



DIGITAL FIRST, HUMAN FOCUS: STRATEGI TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL DALAM MENGHADAPI DISRUPSI ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Taufik Yuandika Bahri¹, Chairini Aisyah², William Tandreas³,
Muhammad Habib Auliya⁴

^{1,3}Program Studi Bisnis Digital, Institut Modern Arsitektur dan Teknologi Indonesia

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Modern Arsitektur dan
Teknologi Indonesia

⁴Program Studi Arsitektur, Institut Modern Arsitektur dan Teknologi Indonesia

¹taufik.yuandika1@gmail.com, ²chairiniaisyah09@gmail.com,

³tandreas.william1@gmail.com, ⁴muhammadhabibauliya@gmail.com,

ABSTRAK

Transformasi bisnis digital telah berkembang dari sekadar adopsi teknologi menuju perubahan strategis yang menyeluruh pada model bisnis, proses operasional, tata kelola, dan kapabilitas organisasi. Di tengah percepatan disrupsi Artificial Intelligence, perusahaan dituntut tidak hanya menerapkan pendekatan *digital first*, tetapi juga menjaga orientasi *human focus* agar transformasi yang dilakukan tetap adaptif, etis, inklusif, dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi transformasi bisnis digital yang efektif dalam menghadapi disrupsi AI dengan menempatkan manusia sebagai pusat perubahan organisasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur sistematis terhadap artikel ilmiah, laporan institusi, dan publikasi akademik mutakhir yang relevan dengan transformasi digital, AI, inovasi model bisnis, dan kapabilitas organisasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi transformasi yang berhasil dibangun melalui lima pilar utama, yaitu kepemimpinan digital, integrasi AI pada proses bisnis, penguatan kapabilitas SDM, tata kelola data dan etika AI, serta inovasi model bisnis berbasis nilai pelanggan. Pendekatan *digital first* terbukti meningkatkan kecepatan keputusan, efisiensi, dan personalisasi layanan, tetapi tanpa pendekatan *human focus* dapat menimbulkan resistensi karyawan, bias algoritma, kesenjangan kompetensi, dan degradasi kepercayaan pelanggan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital pada era AI bergantung pada kemampuan organisasi dalam menyeimbangkan orientasi teknologi dengan pemberdayaan manusia. Implikasi penelitian ini memberikan kerangka strategis bagi organisasi dalam merancang transformasi digital yang lebih tangguh, adaptif, dan berdaya saing.

Kata kunci: *Transformasi bisnis digital, digital first, human focus.*

ABSTRACT

Digital business transformation has evolved from mere technology adoption into a comprehensive strategic shift in business models, operational processes, governance, and organizational capabilities. Amid the accelerating disruption of Artificial Intelligence, firms are required not only to adopt a *digital first* approach but also to maintain a *human focus* orientation to ensure that transformation remains adaptive, ethical, inclusive, and sustainable. This study aims to analyze effective digital business transformation strategies in responding to AI disruption by positioning humans at the center of organizational change. The study employs a descriptive qualitative approach using a systematic literature review of scholarly articles, institutional reports, and recent academic publications related to digital transformation, AI, business model innovation, and organizational capabilities. The findings reveal that successful transformation strategies are built upon five main pillars: digital leadership, AI integration into business processes, workforce capability development, data governance and AI ethics, and customer-value-based business model innovation. The *digital first* approach has been shown to improve decision speed, efficiency, and service personalization; however, without a *human focus* approach, it may trigger employee resistance, algorithmic bias, competency gaps, and declining customer trust. This study concludes that the success of digital transformation in the AI era depends on an organization's ability to balance technology orientation with human empowerment. The findings offer a strategic framework for organizations in designing more resilient, adaptive, and competitive digital transformations.

Keywords: *Digital business transformation, digital first, human focus.*



PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi rencana strategis berbagai organisasi di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai upaya tambahan untuk meningkatkan efisiensi, tetapi telah menjadi fondasi utama dalam membangun model bisnis baru, memperluas akses pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan Artificial Intelligence mempercepat skala dan intensitas transformasi tersebut. AI menghadirkan kemampuan analitik yang tinggi, otomatisasi cerdas, prediksi perilaku konsumen, hingga pengambilan keputusan berbasis data secara real time. Menurut Saputro (2024), Transformasi digital menjadi strategi inti untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja operasional di era disrupsi teknologi. Keberhasilan digitalisasi ditentukan oleh kemampuan organisasi untuk Integrasi strategi digital ke proses bisnis inti, mengembangkan kapabilitas sensing, seizing, dan transforming, serta menyeimbangkan exploration (eksplorasi) dengan exploitation (eksploitasi) sumber daya.

Kraus et al. (2022) menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi yang bersifat multidimensi dan strategis melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan penciptaan nilai. Transformasi digital tidak hanya mencakup penerapan teknologi, tetapi juga perubahan model bisnis, proses organisasi, struktur manajemen, dan kapabilitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan strategi bisnis dan budaya organisasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Akselerasi teknologi digital telah mengubah paradigma bisnis global secara mendasar. Di era perubahan teknologi sekarang ini, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) bukan lagi sekadar alat otomatisasi tingkat rendah, melainkan penggerak utama disrupsi yang mendefinisikan ulang cara nilai diciptakan, dikirimkan, dan ditangkap oleh organisasi. Implementasi AI, mulai dari *Machine Learning* hingga *Generative AI*, menawarkan efisiensi operasional yang belum pernah terjadi sebelumnya, analisis data prediktif yang akurat, dan personalisasi layanan pelanggan skala besar.

Namun, paradigma *Digital First* ini sering kali terjebak pada pendekatan yang murni teknosentris. Literatur terdengar nyaring memperingatkan bahwa organisasi yang terlalu berfokus pada teknologi cenderung mengabaikan elemen fundamentalnya seperti: manusia (faktor organisasi, budaya, dan talenta). Transformasi digital yang sukses tidak hanya tentang mengganti manusia dengan algoritma, melainkan tentang bagaimana teknologi memperkuat kapabilitas manusia (*human augmentation*). Tanpa adanya *Human Focus*, disrupsi AI justru memicu resistensi internal, penurunan moral karyawan, alienasi pelanggan, dan hilangnya sentuhan empati yang menjadi diferensiasi kompetitif utama bisnis. Oleh karena itu, diperlukan sebuah ekuilibrium baru sebuah strategi di mana digitalisasi menjadi garda depan, namun manusia tetap menjadi pusat kendali dan orientasi nilai. Menurut Myers (2020), *Digital first* adalah fenomena ontological reversal: di mana versi digital dibuat pertama, dan versi fisik dibuat kedua (jika diperlukan). Teknologi digital tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi aktif membentuk realitas fisik.

Meskipun urgensi untuk menyeimbangkan aspek teknologi dan manusia ini sering di gunakan, realitas empiris menunjukkan adanya jurang pemisah (*gap*) yang besar. Banyak organisasi mengalami kegagalan transformasi digital karena terjebak dalam perangkap efisiensi AI, di mana mereka memangkas biaya dengan mengorbankan pengalaman pelanggan (*customer experience*) dan kesejahteraan karyawan (*employee experience*). Masalah utama yang mendasari penelitian ini adalah: bagaimana menyusun dan mengintegrasikan strategi transformasi bisnis digital yang mampu mengadopsi AI secara agresif (*Digital First*) tanpa



mengikis nilai-nilai kemanusiaan dan hubungan emosional stakeholders (*Human Focus*)? Secara lebih spesifik, belum ada kerangka kerja yang komprehensif mengenai bagaimana mitigasi disrupsi AI dilakukan melalui reskilling talenta dan desain ulang interaksi konsumen berbasis empati.

Penelitian terdahulu mengenai transformasi digital berbasis AI umumnya terfragmentasi ke dalam dua kutub yang ekstrem. Kutub pertama berfokus pada aspek teknis dan manajerial, seperti optimalisasi algoritma dan efisiensi rantai pasok. Kutub kedua berfokus pada aspek psikologi organisasi dan dampak negatif AI terhadap lapangan kerja (Takona, 2024).

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada integrasi dialektis antara pendekatan *Digital First* dan *Human Focus* sebagai satu kesatuan strategi transformasi yang simbiotik. Penelitian ini tidak melihat AI dan manusia sebagai dua entitas yang saling berkompetisi, melainkan menawarkan model integrasi di mana AI menangani kompleksitas data (*high-tech*) sementara manusia mengoptimalkan hubungan, etika, dan kreativitas (*high-touch*). Selain itu, penelitian ini memberikan konteks segar pada era pasca-ledakan *Generative AI*, sebuah area yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur manajemen strategis klasik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada dua ranah utama: Kontribusi Teoretis: Penelitian ini memperkaya literatur manajemen strategis dan sistem informasi, khususnya mengenai Teori Kapabilitas Dinamis (*Dynamic Capabilities Theory*). Kami memperluas teori tersebut dengan memperkenalkan konsep "Kapabilitas Dinamis Berpusat pada Manusia" (*Human-Centric Dynamic Capabilities*) di era AI. Kontribusi Praktis: Bagi para praktisi bisnis, CEO, dan pengambil kebijakan (*C-Level Executives*), penelitian ini menyediakan cetak biru (*blueprint*) dan panduan taktis untuk merancang arsitektur organisasi yang adaptif terhadap AI, merumuskan program *upskilling/reskilling* karyawan, serta mempertahankan loyalitas pelanggan melalui strategi komunikasi yang humanis di tengah gempuran otomatisasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur sistematis. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah mengkaji, mensintesis, dan menginterpretasikan berbagai temuan ilmiah mengenai strategi transformasi bisnis digital dalam menghadapi disrupsi AI. Menurut Creswell (2017), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan melalui analisis data yang bersifat deskriptif dan interpretatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti melalui pengkajian berbagai sumber informasi yang relevan. Metode studi literatur sistematis memungkinkan peneliti melakukan identifikasi, evaluasi, dan sintesis terhadap berbagai hasil penelitian yang relevan secara terstruktur dan transparan. Melalui metode ini, peneliti dapat mengintegrasikan temuan-temuan ilmiah yang telah dipublikasikan untuk membangun pemahaman konseptual yang lebih kuat mengenai suatu fenomena, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, serta menghasilkan kesimpulan yang berbasis bukti (*evidence-based*).

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari:

1. Artikel jurnal internasional bereputasi;
2. Prosiding ilmiah dan buku akademik;
3. Laporan institusi dan publikasi yang relevan;
4. Referensi teoretis klasik yang mendukung analisis konseptual.



Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dengan kata kunci: *digital business transformation, digital first, human focus*.

Sumber pencarian meliputi basis data akademik seperti *Science Direct, Springer, Emerald*, dan publikasi ilmiah relevan lainnya. Literatur dipilih berdasarkan kriteria:

1. Relevan dengan tema transformasi digital dan AI;
2. Memiliki pembahasan konseptual atau empiris tentang strategi organisasi;
3. Dipublikasikan pada jurnal atau penerbit akademik yang kredibel;
4. Mendukung analisis terhadap orientasi teknologi dan orientasi manusia.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) melalui beberapa tahap:

1. Identifikasi literatur yang relevan.
2. Reduksi data berdasarkan fokus tema.
3. Kategorisasi konsep utama.
4. Sintesis temuan.
5. Penarikan kesimpulan dan penyusunan kerangka strategis.

Analisis dilakukan untuk menemukan pola, isu dominan, tantangan, dan strategi yang paling sering muncul dalam literatur mengenai transformasi digital berbasis AI.

Validitas Data

Validitas penelitian dilakukan melalui:

1. Triangulasi sumber, dengan membandingkan berbagai referensi akademik;
2. Seleksi pustaka mutakhir, agar analisis tidak ketinggalan konteks perkembangan AI;
3. Konsistensi konseptual, dengan merujuk pada teori transformasi digital, inovasi model bisnis, dan kapabilitas organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Disrupsi AI Mengubah Logika Transformasi Bisnis

Disrupsi AI tidak sekadar menambah alat baru dalam operasi bisnis, tetapi mengubah logika kerja organisasi secara fundamental. Sebelumnya, transformasi digital banyak difokuskan pada digitalisasi dokumen, otomasi proses rutin, dan penguatan sistem informasi. Kini, AI memungkinkan organisasi bergerak ke level yang lebih tinggi, yaitu pengambilan keputusan prediktif, personalisasi berbasis perilaku, dan penciptaan nilai baru melalui pemrosesan data skala besar.

Generative AI bahkan mempercepat perubahan ini karena mampu mengotomasi aktivitas kognitif yang sebelumnya dianggap eksklusif bagi manusia, seperti menulis, merancang, menganalisis, dan merespons pelanggan. Kondisi ini menimbulkan peluang besar, tetapi juga risiko besar. Organisasi yang lambat beradaptasi berpotensi kehilangan relevansi, sedangkan organisasi yang terlalu cepat mengadopsi AI tanpa tata kelola yang matang dapat mengalami masalah etika, kualitas keputusan, dan ketidakpercayaan publik.

Makna Strategis Digital First di Era AI

Pendekatan *digital first* menjadi relevan karena organisasi memerlukan kecepatan, skalabilitas, dan konektivitas dalam menghadapi lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Melalui pendekatan ini, proses bisnis dirancang berbasis data dan sistem digital, sehingga organisasi dapat mempercepat respons pasar, menurunkan biaya transaksi, dan meningkatkan integrasi antarunit kerja. Dalam perspektif strategis, *digital first* setidaknya menghasilkan



empat keuntungan. Pertama, perusahaan dapat mengakses data real-time untuk mendukung keputusan. Kedua, pengalaman pelanggan menjadi lebih personal dan konsisten lintas kanal. Ketiga, inovasi layanan dapat dilakukan lebih cepat melalui platform digital. Keempat, organisasi memperoleh fleksibilitas untuk melakukan eksperimen bisnis dengan biaya lebih rendah. Literatur menunjukkan bahwa kapabilitas digital dan strategi digitalisasi memiliki hubungan erat dengan kinerja bisnis yang berkelanjutan.

Meski demikian, orientasi *digital first* juga dapat memunculkan jebakan *technology centricty*, yaitu ketika organisasi lebih sibuk mengejar implementasi teknologi daripada membangun kesiapan manusia dan nilai organisasi. Dalam situasi seperti itu, teknologi menjadi tujuan, bukan alat pencipta nilai.

Human Focus Menjadi Penyeimbang Utama

Pendekatan *human focus* diperlukan untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak berjalan secara mekanistik. Teknologi mungkin mempercepat pekerjaan, tetapi manusialah yang menentukan makna, konteks, empati, pertimbangan etis, dan kreativitas strategis. Karena itu, AI seharusnya memperluas kapasitas manusia, bukan sekadar menggantikannya.

Dalam konteks organisasi, *human focus* berarti perusahaan harus memperhatikan kesiapan SDM, pengembangan keterampilan baru, perubahan desain kerja, kesehatan psikologis, dan penerimaan budaya terhadap sistem AI. Karyawan perlu dilibatkan bukan hanya sebagai pengguna teknologi, tetapi sebagai co-creator dalam transformasi. Ketika hal ini tidak dilakukan, resistensi terhadap perubahan menjadi tinggi, terutama karena muncul kecemasan mengenai kehilangan pekerjaan, penurunan otonomi, dan pengawasan digital yang berlebihan. Selain itu, *human focus* juga penting bagi pelanggan. Penggunaan AI yang terlalu agresif tanpa transparansi dapat mengurangi kepercayaan pengguna. Pelanggan tetap menginginkan efisiensi digital, tetapi juga membutuhkan perlindungan data, keadilan algoritmik, dan layanan yang tetap empatik. Di sinilah pentingnya keseimbangan antara otomasi dan sentuhan manusia.

Lima Pilar Strategi Transformasi Digital dalam Menghadapi Disrupsi AI Kepemimpinan Digital yang Visioner

Transformasi digital memerlukan kepemimpinan yang bukan hanya memahami teknologi, tetapi mampu menerjemahkan teknologi menjadi arah strategis. Pemimpin digital perlu membangun visi yang jelas mengenai bagaimana AI digunakan untuk menciptakan nilai, bukan sekadar mengikuti tren. Mereka juga harus mampu mengelola ketidakpastian, membangun kolaborasi lintas fungsi, serta mendorong budaya eksperimen. Menurut Hermawan et al. (2025), kepemimpinan visioner merupakan kemampuan pemimpin untuk melihat arah perubahan, merumuskan visi jangka panjang yang jelas dan inspiratif, serta mengarahkan organisasi agar mampu beradaptasi, berinovasi, dan berhasil menghadapi transformasi organisasi.

Literatur menegaskan bahwa kepemimpinan digital berpengaruh dalam menjembatani strategi digital dan kinerja organisasi. Dalam praktiknya, kepemimpinan digital yang efektif ditandai oleh keberanian mengambil keputusan berbasis data, keterbukaan terhadap pembelajaran, dan komitmen terhadap etika penggunaan teknologi.

Integrasi AI pada Proses dan Keputusan Bisnis

Strategi transformasi yang efektif tidak menempatkan AI sebagai proyek terpisah, melainkan sebagai bagian dari arsitektur proses bisnis. AI perlu diintegrasikan pada fungsi yang bernilai tinggi, misalnya analitik pelanggan, otomasi layanan, deteksi risiko, manajemen persediaan, dan pengembangan konten. Integrasi ini harus berdasarkan prioritas bisnis yang jelas, bukan sekadar kemampuan teknis.



Organisasi perlu memulai dari area yang memiliki *high impact* dan *high feasibility*. Pendekatan bertahap lebih realistis dibanding transformasi besar-besaran yang berisiko tinggi. Keberhasilan adopsi AI sangat dipengaruhi oleh kualitas data, interoperabilitas sistem, serta kejelasan indikator kinerja. Menurut Sinulingga (2026), integrasi AI dalam keputusan bisnis sering kali menghadapi beberapa masalah. Di sinilah prinsip *human focus* berperan sebagai filter. Keputusan bisnis yang dihasilkan oleh AI harus dapat dijelaskan (*explainable AI*) dan dikendalikan oleh manajer (manusia) untuk memastikan kepatuhan regulasi, nilai etika, dan kepuasan pelanggan jangka panjang.

Penguatan Kapabilitas SDM dan Budaya Belajar

Di era AI, keunggulan kompetitif tidak cukup hanya dengan teknologi. Organisasi memerlukan SDM yang mampu bekerja berdampingan dengan sistem cerdas. Karena itu, investasi pada *reskilling* dan *upskilling* menjadi bagian inti strategi transformasi. Karyawan perlu dibekali literasi data, pemahaman dasar AI, kemampuan berpikir kritis, kolaborasi digital, dan etika penggunaan teknologi. Agar organisasi memiliki keunggulan kompetitif, mereka harus memiliki sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan terorganisasi (*organized*). Kapabilitas SDM yang unggul memenuhi seluruh kriteria Resource-Based View (RBV).

Temuan penelitian terbaru menunjukkan bahwa pembelajaran organisasi dan inovasi berperan penting dalam meningkatkan resiliensi organisasi selama transformasi digital, artinya, budaya belajar berkelanjutan harus menjadi fondasi transformasi, bukan program tambahan semata.

Tata Kelola Data dan Etika AI

Keberhasilan strategi AI sangat tergantung pada tata kelola data yang kuat. Data harus akurat, aman, relevan, dan dapat diakses secara bertanggung jawab. Selain itu, organisasi perlu membangun kerangka etika AI untuk mengantisipasi bias, diskriminasi algoritmik, penyalahgunaan data, serta keputusan otomatis yang tidak transparan. Menurut Bostrom (2024), Etika AI mencakup aspek jangka pendek (seperti bias algoritmik dan privasi) serta jangka panjang (keselarasan nilai/AI alignment), di mana AI harus dipastikan berjalan selaras dengan kepentingan kemanusiaan yang lebih luas.

Dalam konteks ini, *human focus* berarti bahwa keputusan berbasis AI harus tetap dapat diaudit, dijelaskan, dan dipertanggungjawabkan. Organisasi juga perlu menetapkan batas peran AI dan manusia dalam pengambilan keputusan, khususnya pada area yang sensitif seperti rekrutmen, kredit, kesehatan, dan evaluasi kinerja.

Inovasi Model Bisnis Berbasis Nilai Pelanggan

AI membuka peluang inovasi model bisnis yang signifikan. Perusahaan dapat mengembangkan layanan berbasis langganan, personalisasi massal, platform cerdas, ekosistem digital, dan layanan prediktif yang lebih proaktif. Literatur terbaru menunjukkan bahwa generative AI dan teknologi digital mendorong munculnya bentuk baru inovasi model bisnis. Namun, inovasi model bisnis tidak boleh berhenti pada pencarian efisiensi. Inovasi harus berangkat dari kebutuhan pelanggan, pengalaman pengguna, dan kemampuan perusahaan menciptakan nilai unik. Dengan demikian, strategi yang tepat bukan untuk AI, melainkan AI untuk meningkatkan nilai pelanggan dan kualitas keputusan manusia.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, model strategis yang diusulkan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut. Disrupsi AI menjadi tekanan eksternal yang memaksa organisasi



melakukan transformasi. Respon strategis yang efektif adalah mengadopsi pendekatan *digital first* pada desain proses, layanan, dan keputusan. Namun, pendekatan tersebut harus dipandu oleh prinsip *human focus* melalui penguatan SDM, kepemimpinan, etika, dan pengalaman pelanggan. Kombinasi keduanya akan menghasilkan tiga output utama, yaitu:

1. Efisiensi dan agility organisasi;
2. Peningkatan inovasi dan nilai pelanggan;
3. Resiliensi bisnis yang lebih berkelanjutan.

Dengan kata lain, transformasi yang unggul pada era AI bukanlah transformasi yang paling otomatis, melainkan transformasi yang paling mampu menyelaraskan teknologi dengan kepentingan manusia.

Strategi Digital First menempatkan teknologi sebagai tulang punggung operasional bisnis. Artinya, perusahaan perlu memanfaatkan AI, cloud computing, big data, dan otomasi untuk mempercepat proses bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi. Dalam era disrupsi AI, pendekatan ini penting agar perusahaan tidak tertinggal dari kompetitor yang lebih cepat mengadopsi teknologi baru. Namun, fokus digital saja tidak cukup. Oleh karena itu, pendekatan *Human Focus* menjadi penyeimbang yang sangat penting. AI memang mampu menggantikan banyak tugas rutin, tetapi tidak bisa sepenuhnya menggantikan kreativitas, empati, etika, dan intuisi manusia. Karena itu, transformasi digital harus tetap mempertimbangkan pengalaman pengguna, kesejahteraan karyawan, budaya organisasi, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pembahasan ini juga menunjukkan bahwa tantangan utama transformasi bukan pada teknologinya, melainkan pada kesiapan organisasi. Banyak perusahaan gagal karena resistensi karyawan, minimnya literasi digital, dan kurangnya strategi perubahan budaya kerja. Maka, transformasi yang berhasil adalah transformasi yang menggabungkan teknologi, kepemimpinan yang adaptif, serta pengembangan SDM yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, strategi *Digital First, Human Focus* menjadi pendekatan yang relevan untuk menghadapi era AI karena mampu menyeimbangkan efisiensi bisnis dengan nilai kemanusiaan. Perusahaan yang berhasil menerapkan strategi ini akan lebih siap menghadapi perubahan, lebih inovatif, dan lebih berkelanjutan dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Transformasi bisnis digital pada era disrupsi *artificial intelligence* menuntut organisasi untuk bergerak melampaui digitalisasi teknis menuju perubahan strategis yang menyeluruh. AI telah menjadi kekuatan utama yang mengubah proses bisnis, pengambilan keputusan, inovasi model bisnis, dan hubungan organisasi dengan pelanggan. Dalam konteks tersebut, pendekatan *digital first* menjadi penting untuk memastikan organisasi mampu bergerak cepat, berbasis data, dan adaptif terhadap dinamika pasar. Namun, penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan *digital first* tidak akan cukup tanpa *human focus*. Keberhasilan transformasi sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan digital, kesiapan SDM, budaya belajar, tata kelola data, etika AI, dan orientasi pada nilai pelanggan.

Dengan demikian, strategi transformasi bisnis digital yang efektif bukan hanya soal adopsi AI, melainkan tentang bagaimana AI digunakan untuk memperkuat kapasitas manusia, meningkatkan kualitas keputusan, dan menciptakan nilai yang berkelanjutan. Pendekatan *digital first, human focus* menawarkan kerangka yang lebih seimbang. Teknologi digital dan AI harus digunakan untuk memperkuat kemampuan manusia, bukan menggantikannya secara membabi buta. Oleh karena itu, strategi transformasi bisnis digital perlu mencakup visi yang jelas, penguatan data dan infrastruktur, pengembangan SDM, budaya adaptif, kepemimpinan empatik, tata kelola etis, dan inovasi model bisnis. Pada akhirnya, organisasi yang akan unggul di era AI bukan hanya yang paling cepat mengadopsi teknologi, tetapi yang paling mampu



mengintegrasikan kecanggihan digital dengan nilai-nilai kemanusiaan. Di sinilah letak esensi transformasi bisnis yang relevan, tangguh, dan berkelanjutan.

SARAN

Organisasi disarankan untuk tidak memandang AI semata sebagai alat otomatisasi, tetapi sebagai bagian dari strategi transformasi jangka panjang. Perusahaan juga perlu memperkuat investasi pada pengembangan manusia, membangun kebijakan etis terkait penggunaan AI, dan menciptakan budaya belajar berkelanjutan. Bagi peneliti selanjutnya, topik ini dapat dikembangkan melalui studi empiris pada sektor industri tertentu agar diperoleh pemahaman yang lebih kontekstual mengenai efektivitas strategi *digital first, human focus*. Selain itu, Organisasi perlu berpindah dari pola pikir adopsi teknologi menuju pola pikir desain transformasi. Pertama, perusahaan harus memetakan area bisnis yang paling siap untuk integrasi AI. Kedua, investasi teknologi harus berjalan seiring dengan pengembangan kompetensi manusia. Ketiga, tata kelola data dan etika harus dibangun sejak awal, bukan setelah masalah muncul. Keempat, keberhasilan transformasi harus diukur tidak hanya dari efisiensi, tetapi juga dari kualitas pengalaman karyawan dan pelanggan.

Bagi organisasi di Indonesia, terutama perusahaan menengah dan institusi publik, pendekatan ini penting karena banyak transformasi digital masih berfokus pada aplikasi dan sistem, tetapi belum cukup kuat pada kesiapan budaya, literasi data, dan tata kelola AI. Karena itu, strategi *digital first, human focus* dapat menjadi pendekatan yang lebih kontekstual dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskerville, R. L., Myers, M. D., & Yoo, Y. (2020). Digital first: The ontological reversal and new challenges for information systems research. *MIS quarterly*, 44(2), 509-524.
- Bostrom, N. (2024). Deep utopia: Life and meaning in a solved world. Simon and Schuster.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard business review*, 96(1), 108-116.
- Hermawan, R., Anggraeni, R. D., Amar, M. Y., Kadir, A. R., & Hamid, N. (2025). Re-engineering management: The role of visionary leadership and strategic planning in organizational education transformation. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 44(2).
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International journal of information management*, 63, 102466.
- Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). Artificial intelligence and management: The automation–augmentation paradox. *Academy of management review*, 46(1), 192-210.
- Saputro, A., Riyadi, S., Mudjijah, S., & Muhdaliha, E. (2024). Transformasi Digital dan Inovasi Model Bisnis: Strategi Meningkatkan Kinerja Operasional Berkelanjutan Berbasis Kapabilitas Dinamis. *Indo-Mathedu Intellectuals Journal*, 6(4), 5259-5272.
- Sinulingga, G., Purnomo, B., Sijabat, E. A., Mudjiyanti, R., Padilah, H., & Ramadhan, R. (2026). *Buku Ajar Manajemen Strategik di Era Disrupsi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Takona, J. P. (2024). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Quality & Quantity*, 58(1), 1011-1013.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of marketing Science*, 44(1), 5-23.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., &



Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of business research*, 122, 889-901.