera dan jangan sampai terlambat. Karena populasi generasi tua akan terus meningkat. Karena itu, populasi produktif seperti Jepang, Rusia dan Korea saat ini akan mengalami krisis. Pemerintah Indonesia harus membuat regulasi untuk melindungi pekerja dari kehilangan pekerjaan karena revolusi Industri 4.0, menurut Hehni Adam. Dengan demikian, bonus demografi yang dihadapi Indonesia dapat menjadi topik yang mengontrol teknologi. Memanfaatkan bonus demografi untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas, serta meningkatkan profesionalisme dan nasionalisme, harus menjadi peluang bagi Indonesia untuk menjadi negara yang unggul di pasar global. Industri di Indonesia yang menggunakan robot masih belum terhubung dengan program padat karya yang membutuhkan lebih banyak karyawan. Dengan 120 juta pengguna ponsel pintar, pasar media sosial Asia Tenggara masih terbatas. Untuk mencegah penyalahgunaan besar-besaran data, negara harus mengambil alih mayoritas saham penyedia LTL.

Revolusi Industri 4.0		Masyarakat 5.0	
Happen to Industry		Happen to Society	
1.0	Mekanisasi	1.0	Masyarakat pemburu dan pengumpul
2.0	Produksi masal	2.0	Masyarakat pertanian
3.0	Komputer, otomasi	3.0	Masyarakat industri
4.0	Internet of Things/Benda-benda dalam jaringan	4.0	Masyarakat informasi
		5.0	Masyarakat pintar

Gambar 6. Tabel Perkembangan Revolusi Industri dan *Society*

Jutaan data yang dikumpulkan di internet akan diubah pada segala bidang kehidupan oleh kecerdasan buatan yang melihat sisi manusia. Ini akan dikenal sebagai *Society 5.0*. Itu pasti akan menjadi kearifan baru dalam struktur sosial. Tidak diragukan lagi, perubahan ini akan membantu orang menjalani kehidupan yang lebih bermakna. Dalam *Society 5.0*, penyelesaian masalah sosial harus diimbangi dengan pencapaian ekonom Sistem *cyber*-fisik-manusia (CPS) telah berkembang menjadi *Society 5.0*. Pada kasus ini, manusia dianggap sebagai pelaku aktif dalam bekerja sama dengan sistem untuk bersama-sama mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga pada kesimpulannya interaksi antara sistem (mesin) dengan manusia masih dibutuhkan.



Gambar 7. Era Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0*

Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* adalah dua konsep yang saling berkaitan erat. Revolusi Industri 4.0 berfokus pada otomatisasi dan integrasi teknologi digital dalam industri, sementara *Society 5.0* berupaya menerapkan teknologi ini untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik dan berkelanjutan. Revolusi Industri 4.0 menyediakan teknologi dan infrastruktur yang diperlukan untuk mewujudkan *Society 5.0*. Tanpa Revolusi Industri 4.0, *Society 5.0* tidak akan dapat berjalan dengan efektif. Sebaliknya, *Society 5.0* memberikan tujuan dan arah bagi pengembangan teknologi dalam Revolusi Industri 4.0. Teknologi yang dikembangkan dalam Revolusi Industri 4.0 seharusnya diarahkan untuk menciptakan solusi bagi masalah-masalah sosial yang dihadapi dalam *Society 5.0*. Revolusi Industri 4.0 berfokus pada teknologi dan otomatisasi, sedangkan *Society 5.0* lebih berfokus pada manusia dan bagaimana teknologi dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Revolusi Industri 4.0 adalah alat, sedangkan *Society 5.0* adalah tujuannya. Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* adalah dua konsep yang saling melengkapi. Revolusi Industri 4.0 menyediakan teknologi yang diperlukan, sementara *Society 5.0* memberikan arah dan tujuan penggunaan teknologi tersebut untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, jurnal, dan karya ilmiah. Metode Pada penelitian ini metode kualitatif digunakan dengan tinjauan literatur yang lebih mendalam. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi manajemen strategi, persaingan global perusahaan, dan startegi perusahaan dalam era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*.

Data kualitatif dari literatur ini akan dianalisis secara deskriptif dengan fokus pada penerapan strategi. Metode penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara rinci dan mendalam mengenai suatu fenomena atau kejadian yang diteliti. Metode ini berfokus pada pemahaman mendalam dan interpretasi data kualitatif (seperti wawancara, observasi, atau dokumen) untuk memberikan gambaran yang kaya dan terperinci tentang suatu topik. Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data
Mengumpulkan data kualitatif melalui analisis dokumen atau sumber data lainnya yang relevan.
2. Reduksi Data
Memilah dan menyederhanakan data yang terkumpul untuk memfokuskan pada informasi yang relevan dengan pertanyaan penelitian.
3. Penyajian Data
Mengorganisir data yang telah direduksi dalam bentuk narasi, tabel atau visualisasi lainnya untuk mempermudah pemahaman.
4. Penarikan Kesimpulan
Menginterpretasikan data yang disajikan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Selain itu, penelitian ini menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan saat menerapkan manajemen strategi di era revolusi industri 4.0 dan *society 5.0*. Penelitian ini berkonsentrasi pada inovasi teknologi, keamanan data cyber dan perubahan model bisnis. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan menyeluruh tentang upaya meningkatkan persaingan bisnis suatu perusahaan melalui penerapan manajemen strategi pada persaingan global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Manajemen Strategi dalam Era Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0*

Industri 4.0 dan masyarakat 5.0 sama. Dunia 5.0 berfokus pada manusia, seperti Revolusi Industri 4.0, yang menggunakan kecerdasan buatan dan AI sebagai bagian penting dari perubahan masa depan, sementara Dunia 5.0 juga menggunakan teknologi terbaru tetapi berfokus pada manusia. Banyak model dan strategi bisnis yang tidak pernah dipikirkan sebelumnya

telah muncul dan menghidupkan kembali bisnis di bidang mereka, bahkan mengalahkan pesaingnya dengan cepat. Sebagai contoh, GOJEK adalah perusahaan yang memiliki nilai valuasi berkali-kali lipat daripada perusahaan yang memiliki armada besar. Sektor perbankan bukan satu-satunya yang terkena dampak; aplikasi ponsel pintar akan segera menggantikan *teller* bank, analis kredit, agen asuransi, kasir dan resepsionis. Dan, tentu saja, ada banyak bidang lain.

Percepatan transformasi digital, kolaborasi dengan mitra eksternal dan pengintegrasian teknologi digital ke dalam proses bisnis perusahaan, seperti startup teknologi dan mitra strategis lainnya, adalah peran manajemen strategi. Selain itu, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dengan mengelola ancaman digital, seperti keamanan data dan disrupsi teknologi, melalui manajemen strategi yang baik. Oleh karena itu, manajemen strategi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk perencanaan, tetapi juga sangat penting bagi perusahaan untuk tetap eksis dan memiliki daya saing positif di dunia bisnis yang terus berubah. Dalam hal ini, manajemen strategi beralih dari perencanaan jangka panjang yang stagnan ke kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. Misalnya, bisnis yang memasukkan analitik data ke dalam strategi pemasaran mereka dapat lebih cepat menemukan tren pasar dan menghasilkan penawaran yang sesuai dengannya. Oleh karena itu, untuk mampu menghadapi tantangan global yang semakin kompleks, manajemen strategi digital harus dapat mengintegrasikan teknologi dengan kebijakan dan budaya perusahaan.

Peluang yang Diciptakan oleh Transformasi Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0

Transformasi Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 membuka banyak peluang bagi bisnis yang mampu mengelola dan memanfaatkan teknologi dengan baik. Kepraktisan dan penggunaan teknologi yang dapat menambah efisiensi waktu, tenaga dan biaya akan meningkatkan customer experience sehingga akan menjadi peluang bagi perusahaan. Melalui pemanfaatan teknologi *Internet of Things* (IoT), *Big Data* dan Kecerdasan buatan (AI), perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan / customer. Dengan pemanfaatan sistem yang didukung oleh teknologi menurunkan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan teknologi dalam *e-commerce* adalah salah satu contoh yang relevan.

Perusahaan seperti Shopee dan Amazon telah mengembangkan sistem berbasis kecerdasan buatan yang memungkinkan mereka Memberikan pengalaman eksklusif dalam berbelanja kepada pelanggan mereka dengan melacak perilaku belanja mereka dan peningkatan konversi penjualan. Selain itu, teknologi membuat masuk ke pasar internasional lebih mudah dan lebih murah, mengurangi tantangan geografis yang sebelumnya menghalangi bisnis untuk berkembang.

Tantangan Penerapan Manajemen Strategi pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0

Walaupun pada kenyataannya manajemen strategi digital menawarkan banyak peluang, implementasinya sulit. Mengelola dan melindungi data merupakan salah satu tantangan terbesar yang harus dihadapi. Pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, berdasarkan beberapa penelitian data digital merupakan salah satu komponen penting bagi perusahaan akan tetapi juga rentan menjadi target *cyber crime* atau serangan *cyber*. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkan kebijakan keamanan yang ketat untuk menghindari kebocoran data yang dapat merugikan bisnis dan reputasinya. Selain itu, kecepatan transformasi teknologi dan tren digital menjadi masalah besar. Sangat penting bagi dunia usaha untuk memiliki kemampuan dalam menghadapi dan merespons perilaku konsumen serta kemajuan teknologi. Organisasi harus siap menghadapi tantangan baru seiring perkembangan teknologi, tren pasar dan perilaku konsumen.

Menurut Ananda (2023), organisasi dapat mengelola perubahan dengan lebih baik, mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital dengan manajemen perubahan yang efektif. Di sisi lain, perusahaan juga harus mengatasi masalah yang timbul dari perubahan model bisnis. Terdapat beberapa sektor bisnis melakukan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi digital atau platform. Penerapan manajemen strategi diperlukan dalam menghadapi perubahan model bisnis sehingga dapat melakukan perencanaan jangka panjang dan pencapaian target sesuai visi dan misi perusahaan.

Keterampilan Digital dalam Manajemen Strategi

Perusahaan harus berinvestasi melatih karyawan mereka dalam keterampilan digital melalui pendidikan dan pelatihan berkelanjutan. Proses adaptasi perusahaan akan lebih cepat dan mudah jika lebih peka terhadap perubahan teknologi dan mampu memanfaatkan moment atau peluang yang terjadi sehingga dapat tetap kompetitif dan eksis. jika memiliki tenaga kerja yang terampil dan siap menghadapi tantangan teknologi. Keberhasilan implementasi strategi digital manajemen juga dipengaruhi oleh keterampilan digital tenaga kerja perusahaan. Menurut Wono (2020), pada era modern, bisnis membutuhkan karyawan yang mahir pada pemanfaatan dan pengelolaan teknologi untuk menunjang operasi dan strategi bisnis. Hal ini termasuk kemampuan untuk analitik data, mengelola proyek digital dan kreatif dalam membuat barang dan layanan baru.

Keterampilan digital dalam manajemen strategi mengacu pada kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi bisnis. Ini melibatkan penggunaan alat dan platform digital untuk meningkatkan efisiensi, mengambil keputusan yang lebih cerdas dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam penerapan keterampilan digital dalam manajemen strategi antara lain: Pengambilan keputusan yang lebih cerdas, pemasaran yang lebih efektif, analisis data yang lebih mendalam, inovasi produk dan layanan dan efisiensi operasional.

Manajemen Strategi Diferensiasi sebagai Kunci Keunggulan Kompetitif

Pengembangan diferensiasi sangat penting untuk melihat dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan dapat menilai produk dengan cara yang berbeda melalui strategi diferensiasi, yang memengaruhi pilihan mereka. Pada dasarnya, kenaikan harga

yang terlalu signifikan akan mempengaruhi ketertarikan pelanggan. Prestis, kualitas, tampilan dan kehandalan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan pada strategi diferensiasi. Secara keseluruhan, menurut Sulistiani (2014), tujuan diferensiasi adalah untuk meningkatkan penjualan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang memiliki tingkat persaingan bisnis tinggi, perlu diterapkan strategi diferensiasi. Dengan digitalisasi, bisnis harus dapat menawarkan nilai tambahan melalui barang dan jasa yang lebih baik dan pengalaman pelanggan yang lebih menarik.

Teknologi dan inovasi menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk mempertahankan eksistensi serta perkembangan bisnis pada Era Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik tentang perbedaan yang dapat meningkatkan nilai manfaat pelanggan harus diperoleh melalui analisis terhadap pesaing dan pelanggan. Strategi diferensiasi yang direncanakan harus diuji dengan melihat reaksi pelanggan dan jika mungkin, melihat perspektif ekonomi pelanggan. Perusahaan teknologi seperti Microsoft dan Apple adalah contoh perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi, karena mereka menawarkan produk berkualitas tinggi dan pengalaman pengguna yang luar biasa. Manajemen strategi yang tepat, berfokus pada inovasi berkelanjutan dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, dapat membantu perusahaan mempertahankan daya saing mereka di pasar persaingan global.

KESIMPULAN

Era Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0 menciptakan peluang dan tantangan bagi perusahaan, penerapan manajemen strategi sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan global. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI), *internet of things* (IoT) dan big data sangat diperlukan bagi perusahaan untuk dapat bersaing dan tetap eksis di tengah pesatnya kemajuan teknologi. Namun di sisi lain, perusahaan juga harus mampu menghadapi banyak tantangan untuk bersaing di pasar global, seperti : perubahan sektor bisnis akibat digitalisasi, ancaman cyber dan otomatisasi di segala sektor bisnis. Perusahaan harus secara berkala melakukan upgrade pengembangan teknologi digital, baik dari sisi pegawai maupun fasilitas pendukung lainnya. Sehingga diharapkan perusahaan mampu menghadapi perubahan dan dapat menghasilkan inovasi untuk membuat suatu produk yang lebih baik. Manajemen strategi dapat memastikan bahwa bisnis tetap eksis, relevan dan memiliki daya saing positif pada era Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0 saat ini dengan menggunakan pendekatan yang fleksibel, berbasis data dan responsif terhadap perubahan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Djogo, Ony. Y. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada. Jurnal Ilmu Administrasi.
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. Nusantara Journal of Multidisciplinary Science.
- Hardiansyah, R., Tricahyono, D. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital. Jurnal Ekonomi.
- Hilda Yunita Wono, N. S. (2020). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
- Intan Astari Kusuma, F. D. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy.
- Jamaludin, A. F. (2024). Transformasi Digital Manajemen Strategi dalam Menghadapi. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, (2018). *Making Indonesia 4.0: Revolusi Industry 4.0 Indonesia*.
- Mohamad Afrizal Miradji, W. A. (2024). Inovasi Dalam Manajemen Strategi: “Membangun Keunggulan Kompetitif Bisnis Di Era Digital”. Jurnal Manajemen Dan Bisnis.
- Pasaribu, M., & Widjaja, A. (2022). Manajemen strategis di era kecerdasan buatan. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Schwab, K., & Davis, N. (2018). *Shaping the future of the fourth industrial revolution*. Currency.
- Sulistiani, D. (2014). Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi. El Muhasaba: Jurnal Akuntansi.
- Tarisa Aulia Ananda, N. K. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science.