

Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen

Oktaria Ardika Putri, Sri Hariyanti

IAIN Kediri

oktariaardika@iainkediri.ac.id, yanti_elthing@iainkediri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian mengenai transformasi digital (TD) telah meningkatkan minat yang besar di kalangan akademisi dalam beberapa dekade terakhir. Semua kalangan baik negara, kota, industri, perusahaan, serta tiap individu menghadapi tantangan yang sama untuk beradaptasi dengan dunia digital. Terdapat 2 tujuan dalam artikel ini yang pertama untuk memetakan evolusi tematik penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen, karena penelitian yang ada di bidang tersebut hingga saat ini masih terbatas pada domain tertentu. Untuk mencapai hal ini, artikel diidentifikasi dan ditinjau yang diterbitkan di Chartered Association of Business Schools' (ABS) \geq jurnal bintang. Tujuan yang kedua, untuk mengusulkan kerangka sinergis yang menghubungkan penelitian yang ada tentang TD dengan bidang bisnis dan manajemen, yang akan membantu membentuk perspektif evolusioner yang diambil dalam artikel ini. Mempertimbangkan perkembangan topik yang sedang diselidiki, kerangka kerja dipahami sebagai dasar yang kuat untuk diskusi lanjutan dan penelitian yang akan datang. Dalam penelitian ini digunakan tinjauan sistematis yang diuraikan oleh dan Kraus, Breier, dan Dasí-Rodríguez (2020) dan Tranfield, Denyer, dan Smart (2003) guna mencapai tujuan penataan penelitian yang ada mengenai TD di bidang bisnis dan manajemen.

Kata kunci : Transformasi digital, Bisnis dan manajemen, Evolusi tematik Bibliometrik, Tinjauan Kerangka sinergis

ABSTRACT

Research on digital transformation (TD) has generated great interest among academics in recent decades. All groups of countries, cities, industries, companies, and individuals face the same challenges to adapt to the digital world. There are 2 objectives in this article, the first is to map the thematic evolution of TD research in the field of business and management, because the existing research in these fields is still limited to certain domains. To achieve this, articles were identified and reviewed which were published in the Chartered Association of Business Schools' (ABS) \geq stellar journal. The second objective, is to propose a synergistic framework linking existing research on TD with the areas of business and management, which will help shape the evolutionary perspective taken in this article. Considering the development of the topic under investigation, the framework is conceived as a solid basis for further discussion and future research. In this study, the

systematic review described by and Kraus, Breier, and Dasi-Rodríguez (2020) and Tranfield, Denyer, and Smart (2003) was used to achieve the objective of structuring existing research on TD in business and management.

Keywords: *Digital transformation, Business and management, thematic evolution bibliometrics, overview synergistic framework*

PENDAHULUAN

Dari penelitian terdahulu diketahui bahwa setiap perubahan sulit untuk diterapkan dalam suatu organisasi (Deline, 2019). dan hingga 70% dari perubahan dunia industri berkembang menjadi dunia digital (Parviainen et al., 2017). Pandemi COVID-19 telah mempercepat fenomena ini (Priyono et al., 2020). Transformasi digital (TD) telah berubah dari suatu peluang teknologi menjadi suatu kebutuhan murni untuk mengelola kebutuhan serta harapan populasi dunia yang terus (Kraus et al., 2021). Perkembangan ini telah membuat perubahan yang cukup signifikan pada banyak organisasi, dengan TD memperkenalkan proses dan mekanisme atau cara baru yang dapat mempengaruhi struktur utama bagaimana perusahaan menjalankan bisnis. Menurut Heavin and Power (2018), tujuan utama dari TD ialah untuk memecahkan tantangan terkait efisiensi dan efektivitas, sementara itu Hess, Benlian, Matt, dan Wiesböck (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang tidak mengembangkan dan menerapkan strategi TD dengan cepat tidak mungkin bisa untuk mengimbangi serta bersaing dalam realitas digital baru. Pergeseran kepada realitas baru ini tidak boleh diremehkan karena, seperti setiap proses perubahan, mengandung beberapa risiko dan tantangan (Andriole, 2017). Seperti diketahui juga bahwa perusahaan yang lamban dalam merespons perubahan akan mengurangi kemungkinan perusahaan mengadopsi TD dan menerapkan strategi TD (Wright et al., 2004). Selain itu Pandemi COVID-19, telah menunjukkan dampak krisis (di sini, krisis eksternal) pada adaptasi cepat TD (Wright et al., 2004)

TD merupakan tantangan besar tidak hanya untuk perusahaan individu, tetapi juga untuk ekonomi nasional (vom Brocke et al., 2021). Menjadi bangsa digital, yaitu negara di mana warga negara, pemerintah, dan perusahaan hidup dalam masyarakat digital yang berinteraksi dan menciptakan serta bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan, pemerintah pusat dapat/ harus belajar dari eksperimen yang dilakukan di

kota-kota (Ćukušić, 2021), dan eksperimen para pengusaha pada khususnya (Kraus et al., 2021).

Sekarang ini penelitian TD cenderung terspesialisasi dan hanya terbatas pada domain tertentu, hal ini terlihat dari jumlah publikasi yang berkembang pesat setiap tahun yang menyajikan hasil dari berbagai disiplin ilmu dan sudut pandang. Oleh karenanya, bidang TD yang lebih besar menjadi sangat kompleks dan sulit untuk dipahami (Hanelt et al., 2021).

Beberapa penelitian terdahulu terkait TD diantaranya Hofacker, Golgeci, Pillai, dan Gligor (2020) yang melakukan tinjauan di mana mereka memeriksa literatur yang relevan tentang pemasaran digital dan hubungan B2B. Hal senada juga dilakukan oleh Li (2020b) yang melakukan tinjauan literatur sistematis guna mengkaji bagaimana teknologi digital memfasilitasi inovasi model bisnis pada industri kreatif, sementara Knudsen (2020) juga melakukan tinjauan literatur sistematis yang berfokus pada digitalisasi dalam akuntansi. Beberapa tinjauan yang ada memiliki kesamaan bahwa mereka fokus pada bidang bisnis dan manajemen yang sangat terbatas; mereka sangat sempit dalam perspektif. Selain itu, tinjauan ini belum menentukan evolusi istilah TD di bidang bisnis dan manajemen.

Tujuan dari penelitian ini ialah guna memberikan tinjauan komprehensif dari penelitian yang ada tentang TD di bidang bisnis dan manajemen. Lebih tepatnya, tujuan keseluruhan dari penelitian ini ialah untuk menyusun penelitian yang ada, mengidentifikasi tren saat ini, dan menawarkan gambaran umum terkait topik penelitian terbaru di TD untuk menentukan evolusi tematik mereka sebagaimana diwakili dalam literatur bisnis dan manajemen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen dengan memberikan informasi rinci tentang evolusinya

Studi ini dibagi menjadi dua bagian: (1) memetakan evolusi tematik penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen dengan berfokus pada makalah yang diterbitkan di Chartered Association of Business Schools (ABS) \geq jurnal bintang 2 selama periode 2010 - 2020; (2) berdasarkan temuan bagian pertama, mengusulkan kerangka sinergis yang menghubungkan penelitian yang ada tentang TD dengan bidang bisnis dan manajemen.

Menurut Gartner IT Glossary, digitalisasi ialah proses perubahan dari bentuk analog ke bentuk digital. Sementara Hess dkk. (2016), dan Horváth dan Szabó (2019) memandang otomatisasi proses melalui teknologi informasi sebagai digitalisasi.

Pergantian milenium melihat kemajuan besar yang dibuat dengan teknologi seperti ponsel, pemroses data, komputasi terdistribusi, penyimpanan, dan jaringan seluler digital (Evans & Price, 2020). Konversi digital ini lebih maju dari digitalisasi, dan dikategorikan pada tingkat berikutnya yang dikaitkan dengan istilah digitalisasi. Digitalisasi memerlukan cara-cara baru untuk berkomunikasi dan berkolaborasi di tempat kerja, dan bisa dipahami sebagai penggunaan teknologi dan data digital (digital dan native digital) untuk menciptakan pendapatan, meningkatkan bisnis, dan mengganti/mengubah proses bisnis (tidak hanya mendigitalkannya).

Transformasi digital dapat diartikan sebagai integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek dan operasi organisasi, yang pada gilirannya mengarah pada perubahan infrastruktur dalam cara organisasi dioperasikan dan memberikan nilai kepada pelanggannya (McGrath & Maiye, 2010). Beberapa peneliti seperti Bouncken, Kraus, & Roig-Tierno, 2021 dan Botol, 2019 berpandangan jika TD melangkah lebih jauh, dan secara fundamental mengubah operasi bisnis, produk, dan proses, yang dalam beberapa kasus mengarah ke model bisnis yang benar-benar baru. Organisasi ataupun perusahaan, terlepas dari jenis dan ukurannya, perlu dipersiapkan untuk menyesuaikan ataupun mengganti proses bisnis yang dimiliki dengan yang baru (Schepler & Weber, 2020) yang belum tentu membuat mereka nyaman.

Beberapa literatur yang ada menunjukkan bahwa penelitian tentang TD bermaksud untuk menangkap tren dan perkembangan terbaru; umumnya adalah bidang penelitian yang mulai berkembang. Namun, dan tidak mengherankan, sampai saat ini tidak ada definisi yang diterima secara umum dari istilah TD (Knudsen, 2020). Tabel 1 merupakan rangkuman arti TD yang diidentifikasi dalam jurnal bisnis dan manajemen yang tercakup dalam penelitian ini.

Seperti yang nampak pada Tabel 1, fokus definisi TD bervariasi dari adopsi dan penggunaan teknologi baru; untuk perbaikan dalam proses, operasi, hubungan pelanggan, dan kinerja; untuk penciptaan model bisnis baru; sampai ke kemungkinan hasil dan dampak pada beberapa aktor dan lingkungan. TD diharapkan menjadi penggerak berkembangnya organisasi baru.

Tabel 1. Definisi transformasi digital

Penulis	Definisi
Liu, Chen, and Chou (2011), p.1728	Transformasi Digital ialah organisasi transformasi yang mengintegrasikan teknologi digital dan proses bisnis dalam ekonomi digital.
Matt dkk. (2015), hal. 339	Strategi transformasi digital mengambil alih Perspektif dan tujuan yang berbeda .Berasal dari perspektif bisnis-sentris, strategi ini fokus pada transformasi produk, proses, dan aspek organisasi karena inovasi teknologi baru.
Parviainen dkk. (2017), hal. 64	Transformasi digital diterjemahkan sebagai perubahan cara kerja, peran, serta penawaran bisnis yang disebabkan oleh adopsi teknologi digital dalam suatu organisasi, ataupun lingkungan operasional organisasi.
Hess dkk. (2016)	Digitalisasi atau transformasi digital, berhubungan dengan perubahan yang bisa dilakukan oleh teknologi digital, mewujudkan model bisnis perusahaan, produk, proses serta struktur organisasi.
Bondar, Hsu, Pfouga, and Stjepandi'c (2017), hal. 33	Transformasi Digital merupakan jaringan yang konsisten dari semua sektor ekonomi dan sebagai adaptasi para pelaku terhadap keadaan baru ekonomi digital.
Warner & Wa'ger, 2019, hal. 344	Transformasi digital ialah proses yang berkelanjutan, pembaruan strategis yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital guna membangun kemampuan yang menyegarkan atau menggantikan model bisnis, pendekatan kolaboratif, dan budaya organisasi

METODE PENELITIAN

Dalam pebelitian ini digunakan tinjauan sistematis yang diuraikan oleh dan Kraus, Breier, dan Dasí-Rodríguez (2020) dan Tranfield, Denyer, dan Smart (2003) guna mencapai tujuan penataan penelitian yang ada mengenai TD di bidang bisnis dan manajemen. Dalam hal ini terdapat tiga langkah utama yaitu:

- (1) Perencanaan tinjauan,
- (2) Peninjauan,
- (3) Laporan tinjauan.

Dan pada bagian 4 (Hasil), penulis mengikuti Kumar, Kar, dan Ilavarasan (2021) dan Kushwaha, Kar, dan Dwivedi (2021) dalam menyusun analisis.

1. Perencanaan tinjauan

Beberapa artikel ataupun data yang terkait dengan tema penelitian ini dikumpulkan dari database Web of Science (WoS) online. Yang dibuat tahun 1960 dan dimiliki oleh perusahaan analisis Clarivate, WoS merupakan platform berbasis

teknologi web. WoS telah mengumpulkan serta mengkompilasikan berbagai macam database bibliografi, referensi publikasi ilmiah dan kutipan dari disiplin ilmu, teknologi, sosiologis serta humanistik yang tak terhitung jumlahnya dari tahun 1945. WoS terdiri dari lebih dari 12.000 jurnal, 23 juta hak paten, 148.000 prosiding, dan banyak lagi (Kawuryan et al., 2022). Ini memberikan pandangan yang komprehensif dalam penyusunan penelitian di seluruh dunia (Mongeon & Paul-Hus, 2016).

Langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah: mencari judul publikasi, key word, serta abstrak pada penelitian yang diterbitkan mulai 2010 hingga 2020. Pada langkah pertama, hasil query menghasilkan 3.414 jurnal penelitian. Selanjutnya pada langkah kedua penulis membatasi analisis hanya pada artikel; hal ini dilakukan guna mengurangi jumlah kemungkinan kontribusi menjadi 1.667. Pada langkah ketiga, penulis membatasi pencarian dengan berfokus pada artikel terkait bisnis dan manajemen. Ini mengurangi jumlah artikel penelitian menjadi 398. Langkah keempat, penulis membatasi pencarian pada artikel yang berbahasa Inggris, sehingga jumlah artikel menjadi 376.

Pada langkah kelima, hanya 2-, 3-, dan jurnal bintang 4 sebagaimana tercantum dalam peringkat Chartered Association of Business Schools yang dipilih artikel berkualitas lebih tinggi, sehingga jumlah artikel yang sesuai hanya 231. Berlanjut langkah keenam, penulis menyaring judul, kata kunci, serta abstrak dari artikel yang tersisa guna memilah yang tidak relevan dengan topik penelitian peneliti. Akhirnya terdapat 217 artikel yang relevan dengan TD di bidang bisnis dan manajemen.

2. Peninjauan

Pada bagian ini artikel diidentifikasi lebih rinci. Ini akan memberikan informasi jumlah akhir artikel yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengidentifikasi artikel yang relevan, mulai dari judul, abstrak, atau kata kunci:

TS= ("digita* transfor*").

Pencarian yang dilakukan menghasilkan memperoleh 217 artikel relevan yang diterbitkan antara tahun 2010 dan 2020 secara online. Tabel 2 memberikan gambaran terkait artikel yang termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 2

Deskripsi	Hasil
Dokumen	217
Sumber (Jurnal, buku dll)	71

Kata kunci (ID)	612
Kata kunci penulis (DE)	757
Periode	2010-2020
Kutipan rata-rata perdokumen	24.01
Penulis	593
Penulis utama	22
Penulis bersama	571
Artikel tiap penulis	0,366
Penulis tiap artikel	2.73
Penulis pendamping tiap artikel	2.95

3. Metode

Dalam hal ini penulis memakai metode serta prosedur yang berbeda. Untuk menentukan evaluasi tematik penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen, mulai dari menentukan distribusi tahunan artikel yang terkait, jumlah kutipan, nama penulis yang paling sering disebut. Negara asal artikel yang paling banyak juga diidentifikasi. Langkah kedua, artikel dianalisis guna mengidentifikasi kata yang paling sering disebut dalam judul serta kata kunci artikel; nantinya ini akan membentuk deskripsi yang memadai mengenai konten artikel, dan pada gilirannya mengidentifikasi pola dan tren dalam disiplin tertentu (Cambrosio et al., 1993).

Analisis kata kejadian bersama menghubungkan dua artikel yang mengutip artikel yang sama. Semakin banyak artikel yang diterbitkan, semakin besar kemungkinan kedua artikel ini membahas topik yang sama. Jika beberapa artikel menggunakan kata kunci yang sama, kemungkinan besar menandakan bahwa ide yang sama atau serupa tercakup dalam artikel ini. Secara umum, artikel ini diharapkan mampu mendeskripsikan topik sentral dan struktur intelektual dari suatu bidang (Liu, 2013). Saat memetakan analisis kata kejadian penulis menggunakan teori jaringan sosial untuk menentukan posisi setiap kata kunci dalam jaringan (McGrath & Maiye, 2010). Pada langkah terakhir, artikel dikelompokkan berdasarkan isinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi : Bagian 1. ciri-ciri/karakterisasi artikel yang tercakup dalam penelitian ini. Diantaranya: (1) kronologis perubahan sejumlah artikel yang diterbitkan, dan jumlah kutipan di bidang bisnis dan manajemen terkait TD semenjak 2010. Selanjutnya (2) tinjauan umum terhadap artikel yang dikutip; ini juga mencakup

informasi terkait publikasi di tingkat nasional maupen internasional. Pada Bagian 2, hasil kata kunci disajikan guna menunjukkan struktur konsep dari artikel yang tecakup dalam penelitian ini, sedangkan Bagian 3 berisi analisis kata-kata yang muncul bersama, yang memungkinkan pembentukan tema dominan.

1. Analisis temuan berdasarkan jumlah artikel

Gambar 2. merangkum perubahan jumlah artikel dan kutipan mengenai penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen sejak 2010. Tahun publikasi rata-rata adalah 2019. Gambar 2. juga menunjukkan artikel yang diterbitkan sebelum 2017 sebagai pelopor dalam meletakkan dasar domain penelitian. berkembangnya minat penelitian tentang TD di dua bidang baru dimulai pada 2016. Selain itu Gambar 2. juga menunjukkan bahwa, sejak 2019, topik tersebut telah mendapatkan momentum yang cukup besar, dengan sekitar 81,0% dari semua artikel diterbitkan (29,0% pada 2019, dan 52,0% pada 2020).

Dalam hal jumlah sitasi, artikel-artikel yang terlibat dalam penelitian ini dikutip rata-rata 24,0 kali dari total 5208 kutipan. Menggali lebih dalam, terlihat bahwa enam artikel (2,8%) tidak ada kutipan, 70 artikel (32,3%) dikutip antara satu dan lima kali, dan 51 artikel dikutip 25 kali atau lebih (23,5%).

Tabel 3 adalah daftar 10 artikel dengan jumlah kutipan terbanyak. Empat dari artikel yang paling banyak dikutip diterbitkan pada tahun 2019, dan satu artikel diterbitkan pada tahun 2010. Artikel dengan jumlah kutipan tertinggi adalah karya oleh Agarwal, Gao, Gordon, DesRoches, dan Jha (2010) dengan 292 kutipan, Hess dkk. (2016) dengan 128 kutipan, Hagberg dkk. (2016) sebanyak 118 kutipan, dan Botol (2019) sebanyak 109 kutipan.

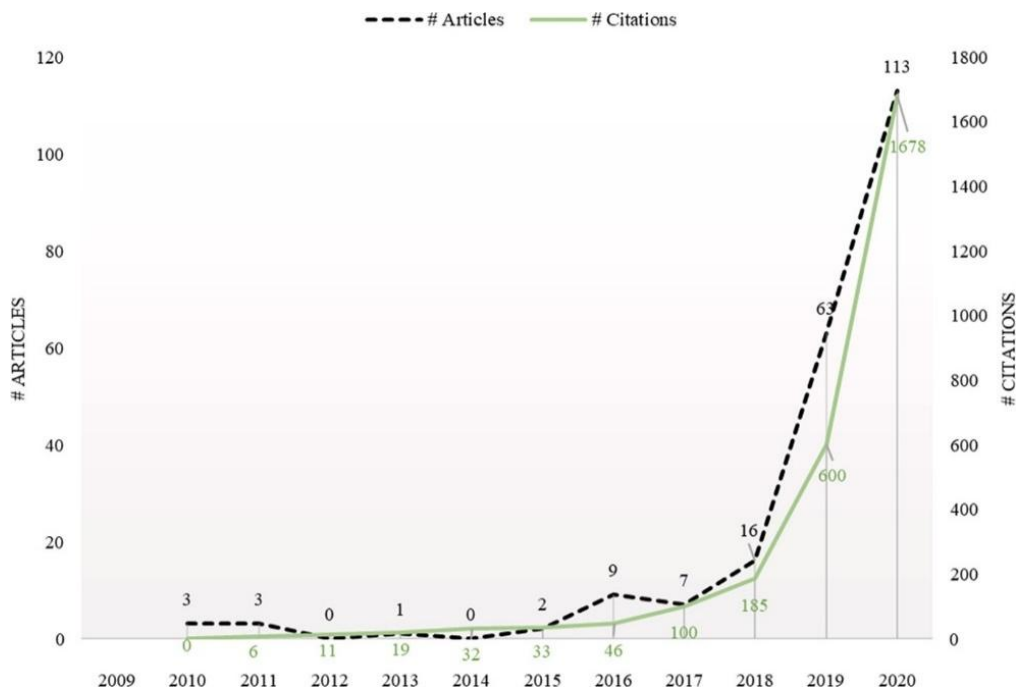
Publikasi terbanyak pada wilayah TD

Tabel 3

Artikel	Sitasi
Agarwal et al. (2010)	292
Hess et al. (2016)	128
Hagberg et al. (2016)	118
Vial (2019)	109
Kathan, Matzler, and Veider (2016)	105
Bogers, Chesbrough, and Moedas (2018)	97
Karimi and Walter (2015)	85
Singh and Hess (2017)	82
Hinings et al. (2018)	77

Sebastian et al. (2017)	76
Trantopoulos, Von Krogh, Wallin, and Woerter (2017)	76

Mengenai kolaborasi penulis antar negara, penulis Italia (37 artikel) yang diterbitkan dengan penulis dari negara lain, diikuti oleh penulis dari Jerman (29 artikel), Amerika Serikat (26 artikel), dan Inggris. (25 artikel). Di empat negara ini, delapan artikel diterbitkan oleh penulis Italia dengan penulis Inggris, tujuh artikel diterbitkan oleh penulis Italia dengan penulis dari Amerika Serikat, dan tujuh oleh penulis Italia, penulis dari Jerman dengan penulis dari Inggris.



Gambar 2. Jumlah artikel yang diterbitkan dan kutipan menurut tahun.

2. Analisis kata kunci

Gambar 3 menunjukkan kata-kata yang sering muncul dalam judul dan kata kunci penulis dari artikel yang dipelajari, yang pada gilirannya menunjukkan fokus tematik dalam karya-karya ini. Lebih tepatnya, Gambar 3 (I) menunjukkan kata-kata frekuensi tinggi dalam judul makalah yang dibahas. Kata-kata yang paling populer dalam judul adalah "digital", "transformasi", "proses", "bisnis", "inovasi", "kinerja", dan "nilai". Di samping itu, Gambar 3(I) menunjukkan kata kunci paling populer dari

makalah yang dipilih, yaitu “kemampuan dinamis”, “data besar”, “kewirausahaan”, “penciptaan nilai bersama”, “model bisnis”, “industri 4.0”, “keunggulan kompetitif”, “penciptaan nilai”, “manajemen perubahan”, “perilaku”, dan “strategi”. Ketika hasilnya disatukan, dapat disimpulkan bahwa “kemampuan dinamis”, “model bisnis”, “penciptaan nilai”, “data besar”, “Industri 4.0”, dan “manajemen perubahan” adalah tema yang paling dominan dalam pemilihan artikel penelitian tentang penelitian DT di bidang bisnis dan manajemen.

Selanjutnya penulis melakukan analisis kata kunci yang sering digunakan antara tahun 2017 dan 2020. Analisis ini hanya mungkin dilakukan mulai tahun 2017 dan seterusnya karena tahun-tahun sebelumnya tidak ada kata kunci yang muncul bersamaan dalam dua artikel atau lebih. Selain itu, kata kunci yang awalnya diperkenalkan dalam penelitian tidak dimasukkan dalam analisis.

Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3, 2019 adalah tahun di mana terjadi peningkatan substansial dalam publikasi tentang TD. Tidak mengherankan, topik yang dipelajari pun semakin beragam. Kata kunci yang menonjol pada tahun 2019 adalah kapabilitas dan strategi dinamis (dengan masing-masing enam artikel dari 63 total artikel), Industri 4.0 dan value co-creation (dengan masing-masing lima artikel dari 63 total artikel), value creation dan big data (masing-masing dengan empat artikel dari total 63 artikel), dan manajemen perubahan dan model bisnis (dengan masing-masing tiga artikel dari total 63 artikel). Tren ini berlanjut pada tahun 2020, dengan kata kunci yang paling sering digunakan adalah kemampuan dinamis (tujuh artikel dari total 113 artikel), diikuti oleh kata kunci strategi (enam artikel dari total 113 artikel), Industri 4.0, model bisnis, dan big data (lima artikel dari total 113 artikel), kecerdasan buatan data penciptaan nilai (empat artikel dari total 113 artikel), dan manajemen perubahan dan penciptaan nilai bersama (empat artikel dari total 113 artikel). Melihat perkembangan selama beberapa tahun, tema dominan dan titik fokus menjadi jelas, terutama di bidang strategi, manajemen perubahan, dan big data.

3. Analisis kata-kata yang sering muncul

Untuk memperdalam analisis lebih lanjut, penulis membuat diagram jaringan menggunakan kata-kata yang sering muncul dari kata kunci yang digunakan dalam artikel yang diteliti. Kata kunci digunakan minimal oleh dua kejadian bersama. Menggunakan analisis kluster, tujuh kluster ditentukan, mengungkapkan kata kunci

yang terkait erat. Setiap klaster diberi warna yang unik untuk menunjukkan tema yang terkandung oleh kata-kata yang sering muncul.

Gambar 5 menunjukkan jaringan kata kunci ini yang diperoleh berdasarkan data dari matriks co-occurrence kata kunci. Diagram jaringan menyoroti kelompok kata kunci yang muncul bersamaan, menunjukkan tujuh kelompok tematik.

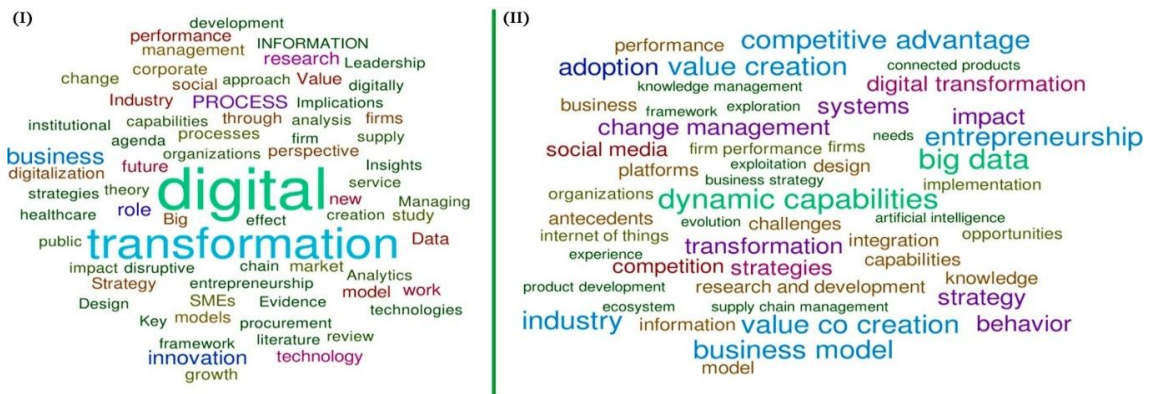
Untuk melabeli setiap cluster, analisis konten artikel yang terkait dengan kata kunci dilakukan menggunakan blok bangunan Vial dari proses DT[Botol, G. (2019). Memahami transformasi digital: Tinjauan dan agenda penelitian] yang berfungsi sebagai lensa objektif untuk kegiatan ini. Berdasarkan analisis diagram jaringan, dan interpretasi setiap klaster dan strukturnya, lima area tematik dapat ditentukan: (1) perubahan struktural dan perubahan penciptaan nilai, (2) penggunaan teknologi digital, (3) kemampuan dinamis , (4) respon strategis, dan (5) perilaku konsumen.

Tema dominan dalam literatur TD yang berhubungan dengan bisnis dan manajemen

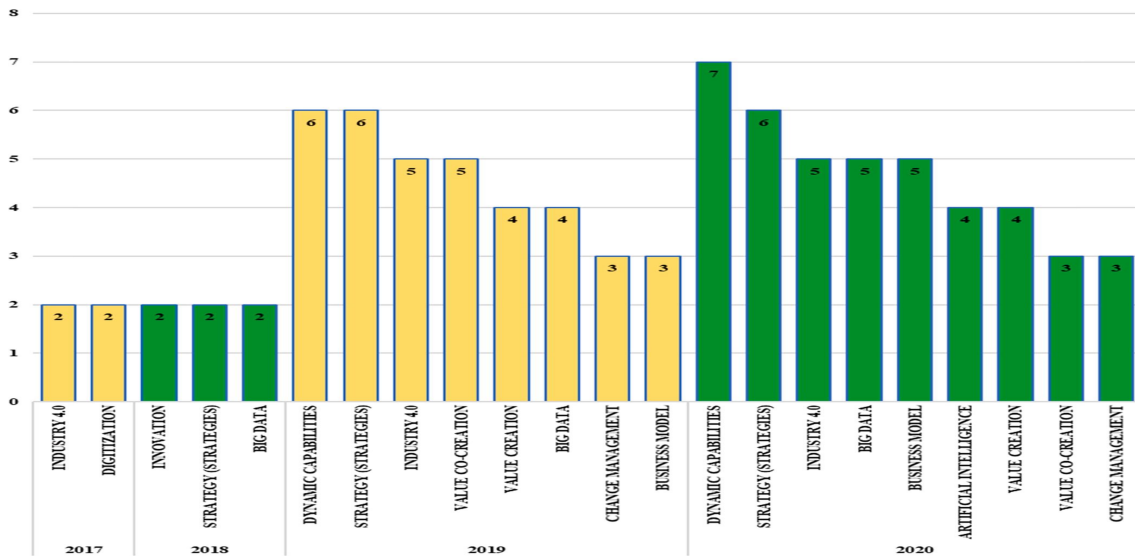
Bagian ini memberikan ikhtisar bidang tematik utama yang diidentifikasi berdasarkan artikel yang dipilih; ini mengikuti langkah-langkah yang disajikan di atas. Presentasi ini terstruktur di sekitar lima area tematik yang diidentifikasi dalam Bagian 3 (analisis kata-kata yang sering muncul)

1. Perubahan struktural dan perubahan penciptaan nilai

Artikel kaster 1 berhubungan dengan perubahan yang diperlukan TD pada tingkat yang berbeda (yaitu, tingkat organisasi, sektor, dan industri).



Gambar 3.(I) Awan kata dari judul.(II) Word cloud dari kata kunci artikel yang dipilih



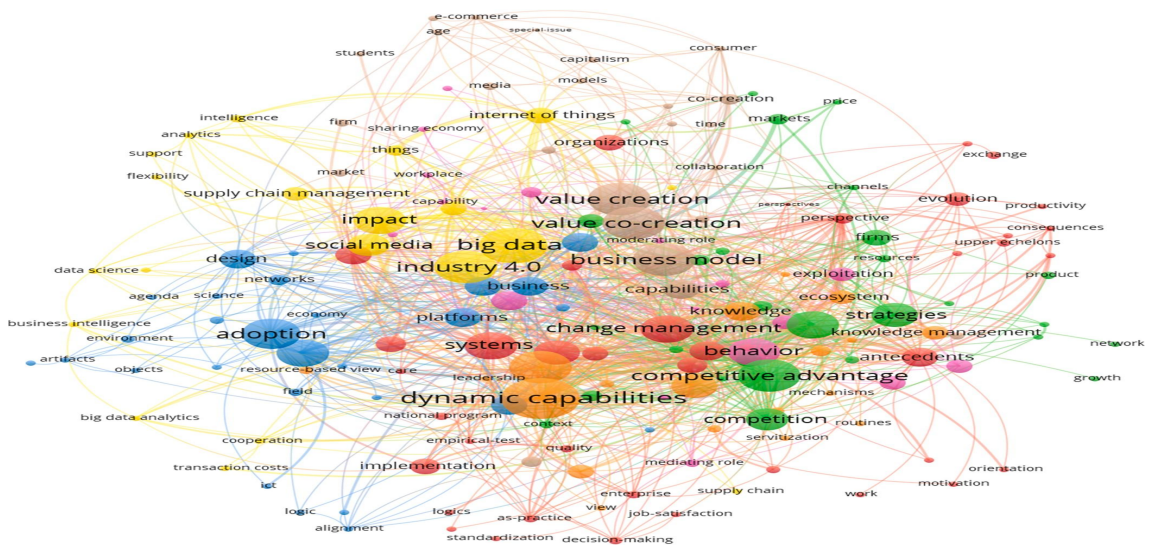
Gambar 4. Ikhtisar kata kunci yang paling sering digunakan antara 2017 hingga 2020.

Agarwal dkk. (2010) telah menganalisis digitalisasi sistem perawatan kesehatan, dampak pada kualitas, dan pengurangan biaya perawatan kesehatan, serta tantangan TD dalam industri ini. Boger dkk. (2018) menggabungkan TD dan keterbukaan untuk membahas kemungkinan dampak perkembangan bisnis dan ekonomi, sedangkan Chanias dkk. (2019) berpendapat bahwa TD mengubah operasi bisnis, produk, dan proses, yang dalam beberapa kasus mengarah ke model bisnis yang benar-benar baru. Cozzolino, Verona, and Rothaermel (2018) memeriksa pendorong dan faktor penghambat adaptasi model bisnis, bagaimana pemegang saham mengubah strategi mereka untuk mengatasi berbagai komponen proses, dan bagaimana model bisnis tertutup dapat diperbarui untuk mengembangkan model bisnis berbasis platform terbuka untuk menangkap peluang eksternal.

Di Gregorio, Maggioni, Mauri, and Mazzucchelli (2019) meneliti bagaimana transformasi digital telah mengganggu jalur karier pemasaran dengan menganalisis keterampilan pemasaran yang paling diminati, dan mengidentifikasi peluang bagi para profesional pemasaran masa depan. Kohtamaki, Parida, Oghazi, Gebauer, and Baines (2019) memverifikasi efek langsung dan interaksi dari ketidakpastian produk dan harga produk pada keputusan pembelian konsumen online. Baiyere, Salmela, dan Tapanainen (2020) memikirkan kembali logika manajemen proses bisnis yang dominan, mengusulkan logika baru yang dikonseptualisasikan oleh penulis sebagai proses sentuhan ringan (proses), fleksibilitas infrastruktur (infrastruktur), dan aktor yang sadar

(agensis)..Baber, Ojala, and Martinez (2019) mempelajari bagaimana model bisnis digital berkembang ketika pengusaha pindah ke platform digital baru, dan bagaimana evolusi ini terkait dengan logika efektuasi dan sebab- akibat.

Baptista, Stein, Klein, Watson-Manheim, dan Lee (2020) mengevaluasi tantangan bagi perusahaan ketika berhadapan dengan perubahan organisasi berasal dari TD, khususnya teknologi tempat kerja.Bejakovic dan Mrnjavac (2020)meneliti hubungan antara keterampilan digital dan pekerjaan, menekankan pentingnya intervensi kebijakan untuk meningkatkan literasi digital. Bouncken dkk. (2021) mengkaji konsep-konsep kunci yang terkait dengan digitalisasi model bisnis; mereka mengembangkan matriks konseptual untuk pertimbangan portofolio digitalisasi model bisnis perusahaan.Cennamo dan Marchesi (2020)mengevaluasi difusi teknologi digital, memungkinkan transformasi penting dalam batasan, proses, struktur, peran, dan interaksi perusahaan. Ekman, Thilenius, Thompson, dan Whitaker (2020) menerapkan perspektif teoritis keterlekatan untuk lebih mendefinisikan kompleksitas transformasi digital MNC, dan mengidentifikasi bagaimana kantor pusat dan anak perusahaan dapat menavigasi mereka.



Gambar 5.Jaringan kopling bibliografi artikel yang diterbitkan dan klaster.

Untuk lebih memahami mekanisme dimana TI memungkinkan atau menghambat kemampuan organisasi publik dalam mencapai nilai publik, Goh dan Arena (2020)mengadopsi lensa resolusi konflik untuk memeriksa bagaimana kemampuan TI mengurangi pengorbanan mereka.Hughes dan Vafeas (2019)

mengeksplorasi perubahan dalam penciptaan bersama nilai agensi/klien selama periode ketika transformasi digital memiliki dampak besar pada proses komunikasi pemasaran. Dengan menggunakan contoh dan praktik perusahaan, Guinan, Parise, dan Langowitz (2019) menjelaskan bagaimana para pemimpin digital menggunakan pengungkit ini untuk mendorong organisasi mereka maju dalam perjalanan menuju transformasi digital.

Der Schaft, Lub, der Heijden, dan Solinger (2020) mempelajari pengaruh interaksi sosial pada dinamika kontrak psikologis selama perubahan organisasi di TD. Mengadopsi pendekatan yang berorientasi pada penemuan, teori yang digunakan, Tronvoll, Sklyar, Sorhammar, dan Kowalkowski (2020) memeriksa pergeseran organisasi strategis yang mendukung servisisasi digital produsen. Wrede, Velamuri, dan Dauth (2020) mengeksplorasi peran dan memfasilitasi tindakan manajer puncak dalam menanggapi transformasi digital.

Artikel yang tersisa digunakan untuk mengelompokkan ini terutama membahas pendekatan, tanggapan, dan tindakan yang diambil oleh organisasi untuk menangani DT progresif (misalnya, Baum, Danner-Schroeder, Mueller-Seitz, & Rabl, 2020; Pria, 2019; Kane, 2019; Krishnamurthy, 2020; Rowe, 2018; Wenzel & Will, 2019), dampaknya pada model bisnis (misalnya, Li, 2020a, 2020b; Rapaccini, Saccani, Kowalkowski, Paiola, & Adrodegari, 2020; Steinhauser, Doblinger, & Huesig, 2020; Tekic & Koroteev, 2019), dan konfigurasi organisasi yang diperlukan untuk meningkatkan keberhasilan TD (misalnya, Hensmans, 2021; Kretschmer & Khashabi, 2020; Scholz, Czichos, Parycek, & Lapoltshammer, 2020; vom Brocke, Schmid, Simons, & Safrudin, 2021; Wenzel, Kraemer, Koch, & Reckwitz, 2020; Westman, 2016; Westerman, Soule, & Eswaran, 2019).

2. Penggunaan teknologi digital

Artikel yang digunakan untuk mengelompokkan ini membahas bagaimana teknologi yang berbeda digunakan untuk menguasai TD, khususnya dalam konteks B2B dan Industri 4.0. Bienhaus dan Haddud (2018) menganalisis peran digitalisasi dalam pengadaan, dan perannya dalam bidang manajemen rantai pasokan, mengeksplorasi potensi hambatan untuk digitalisasi pengadaan dan rantai pasokan, serta cara untuk mengatasinya. Bjorkdahl (2020) membahas upaya digitalisasi dari serangkaian perusahaan manufaktur terkemuka, kesulitan yang dihadapi di sana, dan bagaimana mereka dapat ditangani. Caliskan, Ozkan Ozen, dan Ozturkoglu (2021)

mengembangkan kerangka kerja untuk memahami 7P dalam pemasaran berdasarkan perspektif kontemporer Industri 4.0 (Zunaidi, 2021).

Krupi dkk. (2020) bertujuan untuk mengetahui apakah dan bagaimana pusat inovasi digital Eropa yang berperan sebagai perantara pengetahuan dapat mendukung transformasi digital usaha kecil dan menengah dengan memicu praktik inovasi terbuka. Furr dan Shipilov (2019) menunjukkan bagaimana produsen berhasil menanggapi tantangan digital dengan membuat perubahan besar pada proses manufaktur, saluran distribusi, atau model bisnis mereka.

Horváth dan Szabó (2019) menunjukkan bagaimana eksekutif puncak menafsirkan konsep Industri 4.0, kekuatan pendorong untuk memperkenalkan teknologi baru, dan hambatan utama untuk Industri 4.0. Garzoni, De Turi, Secundo, dan Del Vecchio (2020) menganalisis bagaimana teknologi digital memicu perubahan dalam proses bisnis perusahaan manufaktur kecil dan menengah (UKM) di wilayah Apulia Italia.

Secara menyeluruh dan terstruktur, Hofmann, Samp, dan Urbach (2020) mengusulkan empat sifat yang menjadi ciri otomatisasi proses robot, memberikan orientasi serta fokus untuk penelitian lebih lanjut. Jean, Kim, Lien, and Ro (2020) mengembangkan dan menguji kerangka teoretis tentang bagaimana mengelola hubungan rantai pasokan global di bawah transformasi digital menjadi hubungan pelanggan-pemasok internasional. Nasiri, Ukko, Saunila, dan Rantala (2020) menyelidiki pendekatan yang diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam rantai pasokan digital, juga memeriksa bagaimana transformasi digital perusahaan dapat mendorong teknologi pintar, yang mengarah pada peningkatan kinerja hubungan. Sabri, Micheli, and Nuur (2018) menganalisis dampak transformasi digital dan penyebaran cepat dari inovasi teknologi di sepanjang rantai pasokan ketika proses dan praktik inovasi produk diimplementasikan.

Sivarajah, Irani, Gupta, dan Mahroof (2020) meneliti peran data besar dan analitik media sosial dalam lingkungan web partisipatif dalam organisasi B2B, yang menjadi lebih menguntungkan dan tetap berkelanjutan dalam operasi strategis dan aktivitas bisnis terkait pemasaran mereka. Rahrovani (2020) menunjukkan bahwa digitalisasi memperlihatkan penyesuaian berkelanjutan di dalam dan di seluruh tiga elemen pekerjaan digital: merangkul penggunaan baru platform di tingkat pengguna,

mendesain ulang kebijakan tata kelola, dan menyesuaikan penggunaan dengan logika platform yang mendasari pekerjaan digital. Troshani, Janssen, Lymer, and Parker (2018) meneliti bagaimana pelaporan bisnis-ke-pemerintah tradisional dihilangkan, dan bagaimana pelaporan digital bertekad untuk menggantikannya mengingat tantangan untuk mengurangi beban administrasi tanpa mengorbankan efektivitas peraturan.

Penulis lain meneliti peran penggunaan teknologi/set data/alat di TD seperti data besar dan analitik (mis. Battisti, Syams, Sakka, & Miglietta, 2020; Brous & Janssen, 2020; Caputo, Cillo, Candelo, & Liu, 2019; Carrero, Krzeminska, & Hartel, 2019; Dremel, Herterich, Wulf, Waizmann, & Brenner, 2017; Goul, 2018; Gust, Flat, Brandt, Stroehle, & Neumann, 2017; Jackson, 2019; Kappelman, Johnson, Torres, Maurer, & McLean, 2019; Mausson & Anderson, 2019; Nuccio & Guerzoni, 2019), Internet of Things (misalnya, Butschan, Heidenreich, Weber, & Kraemer, 2019; Ceipek, Hautz, De Massis, Matzler, & Ardito, 2021; Osterlie & Monteiro, 2020; Saarikko, Westergren, & Blomquist, 2020; Sandberg, Holmstrom, & Lyytinen, 2020), kecerdasan buatan (misalnya, Brock & von Wangenheim, 2019; Harwood & Eaves, 2020; Kronblad, 2020b, 2020a; Magistretti, Dell'Era, & Petruzzelli, 2019; Rodriguez-Lluesma, Garcia-Ruiz, & Pinto-Garay, 2021), dan blockchain (misalnya, Cennamo, Dagnino et al., 2020; Li, 2020a; Milian, Spinola, & Carvalho, 2019; Riasanow, Jaentgen, Hermes, Boehm, & Kremer, 2020).

a. Kemampuan dinamis

Klaster ini berisi artikel yang bertujuan guna mengembangkan hubungan antara kemampuan dinamis dan TD, terutama dari sudut pandang teoretis. Berdasarkan kemampuan dinamis dan literatur inovasi digital, Dong (2019) melakukan studi longitudinal mendalam yang melibatkan kewirausahaan digital Belanda. Karimi dan Walter (2015) berfokus pada dampak dinamika antara rutinitas dan kemampuan dinamis saat mengadopsi teknologi baru.

Michaelis, Rogbeer, Schweizer, dan Oezleblebici (2021) penelitian kapabilitas dinamis yang diperluas dengan memeriksa konsep dasar dan mendasar dari kapabilitas, alokasi sumber daya, kesepadanan, dan perubahan lingkungan mengenai penciptaan nilai dan apropriasi dalam lingkungan TD. Menggambar pada literatur tentang kemampuan dinamis dan transformasi digital, Sousa-Zomer, Neely, dan Martinez (2020) dikonseptualisasikan dan diselidiki anteseden yang relevan dari kemampuan

transformasi digital penting dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Pelletier dan Cloutier (2019) mempelajari konseptualisasi kelompok tertentu, terkait persepsi masalah TI dalam ekosistem layanan yang mencakup tiga profil subkelompok: pengusaha, profesional TI, dan profesional dukungan sosial ekonomi.

b. Perilaku konsumen

Artikel ini mencakup kontribusi untuk penelitian mengenai TD yang menyoroti apa yang harus dilakukan dalam konteks B2C. Bassano, Gaeta, Piciocchi, and Spohrer (2017) mengembangkan model perilaku pelanggan yang menjelaskan faktor dampak pada proses pembelian konsumen yang dihasilkan oleh mode baru dalam menciptakan informasi dan komunikasi berbasis teknologi. Hagberg dkk. (2016) menganalisis digitalisasi ritel dengan mengembangkan kerangka kerja konseptual yang dapat digunakan untuk menggambarkan lebih lanjut transformasi antarmuka pengecer-konsumen saat ini.

Gregory, Kaganer, Henfridsson, and Ruch (2018) menemukan bahwa adopsi luas teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mengarah ke TI setiap orang, seperangkat keyakinan bersama di antara konsumen yang menyoroti akses demokratisasi dan penggunaan TI secara individual. Huarung, Bresciani, dan Ferraris (2020) mengusulkan model untuk desain interaksi pengalaman dengan tujuan bisnis yang mencakup serangkaian kegiatan interaktif.

Dibandingkan dengan makalah yang ditugaskan untuk klaster “Penggunaan teknologi digital” yang sebagian besar mencakup makalah yang dilakukan dalam konteks B2B dan/atau Industri 4.0, dapat disimpulkan bahwa pada tahun-tahun sebelumnya, studi TD memiliki fokus utama pada B2C, sedangkan baru-baru ini, fokus telah bergeser untuk mempelajari dampak TD pada B2B. Perkembangan ini tentunya didukung oleh penekanan yang diberikan pada Industri 4.0 dalam beberapa tahun terakhir, baik di kalangan akademisi maupun oleh masyarakat (seperti juga ditunjukkan dalam Gambar 3).

c. Tanggapan strategis

Klaster terakhir ini berisi artikel yang mempelajari bisnis digital dan strategi TD. Al-Busaidi dan Al-Muharrami (2021) memberikan penilaian terpadu yang memungkinkan lembaga keuangan untuk mengembangkan strategi dan penilaian mereka dalam hal investasi TIK, dan melampaui indikator profitabilitas keuangan yang

khas dan nyata.Bohnsack dan Liesner (2019) menyediakan kerangka kerja peretasan pertumbuhan, mendekonstruksi blok bangunannya: pemasaran, analisis data, pengkodean, dan filosofi lean startup.

Galindo-Martin, Castano-Martinez, and Mendez-Picazo (2019) menganalisis efek teoritis dan kuantitatif dari TD dan dividen digital pada aktivitas kewirausahaan.Guenzi dan Habel (2020) menyajikan model untuk analisis mendalam proses penjualan, tujuan untuk setiap proses dalam hal efektivitas dan efisiensi, dan serangkaian tanggapan digital yang terstruktur. Kohli dan Johnson (2011)mempelajari siapa yang harus memimpin upaya TD, serta peran chief information officer dalam menjalankan strategi digital.Nambisan, Wright, dan Feldman (2019)meneliti dampak signifikan dari teknologi digital, platform, dan infrastruktur pada inovasi dan kewirausahaan di berbagai tingkat, dan di berbagai negara, industri, dan perusahaan. Mengenai hambatan, kurangnya kemampuan untuk mengumpulkan dan menafsirkan data yang terkait dengan revolusi pertanian digital dan strategi berbasis data yang hilang ditekankan.

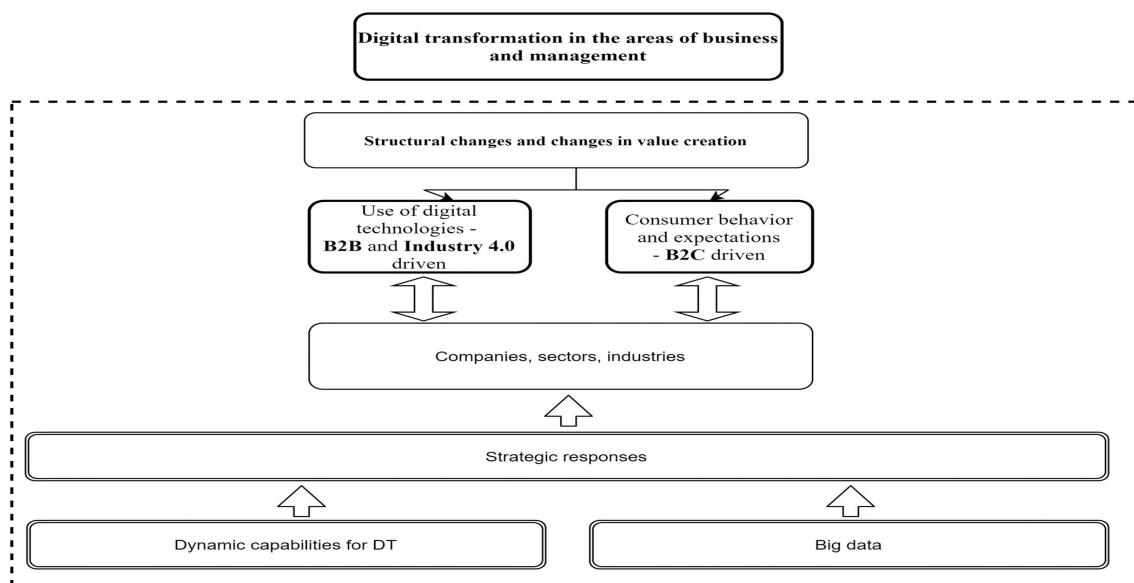
McGrath dan McManus (2020),Rane, Narvel, dan Bhandarkar (2019),Schallmo dkk. (2019); Schallmo, Williams, Boardman dkk. (2019),Sebastian dkk. (2017), dan Teubner dan Stockhinger (2020)mengembangkan pendekatan terpadu untuk strategi digital, sementaraWang, Mahmood, Sismeiro, and Vulkan (2019)menganalisis apakah strategi TD dapat meningkatkan kinerja organisasi, memberikan analisis komprehensif tentang perlunya penerapan transformasi digital di perusahaan.Wiesboeck dan Hess (2020)menggabungkan pekerjaan yang ada pada inovasi digital ke dalam kerangka kerja penghubung berbasis teknologi dari inovasi digital dan penanamannya dalam organisasi.

Pembahasan

1.Kontribusi teoretis

Gambar 6 dikembangkan untuk memberikan pandangan sinergis dari penelitian yang ada tentang TD di bidang bisnis dan manajemen, dan dengan demikian menyatukan temuan yang disajikan dalam Bagian 4 dan 5(Bagian 4.2, 4.3, dan5 khususnya). Kerangka kerja yang diusulkan memberikan jawaban yang disintesis untuk pertanyaan penelitian kedua: (ii) Tema apa yang telah dipelajari dalam literatur bisnis dan manajemen yang ada mengenai transformasi digital?

Kerangka tersebut dapat dibaca sebagai berikut: penelitian yang berfokus pada transformasi digital dalam bisnis dan manajemen didorong oleh pekerjaan yang mengambil perspektif internal, yaitu pandangan berbasis sumber daya, serta perspektif eksternal, yaitu salah satu perubahan struktural, dan perubahan cara nilai ada/dapat dibuat sebagai hasilnya. Dengan yang pertama, penelitian yang ada telah membahas peran strategi, kemampuan dinamis, dan penggunaan data besar untuk secara khusus berhasil mengatasi transformasi digital di perusahaan. Untuk aspek kedua, pekerjaan ekstensif di lapangan telah menangani pertanyaan yang berbeda mengenai perubahan struktural dan konsekuensinya pada tingkat yang berbeda. Dengan latar belakang kemungkinan (dan aktual) konsekuensi perubahan (TD) bagi perusahaan, seluruh industri, dan sektor, tidak mengherankan bahwa sejumlah besar kontribusi yang diterbitkan berhubungan dengan bentuk-bentuk alternatif atau baru dari penciptaan nilai. Penelitian mengenai kedua perspektif tersebut disajikan dalam Bagian 4, sedangkan evolusi kata kunci, seperti yang digambarkan dalam Gambar 3, telah menggambarkan penekanan ini dalam penelitian yang ada dalam beberapa tahun terakhir.



Gambar 6. Kerangka kerja yang berkaitan TD dengan bidang bisnis dan manajemen.

Kegiatan mengenai penataan penelitian saat ini lebih lanjut menunjukkan bahwa kedua perspektif tersebut telah/dapat dipelajari secara mendalam dalam konteks B2B atau B2C; baik dipengaruhi oleh pengaruh internal maupun pengaruh eksternal. Namun,

penelitian yang ada menunjukkan bahwa bekerja dalam konteks B2B sebagian besar berkaitan dengan penggunaan teknologi digital baru untuk meningkatkan atau mengaktifkan produk, proses, prosedur, dll yang sama sekali baru dalam suatu organisasi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital baru dalam konteks B2B merupakan faktor kunci dalam pengembangan produk, proses, dan prosedur baru. Pekerjaan B2C di sisi lain memiliki lebih banyak perspektif eksternal (pelanggan), dan tertarik pada bagaimana kolaborasi dan hubungan dengan pelanggan dapat ditingkatkan/akan berubah sebagai akibat dari pengembangan TD. Dari sini mungkin dapat disimpulkan bahwa beberapa peneliti fokus pada teknologi (B2B), sementara yang lain fokus pada orang (B2C). Artikel yang dibahas dalam penelitian ini dan disajikan dalam Bagian 4 menunjukkan sebanyak itu, dengan kerangka yang mencerminkan hal ini juga.

Sepengetahuan penulis, artikel ini adalah yang pertama membahas topik TD dari perspektif evolusioner yang berfokus pada bidang bisnis dan manajemen. Melebihi ruang lingkup literatur yang ada yang selama ini terbatas pada domain tertentu (lihat Hofacker dkk., 2020 atau Li, 2020b). Kerangka yang diusulkan dipandang sebagai dasar yang kuat untuk diskusi, kritik, dan dukungan lebih lanjut. Karena langkah cepat TD kemungkinan akan mendukung perubahan yang cepat secara umum, dan dua bidang bisnis dan manajemen pada khususnya, tema yang diidentifikasi dan disorot dalam kerangka kerja juga dapat berfungsi sebagai dasar untuk penelitian tambahan di masa depan.

Temuan yang disajikan dalam Artikel ini menunjukkan semakin banyak publikasi yang didedikasikan untuk TD di bidang bisnis dan manajemen. Berfokus pada publikasi antara 2010 dan 2020, penulis menemukan hanya beberapa publikasi dalam periode antara 2010 dan 2015. Peningkatan signifikan dalam publikasi dimulai pada 2018. Transisi dari 2018 ke 2019 tampaknya menjadi momen ketika penelitian tentang TD dimulai, dan terus berlanjut sejak saat itu. Lebih lanjut pada pertanyaan penelitian pertama yang berfokus pada evolusi topik di bidang bisnis dan pengelolaan. Meskipun TD sebagai bidang penelitian di dua bidang ini masih dalam tahap awal, bukti yang diberikan sebenarnya menunjukkan beberapa artikel yang baru-baru ini diterbitkan di ABS. ≥ 2 bintang jurnal dari 2016 dan seterusnya, yang telah dikutip 100 kali atau lebih.

Pertanyaan penelitian kedua yang diajukan adalah tertarik untuk menentukan tema-tema yang telah dipelajari di dua wilayah tersebut mengenai TD. Hasilnya sangat baik menunjukkan bahwa dengan meningkatnya publikasi, dan seiring waktu, topik itu sendiri menjadi lebih beragam. Sementara pada 2017 dan 2018 hanya dua/empat topik yang mendominasi, analisis kata kunci untuk 2019 dan 2020 tidak hanya menyarankan isu-isu baru, tetapi juga fokus yang tampaknya lebih kuat dalam hal penekanan. Temuan juga menunjukkan bahwa “Industri 4.0” adalah topik minat yang dominan mengenai TD di bidang bisnis dan manajemen (telah dipelajari selama bertahun-tahun yang tercakup dalam analisis kata kunci tetapi satu: 2018). Kata kunci pendorong tahun 2019 dan 2020 tampak sangat terkait erat dengan topik utama lainnya di bidang bisnis dan manajemen seperti kapabilitas dinamis, inovasi model bisnis, atau penciptaan nilai. Selain analisis kata kunci, dan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang evolusi tematik penelitian TD di dua bidang yang diperiksa, penulis artikel ini menggunakan analisis lebih lanjut yang pada akhirnya mengarah pada lima tema dominan.

Temuan ini disintesis dalam Gambar 6, menyajikan kerangka yang menampilkan bidang penelitian tematik, mulai dari kajian yang ditujukan untuk penelitian yang berkembang secara teoritis, konseptual, dan empiris tentang TD di kedua bidang tersebut. Penelitian yang sudah ada mencakup studi yang menyoroti perubahan struktural yang diperlukan pada tingkat yang berbeda di perusahaan, sektor, dan industri yang harus dipersiapkan untuk TD. Dapat disimpulkan bahwa artikel ini telah mengembangkan dan menyajikan gambaran rinci dan komprehensif tentang pencapaian saat ini dalam penelitian TD di bidang bisnis dan manajemen yang diterbitkan dalam ABS ≥ 2 bintang jurnal antara 2010 dan 2020, dan telah menguraikan evolusi tematik bidang selama jangka waktu yang dicakup. Kerangka yang diusulkan menyatukan dan menghubungkan jalan penelitian yang relevan dan terbaru mengenai TD di bidang bisnis dan manajemen. Fokusnya pada literatur bisnis dan manajemen dalam penelitian ini telah memperluas perspektif terbatas yang diambil oleh tinjauan terbaru lainnya.

2. Implikasi untuk latihan

Temuan penelitian ini memberikan informasi yang berguna bagi praktisi (misalnya, pengusaha dan manajer) untuk memahami peluang dan tantangan yang

timbul dari TD – tidak hanya pada tingkat perusahaan individu, tetapi juga pada tingkat antarperusahaan. Pemahaman yang ditingkatkan ini juga dapat menjadi penting dalam hal hubungan dengan pemangku kepentingan yang relevan seperti pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis, terutama ketika mempertimbangkan bahwa TD mengarah pada perubahan struktural yang membutuhkan lebih banyak kolaborasi antara aktor yang berbeda untuk meningkatkan kemungkinan manfaat dari TD. Pemahaman yang lebih baik ini juga relevan untuk mempersiapkan perusahaan secara internal, membantu menempatkan mereka pada posisi yang lebih baik untuk mengatasi TD dan pengaruhnya terhadap bisnis dan operasinya. Investasi simultan diperlukan di sini di bidang pendidikan,

Pembuat kebijakan juga dapat menemukan kontribusi artikel ini berguna, terutama terkait bagaimana mereka memberikan pemahaman yang baik tentang konektivitas antara TD yang terjadi pada tingkat dan dalam konteks yang berbeda, yaitu tingkat perusahaan atau tingkat sektor/industri, dan B2B dan B2C. Mengingat TD berarti perubahan, dan perubahan struktural khususnya, temuan yang disajikan dalam makalah ini dapat dilihat sebagai masukan yang relevan untuk memandu keberhasilan proses perubahan ini. Pemahaman ini, dikombinasikan dengan kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan dinamis yang spesifik dan memiliki tanggapan khusus dalam bentuk strategi DT, dapat membantu pembuat kebijakan merancang dan menerapkan kebijakan yang lebih terinformasi yang ditujukan untuk TD berkelanjutan yang menguntungkan berbagai aktor.

Pendidikan dan pelatihan juga penting untuk perubahan TD. Tema-tema yang diidentifikasi dalam penelitian ini yang berhubungan dengannya dapat dianggap sebagai titik awal yang baik untuk mengadaptasi atau merevisi pendidikan TD di bidang bisnis dan manajemen dengan cara berbasis bukti. Hasilnya memberikan informasi yang relevan untuk mata pelajaran seperti manajemen strategis, pemasaran, perilaku konsumen, manajemen inovasi, dan manajemen rantai pasokan, serta manajemen sumber daya manusia atau pengembangan bisnis digital..

KESIMPULAN

Meskipun perkembangan terakhir, penelitian tentang topik TD masih dalam tahap awal. Artikel ini telah memetakan evaluasi tematik penelitian tentang TD di

bidang bisnis dan manajemen. Ini tidak hanya menyoroti penulis yang telah berkontribusi pada pengembangan topik sejauh ini, tetapi juga menguraikan jurnal dengan jumlah artikel terbanyak yang berfokus pada TD di dua bidang yang diperiksa. Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian ini, meskipun penelitian tentang TD di bidang bisnis dan manajemen telah mendapatkan minat baru-baru ini (dan khususnya dari 2019 dan seterusnya), bidang penelitian ini tetap terfragmentasi, membawa keterbatasan tertentu yang pada gilirannya membuka beberapa bidang untuk masa depan riset.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriole, S. J. (2017). *Five Myths About Digital Transformation*. sloanreview.mit.edu. <https://sloanreview.mit.edu/article/five-myths-about-digital-transformation/>
- Cambrosio, A., Limoges, C., Courtial, J. P., & Laville, F. (1993). Historical scientometrics? Mapping over 70 years of biological safety research with cword analysis. *Scientometrics*, 27(2), 119–143. <https://doi.org/10.1007/BF02016546>
- Ćukušić, M. (2021). Contributing to the current research agenda in digital transformation in the context of smart cities. *International Journal of Information Management*, 58, 2020–2022. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102330>
- Deline, M. B. (2019). Framing Resistance: Identifying Frames That Guide Resistance Interpretations at Work. *Management Communication Quarterly*, 33(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0893318918793731>
- Evans, N., & Price, J. (2020). Development of a holistic model for the management of an enterprise's information assets. *International Journal of Information Management*, 54(April), 102193. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102193>
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation: Insights and Implications for Strategy and Organizational Change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159–1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- Kawuryan, M. W., Fathani, A. T., Purnomo, E. P., Salsabila, L., Azmi, N. A., Setiawan, D., & Fadhlurrohman, M. I. (2022). Sustainable Tourism Development in Indonesia: Bibliometric Review and Analysis. *Indonesian Journal of Geography*, 54(1). <https://doi.org/10.22146/ijg.64657>

- Knudsen, D. R. (2020). Elusive boundaries, power relations, and knowledge production: A systematic review of the literature on digitalization in accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36(xxxx), 100441.
<https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100441>
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211047576>
- Liu, X. (2013). Full-Text Citation Analysis : A New Method to Enhance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(July), 1852–1863.
<https://doi.org/10.1002/asi>
- McGrath, K., & Maiye, A. (2010). The role of institutions in ICT innovation: Learning from interventions in a Nigerian e-government initiative. *Information Technology for Development*, 16(4), 260–278. <https://doi.org/10.1080/02681102.2010.498408>
- Mongeon, P., & Paul-Hus, A. (2016). The journal coverage of Web of Science and Scopus: a comparative analysis. *Scientometrics*, 106(1), 213–228.
<https://doi.org/10.1007/s11192-015-1765-5>
- Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: How to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of smes during the covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–22.
<https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Scheppler, B., & Weber, C. (2020). Robotic Process Automation. *Informatik-Spektrum*, 43(2), 152–156. <https://doi.org/10.1007/s00287-020-01263-6>
- vom Brocke, J., Schmid, A. M., Simons, A., & Safrudin, N. (2021). IT-enabled organizational transformation: a structured literature review. *Business Process Management Journal*, 27(1), 204–229. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2019-0423>
- Wright, G., Van Der Heijden, K., Bradfield, R., Burt, G., & Cairns, G. (2004). The Psychology of Why Organizations Can be Slow to Adapt and Change. *Journal of*

General Management, 29(4), 21–36. <https://doi.org/10.1177/030630700402900402>
Zunaidi, A. (2021). Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah Ib
Ditinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus Pada Bprs Kota Mojokerto Cabang
Jombang). *Muamalatuna*, 13(2), 23–43.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37035/mua.v13i2.5525>