



ABSTRAK

Teknologi informasi dan media sosial telah merevolusi interaksi antara pencari kerja dan pemberi kerja. Terjadi perubahan preferensi pencari kerja dan pemberi kerja dalam melakukan aktivitas dan berinteraksi. Pencari kerja menggunakan platform digital untuk mencari pekerjaan dan membangun jaringan profesional, sementara pemberi kerja memanfaatkan saluran baru dan media sosial dan untuk menjangkau kandidat yang lebih luas dan berkualitas. Dalam situasi lingkungan bisnis yang dinamis, PT XYZ menghadapi tantangan dan persaingan yang ketat dari kompetitor, yang mendorong untuk beradaptasi terhadap perubahan dan memikirkan ulang penciptaan nilai serta inovasi layanan dengan melakukan transformasi digital, implementasi strategi bisnis digital.

Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi transformasi digital, strategi bisnis digital serta implementasinya pada PT XYZ. Metodologi yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif eksploratif. Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari wawancara dan observasi lapangan, data sekunder diperoleh dari diperoleh melalui literatur pustaka, jurnal ilmiah, artikel, profil perusahaan, laporan kinerja perusahaan, serta laporan internal perusahaan.

Analisis data menggunakan metode *Five-Phased Cycle*, kemudian dilanjutkan dengan revidu dan membandingkan hasil analisis dengan literatur pustaka dan jurnal ilmiah untuk menangkap fenomena yang terjadi. Variabel yang digunakan pada transformasi digital dan strategi bisnis digital adalah penggunaan teknologi terbaru, perubahan dalam penciptaan nilai, perubahan struktural, dan dimensi keuangan. Variabel yang digunakan pada implementasi strategi bisnis digital adalah aspek ruang lingkup, aspek skala, aspek kecepatan, dan aspek sumber penciptaan nilai.

Hasil menunjukkan inovasi penawaran layanan, adopsi teknologi informasi, kehadiran digital, layanan ramah pengguna, pemanfaatan data sebagai sumber utama penciptaan nilai merupakan kunci keberhasilan transformasi digital dan strategi bisnis digital PT XYZ. Manajemen PT XYZ menggabungkan ide-ide inovatif menjadi penawaran layanan yang memiliki nilai tambah, seperti layanan lowongan kerja, layanan rekrutmen, layanan pencarian bakat, dan pelatihan tenaga kerja. Implementasi strategi tidak berjalan optimal karena terdapat gangguan pada platform yang menurunkan penciptaan nilai dan reputasi perusahaan. Konsep transformasi digital dan strategi bisnis digital PT XYZ sesuai dan *visible* dengan literatur dan jurnal ilmiah. Evaluasi implementasi strategi PT XYZ berada pada nilai cukup, eksekusi strategi belum optimal karena alokasi sumber daya yang terbatas.

Kata kunci: strategi bisnis digital, transformasi digital, inovasi layanan, implementasi strategi, *value creation*, *five-phased cycle*.



ABSTRACT

Information technology and social media have revolutionized the interaction between job seekers and employers. There has been a shift in preferences for both job seekers and employers in conducting activities and interactions. Job seekers use digital platforms to search for jobs and build professional networks, while employers leverage new channels and social media to reach a broader and more qualified pool of candidates. In a dynamic business environment, PT XYZ faces intense challenges and competition from competitors, driving the need to adapt to changes and rethink value creation and service innovation through digital transformation and the implementation of digital business strategies.

This research aims to analyze and evaluate digital transformation, digital business strategies, and its implementation at PT XYZ. The methodology used is a case study with an exploratory qualitative approach. The data used are primary data sourced from interviews and field observations, while secondary data are obtained through literature review, scientific journals, articles, company profiles, company performance reports, and internal company reports.

Data analysis employs the Five-Phased Cycle method, followed by a review and comparison of the analysis results with literature and scientific journals to capture the occurring phenomena. Variables used in digital transformation and digital business strategy include the use of the latest technology, changes in value creation, structural changes, and financial dimensions. Variables used in the implementation of digital business strategy include aspects of scope, scale, speed, and sources of value creation.

Results show that services offering innovation, information technology adoption, digital presence, user-friendly services, and data utilization as the primary source of value creation are key to the success of PT XYZ's digital transformation and digital business strategy. PT XYZ's management combines innovative ideas into value-added service offerings such as job vacancy services, recruitment services, talent search services, and workforce training. The strategy implementation is not optimal due to errors on the platform that decrease value creation and company reputation. The concept of PT XYZ's digital transformation and digital business strategy aligns with literature and scientific journals. The evaluation of PT XYZ's strategy implementation is deemed sufficient; however, strategy execution is not optimal due to limited resource allocation.

Keywords: digital business strategy, digital transformation, service innovation, strategy implementation, value creation, five-phased cycle."