

ABSTRACT

The manufacturing sector has entered the era of Industry 4.0, characterized by comprehensive digitalization and automation. This revolution, while presents huge potential to gain a competitive edge through technological advancements, many manufacturers struggle to keep pace with evolving technology and harness its full potential, resulting in a high failure rate of transformation initiatives. PT. Bakrie Pipe Industries (PT. BPI), a key player in the Indonesian steel manufacturing sector, is during its digital transformation journey. Although PT. BPI has not fully embraced Industry 4.0, the company's strategic steps toward digitalization are notable which makes it stands out as an intriguing subject for analysis due to its significant market presence and status as one of Indonesia's oldest manufacturing companies. This research, utilizing qualitative research methods, delves into the analysis of PT. BPI's digital transformation strategy. Employing the Resource-Based View (RBV) for internal analysis and the PESTLE framework for external analysis, the study unveils that PT. BPI's progress toward digital transformation remains at the digitation stage. The findings highlight the pivotal role of both internal and external factors in shaping the digital transformation landscape for manufacturers in Indonesia. Results show that PT.BPI utilizes 5 sub-strategies to implement their digital transformation strategy. There are also challenges identified that come from both internal and external aspects.

Keywords: *Digital transformation, Industry 4.0, manufacturing, PT. Bakrie Pipe Industries, qualitative analysis.*

INTISARI

Sektor manufaktur telah memasuki era Industri 4.0, yang ditandai oleh digitalisasi dan otomatisasi komprehensif. Revolusi ini, sementara menawarkan potensi besar untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui kemajuan teknologi, banyak produsen yang kesulitan menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang dan mengoptimalkan potensinya sepenuhnya, yang mengakibatkan tingkat kegagalan yang tinggi dari inisiatif transformasi. PT. Bakrie Pipe Industries (PT. BPI), pemain kunci dalam sektor manufaktur baja Indonesia, sedang dalam perjalanan transformasi digitalnya. Meskipun PT. BPI belum sepenuhnya merangkul Industri 4.0, langkah-langkah strategis perusahaan menuju digitalisasi cukup mencolok yang membuatnya menonjol sebagai subjek yang menarik untuk dianalisis karena kehadiran pasar yang signifikan dan statusnya sebagai salah satu perusahaan manufaktur tertua di Indonesia. Penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif, menyelidiki analisis strategi transformasi digital PT. BPI. Dengan menerapkan Resource-Based View (RBV) untuk analisis internal dan kerangka PESTLE untuk analisis eksternal, studi ini mengungkap bahwa kemajuan PT. BPI menuju transformasi digital masih berada pada tahap digitalisasi. Temuan ini menyoroti peran penting faktor internal dan eksternal dalam membentuk lanskap transformasi digital bagi produsen di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. BPI menggunakan 5 sub-strategi untuk menerapkan strategi transformasi digital mereka. Ada juga tantangan yang diidentifikasi berasal dari aspek internal maupun eksternal.

Kata kunci: *Transformasi digital, Industri 4.0, manufaktur, PT. Bakrie Pipe Industries, analisis kualitatif.*