

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

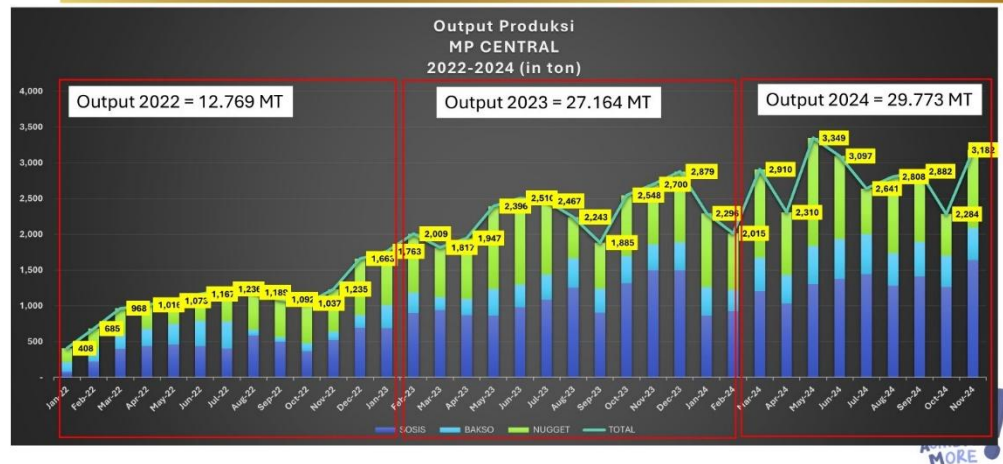
PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan yang tergabung dalam grup terkemuka yang berperan penting dalam industri pengolahan makanan dan minuman di Indonesia. Menjadi tonggak utama perusahaan induknya, PT. XYZ berdiri sejak tahun 1993 berfokus pada produksi daging mentah menjadi bahan pangan setengah jadi hingga siap saji bermutu tinggi. Setelah perilisan merek olahan daging pertama mereka yang terjual di publik pada tahun 1999, perusahaan ini telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan menjadi pelopor dalam industri pengolahan daging di Indonesia. Dengan lebih dari dua dekade pengalaman, PT. XYZ telah membangun reputasi yang kuat dalam menyediakan produk berkualitas tinggi yang memenuhi standar keamanan pangan dan kebutuhan konsumen. Keberhasilan ini tidak lepas dari dedikasi perusahaan dalam menerapkan praktik produksi yang baik dan inovatif, yang memungkinkan mereka untuk menghadirkan produk olahan daging yang tidak hanya lezat tetapi juga aman untuk dikonsumsi.

Lokasi strategis perusahaan di kawasan industri yang terbentang di pulau Jawa mulai dari Semarang, Tangerang, dan Bogor berkontribusi pada efisiensi operasionalnya. Akses yang baik ke jalur transportasi utama memungkinkan perusahaan untuk memastikan distribusi produk yang cepat dan efisien ke berbagai wilayah di Indonesia. Dalam industri yang sangat kompetitif ini, kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar dengan cepat merupakan salah satu faktor kunci dalam mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar. Keberadaan fasilitas produksi yang modern dan teknologi canggih juga memungkinkan PT. XYZ untuk memproduksi berbagai jenis produk olahan daging dengan beragam varian rasa dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen.

Kapasitas layanan akan difokuskan pada produksi berkualitas tinggi, distribusi luas, dan kepuasan pelanggan. Fasilitas produksi akan dilengkapi dengan teknologi modern untuk memproses 50-100 ton daging per hari, memastikan efisiensi dan keamanan pangan dengan sertifikasi Halal, HACCP, dan ISO 22000. Jaringan distribusi akan mencakup ritel modern, pasar tradisional, serta segmen HORECA (hotel, restoran, dan katering), didukung oleh sistem cold chain logistics untuk menjaga kesegaran produk. Selain itu, pemesanan akan dipermudah melalui e-

commerce dan aplikasi mobile, serta layanan pelanggan 24/7 untuk memastikan kepuasan konsumen. Dengan strategi ini, perusahaan dapat menghadirkan produk olahan daging berkualitas tinggi yang aman dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

► Trend Output 2022 – Nov 2024



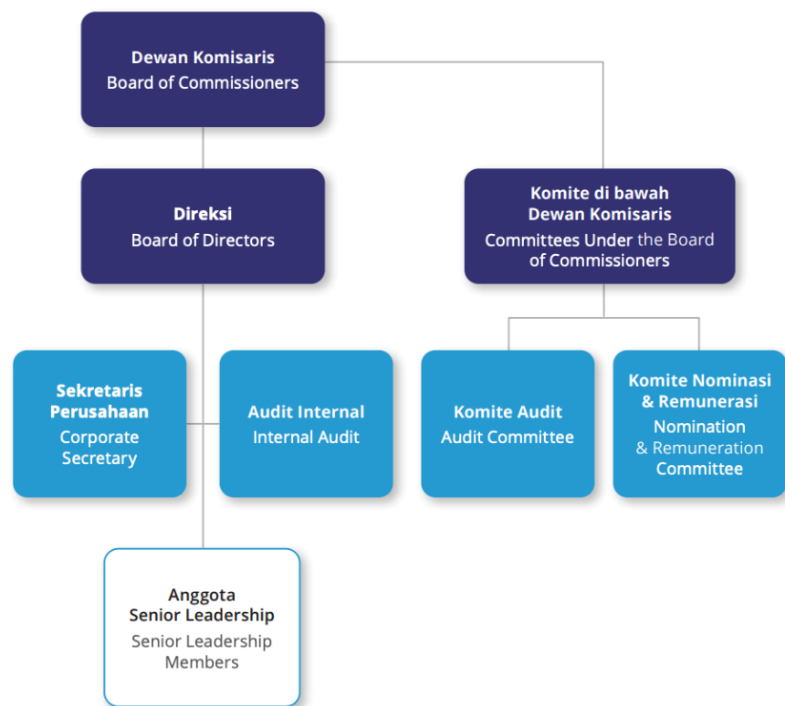
Gambar 1.1 Trend Output PT.XYZ

Sumber : PT.XYZ

Seiring dengan perkembangan industri makanan di Indonesia, PT. XYZ telah berhasil beradaptasi dengan perubahan selera dan kebutuhan pasar. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai produksi industri pengolahan makanan di Indonesia pada tahun 2018 mencapai Rp 1.000 triliun, dan diperkirakan meningkat menjadi Rp 1.200 triliun pada tahun 2022, mencerminkan pertumbuhan tahunan rata-rata sekitar 5% (BPS, 2022). Data ini menunjukkan bahwa industri pengolahan makanan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan permintaan untuk produk olahan daging meningkat secara signifikan. Melihat tren perusahaan pada Gambar 1.1 sendiri juga menunjukkan peningkatan dari tahun 2022 dengan angka 12.769 ton total produk olahan daging mulai dari sosis, bakso, dan nugget meningkat mencapai 29.773 ton pada bulan November tahun 2024 diproduksi dan terjual. Peningkatan drastis ini memberikan peluang bagi PT. XYZ untuk memperluas jangkauan produknya dan meningkatkan kapasitas produksinya. Dengan terus melakukan riset dan pengembangan, perusahaan berupaya menghadirkan produk baru yang sesuai dengan tren makanan sehat dan praktis, sehingga dapat memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin tinggi. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal tetapi juga memiliki potensi untuk memperluas jangkauannya ke pasar tingkat internasional.

PT. XYZ menghadapi persaingan ketat dengan pemain besar seperti Cimory dan merek lain yang sudah memiliki pasar loyal. Untuk tetap kompetitif, PT. XYZ harus fokus pada inovasi produk dengan menghadirkan varian yang lebih sehat, berkualitas, dan sesuai dengan tren konsumen, seperti daging olahan rendah lemak atau berbahan dasar nabati. Selain itu, strategi pemasaran yang agresif melalui digital marketing, kolaborasi dengan restoran, serta optimalisasi distribusi di supermarket dan e-commerce menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar di tengah industri yang dinamis ini.

Visi PT. XYZ mencerminkan komitmennya untuk terus berkembang dan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri makanan dan minuman premium di Indonesia. Hal ini berarti perusahaan berupaya memperluas pasar, meningkatkan kualitas, dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya dalam jangka panjang. Sementara itu, misinya menekankan pentingnya inovasi dalam menciptakan produk yang tidak hanya enak tetapi juga bernutrisi tinggi dan memberikan manfaat lebih bagi konsumen. Dengan fokus pada kualitas, kesehatan, dan nilai tambah, PT. XYZ berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk makanan dan minuman yang lebih sehat dan berkualitas tinggi.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT.XYZ

Sumber : PT.XYZ

Struktur organisasi dalam gambar ini menunjukkan hierarki tata kelola perusahaan yang terdiri dari beberapa tingkat kepemimpinan dan komite pengawasan:

1. Dewan Komisaris (*Board of Commissioners*)
 - a. Berada di tingkat tertinggi dalam struktur organisasi, bertanggung jawab atas pengawasan strategis perusahaan.
 - b. Memiliki Komite di bawah Dewan Komisaris, yang terdiri dari Komite Audit dan Komite Nominasi & Remunerasi.
2. Direksi (*Board of Directors*)
 - a. Bertanggung jawab atas operasional perusahaan dan pelaksanaan strategi bisnis.
 - b. Berkoordinasi dengan berbagai unit di bawahnya untuk memastikan kelancaran operasional.
3. Sekretaris Perusahaan (*Corporate Secretary*)
 - a. Bertugas mengelola komunikasi perusahaan dengan pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham dan regulator.
 - b. Mengawasi kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan.
4. Audit Internal (*Internal Audit*)

Bertanggung jawab atas pengawasan dan evaluasi terhadap sistem pengendalian internal perusahaan.
5. Komite Audit (*Audit Committee*)

Berfungsi sebagai pengawas independen untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan serta operasional perusahaan.
6. Komite Nominasi & Remunerasi (*Nomination & Remuneration Committee*)

Mengelola kebijakan terkait pengangkatan, evaluasi kinerja, serta kompensasi direksi dan pejabat eksekutif perusahaan.
7. Anggota Senior Leadership (*Senior Leadership Members*)

Terdiri dari para pemimpin senior yang mengelola berbagai aspek operasional perusahaan dan melaporkan kepada direksi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Selama dekade terakhir, transformasi digital (DT) telah menjadi elemen kunci dalam strategi pengembangan banyak organisasi komersial. Menurut *World Economic Forum*, digitalisasi memiliki potensi besar bagi masyarakat dan dunia bisnis secara

keseluruhan. Studi yang dilakukan oleh *International Institute for Management Development* (IMD) memperkirakan bahwa dalam lima tahun ke depan, 40% perusahaan terkemuka saat ini berisiko kehilangan posisinya jika tidak mengadopsi transformasi digital (Chakalova, 2019). Sebagian besar peneliti dan analis internasional meyakini bahwa transformasi digital dapat mengubah model bisnis dan proses operasional perusahaan melalui pemanfaatan teknologi digital (Prokhorov, 2019). Namun, dalam implementasinya, tidak semua perusahaan berhasil menjalankan transformasi digital dengan efektif. Banyak perusahaan telah menerapkan digitalisasi, tetapi tidak memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis mereka (Budagov, 2020). Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan keberhasilan dan efisiensi tindakan organisasi (Suprayogi et al 2024).

Menurut McKinsey (2020), transformasi digital mampu meningkatkan produktivitas hingga 20-30%, mencerminkan potensi besar dari penerapan teknologi digital yang strategis. Perkembangan teknologi ini memungkinkan terciptanya pabrik cerdas yang dapat menyatukan aspek fisik dan virtual sistem manufaktur untuk bekerja secara fleksibel (Rahmatulloh et al., 2024). Kehadiran teknologi informasi ini memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, seperti ekonomi, politik, sosial-budaya, serta pertahanan dan keamanan. Namun, sektor ekonomi menjadi perhatian utama karena berhubungan langsung dengan kebutuhan hidup banyak orang, terutama dalam perusahaan manufaktur. Dalam negeri sendiri percepatan transformasi digital telah menjadi salah satu fokus utama pemerintah untuk mempercepat pemulihan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Catur Purbaya & Siska Noviaristanti, 2024).

Industri manufaktur makanan merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sektor ini menyumbang sekitar 12% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap jutaan tenaga kerja. Namun, dengan perkembangan teknologi digital yang pesat, industri ini dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dan meningkatkan efisiensi operasionalnya. Indeks kematangan digital menjadi alat ukur yang penting untuk menilai sejauh mana industri ini telah mengadopsi teknologi digital.

Sebagai salah satu perusahaan di sektor manufaktur makanan, PT XYZ juga menghadapi tantangan dalam mengadopsi transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saingnya. Digitalisasi dalam industri ini mencakup berbagai aspek,

mulai dari otomatisasi proses produksi, optimalisasi rantai pasok, hingga pemasaran berbasis data. Jika PT XYZ tidak segera beradaptasi dengan tren digital, perusahaan dapat mengalami penurunan daya saing, sebagaimana diprediksi oleh IMD bahwa 40% perusahaan terkemuka bisa kehilangan posisinya tanpa transformasi digital.

Tingkat kematangan digital menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana PT XYZ telah mengadopsi teknologi digital secara efektif dalam operasionalnya. Kematangan digital tidak hanya mencakup penerapan teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia, integrasi sistem, serta budaya inovasi dalam perusahaan. PT XYZ perlu mengukur dan meningkatkan kematangan digitalnya dengan mengadopsi solusi berbasis *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), serta analitik data untuk mendukung efisiensi dan pengambilan keputusan berbasis data.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi PT XYZ dalam meningkatkan kematangan digital adalah kurangnya pemahaman dalam mengukur dan mengevaluasi tingkat adopsi teknologi digital di seluruh aspek bisnisnya. Meskipun perusahaan telah mulai menerapkan digitalisasi, masih terdapat ketidakjelasan dalam menetapkan indikator keberhasilan dan strategi peningkatan yang efektif. Jika permasalahan ini tidak segera diatasi, PT XYZ berisiko mengalami digitalisasi yang tidak terarah, di mana investasi teknologi yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap nilai, produktivitas, dan daya saing perusahaan di industri manufaktur makanan.

Tabel 1.1 Rata-rata Tingkat Kematangan Digital PT. XYZ Tahun 2024

Aspek Kematangan Digital	Indikator	Skor Kematangan (1-5)	Keterangan
Strategi & Kepemimpinan	Adanya visi digital yang jelas	3	Perusahaan memiliki rencana digitalisasi, tetapi belum terintegrasi penuh dengan strategi bisnis
Teknologi & Infrastruktur	Penggunaan sistem otomatisasi & IoT	2	Masih terbatas pada beberapa lini produksi, belum terhubung secara menyeluruh
Data & Analitik	Penggunaan big data untuk pengambilan keputusan	2	Data sudah dikumpulkan tetapi belum dimanfaatkan secara optimal

Aspek Kematangan Digital	Indikator	Skor Kematangan (1-5)	Keterangan
Proses Operasional	Efisiensi produksi berbasis digital	3	Sudah menggunakan sistem ERP tetapi belum terintegrasi secara real-time
SDM & Budaya Digital	Pelatihan dan adopsi teknologi oleh karyawan	2	Masih ada kesenjangan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital
Pengalaman Pelanggan & Digitalisasi Layanan	Pemanfaatan platform digital dalam pemasaran & penjualan	3	Sudah menggunakan e-commerce dan media sosial tetapi masih dalam tahap pengembangan
Keamanan Siber & Kepatuhan	Perlindungan data & sistem keamanan	3	Keamanan sudah diterapkan tetapi perlu peningkatan dalam mitigasi risiko siber

Sumber : PT. XYZ, 2025.

Berdasarkan Tabel 1.1, dijelaskan bahwa hasil evaluasi tingkat kematangan digital, PT. XYZ berada pada level menengah, di mana perusahaan telah mulai menerapkan digitalisasi tetapi belum sepenuhnya terintegrasi dalam seluruh aspek operasional. Namun penilaian digital maturity PT. XYZ masih bersifat deskriptif dan fragmentaris. Penilaian ini hanya menggambarkan skor per aspek tanpa menunjukkan secara jelas posisi perusahaan dalam tahapan transformasi digital (seperti tahap inisiasi, integrasi, terarah atau optimalisasi). Hal ini menyulitkan perusahaan dalam menyusun roadmap digital jangka panjang dan mengidentifikasi gap pengembangan yang harus diatasi. Selain itu, penilaian PT. XYZ juga tidak mencantumkan mekanisme benchmarking atau perbandingan dengan industri sejenis, sehingga sulit digunakan sebagai tolok ukur strategis. Sebaliknya, framework Shahiduzzaman menyediakan pendekatan diagnostik yang kuat, mampu mengidentifikasi kelemahan spesifik, serta memberikan arahan bertahap yang dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing secara berkelanjutan di era digital.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah penggunaan data dan analitik yang masih terbatas, di mana data telah dikumpulkan tetapi belum dimanfaatkan secara optimal dalam pengambilan keputusan strategis. Selain itu, teknologi dan infrastruktur digital, seperti otomatisasi produksi dan penggunaan IoT, masih diterapkan secara

parsial dan belum mencakup seluruh lini produksi, sehingga efisiensi operasional belum maksimal. Dari sisi sumber daya manusia (SDM) dan budaya digital, masih terdapat kesenjangan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, yang menghambat percepatan transformasi digital di dalam perusahaan. Meskipun PT. XYZ telah mulai memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk pemasaran, strategi digitalnya masih perlu dikembangkan agar lebih terintegrasi dengan operasional bisnis secara keseluruhan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu yang belum secara spesifik membahas hubungan antara kematangan digital dan kinerja perusahaan dalam industri manufaktur makanan. Meskipun Westerman et al. (2014) menyoroti tantangan dalam menilai kematangan digital dan Kane et al. (2015) menemukan bahwa perusahaan dengan kematangan digital tinggi lebih inovatif, masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana digitalisasi memengaruhi efisiensi operasional dan daya saing di sektor manufaktur makanan. Selain itu, Shahatha et al. (2021) mengungkapkan bahwa transformasi digital dapat menciptakan nilai berkelanjutan dalam ekosistem manufaktur, tetapi penelitian yang lebih mendalam masih dibutuhkan untuk memahami dampaknya dalam industri makanan yang memiliki karakteristik unik.

Penelitian ini memiliki keterbaruan dalam beberapa aspek dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya. Pertama, penelitian ini secara khusus berfokus pada industri manufaktur makanan, yang memiliki karakteristik unik dibandingkan sektor manufaktur lainnya, terutama dalam hal rantai pasok, standar kualitas, serta kebutuhan inovasi produk yang terus berubah sesuai dengan tren konsumen. Kedua, penelitian ini tidak hanya mengevaluasi tingkat kematangan digital di perusahaan manufaktur makanan tetapi juga menganalisis dampaknya terhadap kinerja perusahaan, baik dari segi operasional, pengembangan produk, maupun daya saing pasar. Ketiga, penelitian ini berupaya mengisi *research gap* yang ada dengan menggunakan pendekatan yang lebih terstruktur dalam mengukur kematangan digital, sehingga dapat memberikan kerangka kerja yang lebih jelas bagi perusahaan dalam menerapkan dan mengevaluasi strategi transformasi digital mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus implikasi praktis bagi pelaku industri manufaktur makanan dalam mengoptimalkan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, tingkat kematangan digital PT. XYZ masih berada pada level menengah, di mana perusahaan telah mulai menerapkan teknologi digital tetapi belum sepenuhnya optimal dalam seluruh aspek bisnisnya. Dengan menggunakan kerangka kerja posisi kematangan digital penelitian ini memberikan kerangka kerja yang lebih jelas bagi perusahaan untuk mengevaluasi strategi tranformasi digital mereka. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul "Analisis Indeks Kematangan Digital PT. XYZ", untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan telah mengadopsi transformasi digital dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan guna mencapai efisiensi operasional dan pertumbuhan bisnis yang lebih baik di era digital.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berusaha menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana tingkat kematangan digital PT. XYZ?
2. Bagaimana meningkatkan tingkat kematangan digital pada PT. XYZ?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk perusahaan sebagai pengembangan strategi digital yang lebih efektif.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kematangan digital pada PT. XYZ.
2. Untuk meningkatkan tingkat kematangan digital yang telah diterapkan PT. XYZ.

Dengan memahami posisi mereka dalam indeks kematangan digital, perusahaan dapat merumuskan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait kematangan digital di sektor manufaktur

makanan. Dengan mengevaluasi tingkat kematangan digital PT. XYZ, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai transformasi digital serta memberikan perspektif baru mengenai pengaruh digitalisasi terhadap efisiensi operasional dan daya saing perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam mengembangkan model atau kerangka kerja evaluasi kematangan digital di industri manufaktur makanan.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat membantu PT. XYZ dalam memahami tingkat kematangan digital mereka saat ini dan mengidentifikasi hambatan utama dalam proses transformasi digital. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi digitalisasi yang lebih efektif, sehingga perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, serta kemampuannya dalam menghadapi perubahan industri. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi perusahaan lain dalam industri manufaktur makanan yang ingin menerapkan transformasi digital secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca memahami konteks dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan gambaran umum, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka yang membahas konsep indeks kematangan digital, teori dan kerangka pemikiran, serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan metodologi penelitian, termasuk jenis penelitian, pendekatan, populasi, sampel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data, dan validalitas dan reliabilitas data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil dan pembahasan, termasuk deskripsi responden, hasil wawancara, hasil kuesioner, analisis indeks kematangan digital, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyimpulkan penelitian dan memberikan saran untuk perusahaan serta penelitian selanjutnya.