

Systematic Literature Review: Analisis Dampak Digitalisasi dalam Industri Jasa terhadap Efisiensi dan Layanan Pelanggan

Meivira Dinda Maulidiya Rizqi^{1*}

¹ Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

*Corresponding Author: meiviramaulidiya@gmail.com

Article History

Received: 24-09-2024

Revised: 10-10-2024

Published: 15-10-2024

Keywords: *Fintech; Digitalization; Operational Efficiency; Customer Service, Service Industry*

ABSTRAK

Digitalisasi telah menjadi faktor strategis dalam perubahan industri jasa, meningkatkan efisiensi operasional dan juga kualitas layanan pelanggan. Studi ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam mengenai dampak penerapan teknologi digital terhadap dua faktor utama kinerja dalam sektor layanan, yakni efisiensi proses bisnis dan kepuasan konsumen. Metodologi yang dipakai adalah Systematic Literature Review (SLR), dengan mengevaluasi sepuluh artikel ilmiah yang relevan dan terbit dalam lima tahun terakhir. Temuan analisis mengindikasikan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif dalam mempercepat proses layanan, mengurangi pekerjaan manual, serta memungkinkan pengambilan keputusan yang berbasis data secara langsung. Di sisi lain, teknologi digital seperti kecerdasan buatan, analisis big data, dan platform layanan online terbukti meningkatkan kecepatan respons dan personalisasi dalam layanan, yang pada gilirannya memperkuat kesetiaan konsumen. Meskipun begitu, keberhasilan perubahan digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan organisasi, terutama terkait infrastruktur, kemampuan literasi digital, dan penyesuaian model bisnis. Dengan demikian, digitalisasi di industri jasa bukan hanya sekadar inovasi teknologi, tetapi juga perubahan manajerial yang memerlukan pendekatan yang strategis dan menyeluruh.

ABSTRACT

Digitalization has become a strategic factor in the transformation of the service industry, increasing operational efficiency and also the quality of customer service. This study aims to conduct an in-depth analysis of the impact of implementing digital technology on two main factors of performance in the service sector, namely business process efficiency and customer satisfaction. The methodology used is the Systematic Literature Review (SLR), by evaluating ten relevant scientific articles published in the last five years. The findings of the analysis indicate that digitalization has a positive impact on accelerating the service process, reducing manual work, and enabling direct data-based decision making. On the other hand, digital technologies such as artificial intelligence, big data analysis, and online service platforms have been shown

to increase response speed and personalization in services, which in turn strengthens customer loyalty. However, the success of digital change is greatly influenced by organizational readiness, especially regarding infrastructure, digital literacy capabilities, and business model adjustments. Thus, digitalization in the service industry is not just a technological innovation, but also a managerial change that requires a strategic and comprehensive approach.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah memicu perubahan mendasar dalam berbagai bidang ekonomi, termasuk sektor jasa. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara layanan diberikan kepada pelanggan, tetapi juga mempengaruhi efisiensi operasional, struktur organisasi, serta harapan konsumen. Penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), analisis data besar, komputasi awan, dan otomatisasi telah memungkinkan perusahaan di bidang jasa untuk memperluas layanan, mempercepat transaksi, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal serta efisien bagi pelanggan.

Digitalisasi telah mengubah cara penyedia layanan dalam menjalankan aktivitas mereka. Dalam sektor logistik, penerapan AI dan sistem digital telah merubah metode kerja tradisional menjadi lebih cepat dan efisien, serta mengurangi ketergantungan pada pekerja manual. Nur Fitria Alayida dkk (2023) menyatakan bahwa "digitalisasi di industri mengubah cara barang dan layanan diproduksi, juga memengaruhi berbagai pilihan pekerjaan dan struktur operasional perusahaan layanan. Dampak ini juga terlihat pada sektor pengiriman barang, di mana pemasaran digital dan penggabungan sistem e-commerce telah meningkatkan daya saing serta mempercepat pengiriman yang lebih tepat dan terstandarisasi.

Perubahan ini berdampak luas pada kinerja organisasi. Seperti yang dijelaskan oleh Wang et al. (2023), digitalisasi mendorong perusahaan untuk membangun kemampuan digital dasar, operasional, dan integratif, yang secara signifikan berhubungan positif dengan peningkatan kinerja bisnis. Dalam hal ini, digitalisasi dilihat bukan hanya sebagai proses penerapan teknologi, tetapi juga sebagai inovasi dalam model bisnis yang dapat menciptakan nilai tambah baru melalui efisiensi serta fleksibilitas dalam operasional. FinTech dapat dipahami sebagai inovasi teknologi yang diaplikasikan dalam sektor keuangan untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih cepat, murah, dan inklusif (Lee & Shin, 2018). Implementasi fintech di Indonesia semakin meningkat seiring dengan penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang sangat tinggi. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2022), nilai transaksi fintech di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan, dengan kontribusi terbesar berasal dari layanan pembayaran digital. Kondisi ini memperlihatkan potensi besar fintech dalam mendukung perkembangan inklusi keuangan di Indonesia, terutama pada kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau oleh lembaga keuangan konvensional.

Di sisi lain, dalam sektor industri kecil dan menengah (IKM), digitalisasi data terbukti menjadi strategi penting untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas layanan. Dias Satria dan timnya (2023) menekankan bahwa "digitalisasi memberi kemudahan akses informasi, mempercepat pengambilan keputusan, serta meningkatkan pengelolaan operasional di sektor IKM. " Ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya untuk perusahaan besar, tetapi juga sangat penting bagi pelaku bisnis skala kecil dan menengah yang merupakan bagian penting dari perekonomian nasional.

Dalam bidang jasa, digitalisasi telah memberikan dampak yang nyata terhadap kinerja institusi, terutama dalam hal meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Bueno et al. (2024) di sektor perbankan menunjukkan bahwa "penerapan teknologi digital telah merubah cara operasional dalam industri jasa keuangan dengan mempercepat transaksi, mengurangi biaya, serta memperluas jangkauan layanan. " Selain itu, penelitian lain oleh Chu dan Zhan (2024) menemukan bahwa personalisasi, kenyamanan, dan keamanan yang ditawarkan oleh layanan digital sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas jangka panjang. Namun, transformasi digital dalam sektor industri jasa juga membawa tantangan tersendiri, seperti kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital, investasi dalam teknologi, dan penyesuaian tenaga kerja. Selain itu, perubahan harapan pelanggan terhadap layanan yang lebih cepat dan personalisasi memaksa perusahaan untuk terus melakukan perbaikan dalam sistem layanan yang mereka tawarkan.

Perubahan ini tidak hanya terjadi dalam sektor layanan keuangan, tetapi juga menjangkau bidang lain seperti logistik, pendidikan, dan pelayanan publik. Dalam penelitian Rachinger et al. (2019), digitalisasi dianggap sebagai pemicu inovasi dalam model bisnis yang mendorong perusahaan untuk merevisi proposisi nilai mereka dan mendesain ulang metode penciptaan serta perolehan nilai. Dengan kata lain, efek digitalisasi mencakup baik dimensi internal perusahaan (efisiensi dan produktivitas) maupun dimensi eksternal (kualitas dan harapan pelanggan).

Meskipun banyak penelitian telah membuktikan manfaat digitalisasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan jasa, masih ada kekurangan dalam literatur mengenai pemetaan sistematis dari dampaknya terhadap efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan secara bersamaan. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk melakukan analisis secara mendalam tentang bagaimana digitalisasi berkontribusi pada dua unsur penting dalam industri jasa: efisiensi dan kualitas pelayanan pelanggan. Kajian ini dilakukan menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), untuk mengintegrasikan dan menyintesis temuan dari berbagai studi yang relevan baik secara metodologis maupun empiris.

Dengan memahami hubungan antara digitalisasi, efisiensi, dan layanan pelanggan secara sistematis, artikel ini diharapkan bisa memberikan kontribusi yang berarti secara konseptual dan praktis, baik untuk pengembangan teori dalam ekonomi digital maupun sebagai panduan bagi pengambil kebijakan serta pelaku bisnis jasa dalam menyusun strategi digital yang berkelanjutan.

Selain fintech konvensional, Indonesia juga menunjukkan perkembangan signifikan dalam fintech berbasis syariah. Hal ini tidak terlepas dari fakta bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, yang membutuhkan produk dan layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Fintech syariah merupakan layanan keuangan digital yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam praktiknya, seperti larangan riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi berlebihan) (Abdullah & Oseni, 2017). Kehadiran fintech syariah dianggap mampu menjadi solusi alternatif bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan modern namun tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Salah satu model bisnis fintech yang berkembang pesat di Indonesia adalah peer-to-peer (P2P) lending. P2P lending memungkinkan individu untuk meminjamkan atau meminjam dana secara langsung melalui platform digital tanpa perantara bank. Model ini terbagi dalam dua kategori, yakni konvensional dan syariah. Pada P2P lending syariah, akad yang digunakan harus sesuai dengan prinsip syariah, misalnya akad mudharabah, musyarakah, atau murabahah (Alam et al., 2019). Keunggulan P2P lending syariah adalah memberikan pembiayaan yang lebih etis dan transparan sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat muslim terhadap layanan tersebut.

Selain itu, perkembangan fintech di Indonesia turut didukung oleh pemerintah melalui regulasi yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). OJK telah menetapkan aturan terkait operasional fintech, termasuk fintech syariah, guna menciptakan ekosistem yang sehat dan melindungi konsumen. Regulasi ini penting karena fintech, meskipun inovatif, juga memiliki risiko seperti penipuan, kebocoran data, hingga gagal bayar pada layanan P2P lending (Zavolokina et al., 2016). Dengan regulasi yang jelas, diharapkan fintech dapat terus berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional.

Dari perspektif inklusi keuangan, fintech memiliki potensi besar untuk menjangkau masyarakat di daerah pedesaan yang selama ini belum terlayani lembaga keuangan formal. Penelitian oleh Gomber et al. (2018) menyebutkan bahwa fintech mampu meningkatkan inklusi keuangan melalui layanan yang lebih sederhana, biaya rendah, dan dapat diakses secara luas melalui internet. Hal ini sangat relevan dengan kondisi Indonesia sebagai negara kepulauan dengan tingkat disparitas akses keuangan yang tinggi antarwilayah.

Di sisi lain, fintech syariah juga membawa dimensi spiritual dalam layanan keuangan. Menurut Dusuki (2011), keuangan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tujuan sosial seperti keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat. Dengan memadukan teknologi digital, fintech syariah berpotensi menjadi instrumen strategis dalam mewujudkan keuangan inklusif sekaligus menjaga nilai-nilai keislaman.

Perkembangan fintech syariah di Indonesia juga selaras dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal dan kebutuhan untuk menerapkan prinsip syariah dalam

kehidupan sehari-hari. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah platform fintech syariah yang terdaftar di OJK. Data OJK (2023) mencatat bahwa jumlah fintech syariah terus meningkat dari tahun ke tahun, baik pada layanan pembayaran, investasi, maupun pembiayaan. Dengan dukungan regulasi dan permintaan masyarakat, prospek industri fintech syariah di Indonesia sangat menjanjikan.

Namun demikian, tantangan juga tidak dapat dihindari. Beberapa tantangan utama yang dihadapi fintech syariah antara lain masih rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah tertentu, serta perlunya inovasi produk yang lebih variatif dan kompetitif (Rahman et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan akademisi untuk mendorong pengembangan fintech syariah yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, fintech merupakan inovasi disruptif yang mampu memberikan solusi terhadap berbagai keterbatasan sistem keuangan konvensional. Kehadirannya di Indonesia membawa dampak positif dalam hal inklusi keuangan, efisiensi transaksi, serta kemudahan akses layanan keuangan. Lebih lanjut, fintech syariah hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan keuangan modern yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan dukungan regulasi yang memadai, literasi keuangan yang meningkat, dan perkembangan teknologi yang pesat, prospek fintech syariah di Indonesia akan semakin cerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk meneliti secara menyeluruh dampak digitalisasi terhadap efektivitas dan pelayanan pelanggan di industri jasa. Pendekatan SLR dipilih karena dapat mengorganisir temuan dari berbagai penelitian sebelumnya secara terstruktur, sehingga memberikan pemahaman yang komprehensif dan berdasarkan bukti ilmiah. SLR dilakukan melalui serangkaian langkah utama. Pertama, peneliti menetapkan fokus penelitian dan kata kunci seperti "digitalisasi sektor jasa", "efisiensi operasional", dan "layanan pelanggan berbasis digital". Literatur yang relevan dicari melalui basis data akademis serta dokumen-dokumen yang telah dipublikasikan.

Proses pemilihan dilakukan berdasarkan kesesuaian isi, relevansi dengan topik yang dibahas, dan kelengkapan data. Artikel yang terpilih dianalisis secara tematik untuk mendapatkan informasi tentang jenis teknologi digital, kategori layanan jasa, dampak digitalisasi terhadap efisiensi kerja, serta konsekuensinya terhadap kualitas pelayanan. Sebagaimana diungkapkan oleh Alayida et al (2023), "digitalisasi industri mengubah metode produksi barang dan jasa, dan juga berpengaruh pada berbagai pilihan karier." Sementara itu, Dias Satria dkk (2023) menekankan bahwa "digitalisasi data industri kecil dan menengah sangat penting untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mutu produk. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya sekedar penerapan teknologi, tetapi juga terkait erat dengan perubahan struktur operasional dan pelayanan di sektor jasa.

Melalui metode ini, penelitian berhasil menghasilkan sintesis literatur yang tidak hanya merinci tren digitalisasi, tetapi juga memberikan wawasan praktis untuk pengembangan strategi pelayanan yang lebih efisien dan responsif terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari studi literatur menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak yang besar pada efisiensi operasional dan peningkatan mutu layanan pelanggan dalam sektor jasa. Implementasi teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI), analisis big data, e-commerce dan sistem otomatisasi telah mempercepat transformasi proses kerja untuk menjadi lebih cepat, tepat, dan ekonomis.

Dalam hal efisiensi, digitalisasi memberikan kemudahan dalam mengurangi proses manual dan mempercepat alur layanan. Ini sejalan dengan temuan Vishal Tomar (2024) yang menyatakan bahwa pengembangan perbankan digital telah secara signifikan mempersingkat waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan berbagai kegiatan layanan, sehingga secara keseluruhan meningkatkan efisiensi. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Alayida et al. (2023) mengamati bahwa "penerapan AI mempengaruhi aktivitas di gudang, seperti pengumpulan data, analisis, dan pengelolaan stok. Robot yang menggunakan AI dapat membantu karyawan dalam menangani ratusan paket setiap jam. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi pintar dalam sektor jasa, terutama logistik, memiliki dampak langsung pada efisiensi waktu dan produktivitas operasional.

Peningkatan efisiensi ini terutama terlihat dalam industri perbankan dan keuangan, di mana digitalisasi mempercepat siklus layanan dan meningkatkan produktivitas karyawan. Efisiensi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola data secara langsung. Digitalisasi mendukung pengambilan keputusan berdasarkan data yang lebih baik melalui sistem informasi yang terintegrasi dan fleksibel. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Wang et al. (2023) yang mengelompokkan kapabilitas digital ke dalam tiga kategori utama: dasar, operasional, dan integratif semuanya berkontribusi positif terhadap kinerja perusahaan secara signifikan.

Dalam hal ini berarti efisiensi tidak hanya muncul dari teknologi itu sendiri, tetapi juga dari kemampuan organisasi dalam mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi dalam aktivitas operasional secara strategis. Selanjutnya, penerapan digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan layanan pelanggan. Teknologi digital memungkinkan penyedia layanan untuk menawarkan jasa yang lebih personal, cepat, dan responsif terhadap keinginan pengguna. Chu dan Zhan (2024) mencatat bahwa kenyamanan, keamanan, dan personalisasi dalam layanan digital memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan begitu, pelanggan tidak hanya menikmati layanan yang efisien, tetapi juga merasa lebih terlibat dan dihargai selama interaksi digital. Selain itu, transformasi digital mendukung model layanan yang lebih fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan individu.

Nalini dan Yuvasri (2024) menjelaskan bahwa teknologi seperti aplikasi mobile, chatbot berbasis AI, dan blockchain telah mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan penyedia jasa, memungkinkan layanan yang lebih cepat, personal, dan aman.

Ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memengaruhi aspek teknis, tetapi juga secara signifikan memperbaiki kualitas pengalaman pelanggan. Layanan digital memungkinkan terciptanya perjalanan pelanggan yang lebih sesuai dengan preferensi masing-masing individu. Hal ini berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian oleh Chu dan Zhan (2024), ditemukan bahwa kenyamanan, keamanan, dan layanan yang disesuaikan memiliki hubungan positif dengan persepsi kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Sejalan dengan itu, penelitian oleh Dias Satria et al. (2023) di sektor Industri Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa digitalisasi data berfungsi sebagai pemicu untuk meningkatkan efisiensi manajemen. Digitalisasi data industri kecil menengah sangat penting untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mutu produk guna memberikan manfaat bagi pemerintah, pelaku industri kecil menengah, dan masyarakat. Akses data yang terintegrasi memberikan kesempatan bagi pelaku jasa untuk mengambil keputusan dengan lebih cepat dan berbasis informasi yang up-to-date.

Dampak positif dari digitalisasi juga terlihat dalam pelayanan pelanggan. Kecepatan dan ketepatan pelayanan menjadi tolak ukur utama mutu layanan di era digital. Ahmad et al. (2021) dalam studi kasus mengenai layanan pengiriman SiCepat menunjukkan bahwa perusahaan merespons lonjakan permintaan dari e-commerce dengan menambah jumlah kurir freelance dan memastikan pengiriman tepat waktu. Mereka menekankan bahwa SiCepat cabang Comal juga tetap memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan jika ada barang yang rusak saat sampai. Pernyataan ini menunjukkan pentingnya keandalan dan tanggung jawab dalam layanan digital untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Hal ini sama dengan temuan Alayida et al. (2023) yang menekankan bahwa digitalisasi tidak hanya menyederhanakan proses produksi, tetapi juga menciptakan struktur kerja baru yang memerlukan peningkatan keterampilan digital di kalangan tenaga kerja.

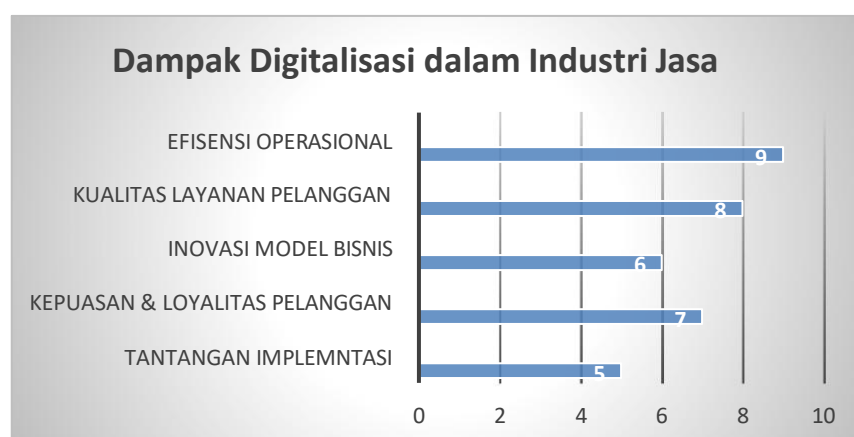
Dari perspektif strategis, digitalisasi juga memengaruhi inovasi dalam model bisnis di sektor jasa. Wang et al. (2023) menyatakan bahwa “kapabilitas digital dibagi menjadi tiga bidang dasar, operasional, dan integrasi yang secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja bisnis dan memberikan peluang inovasi. Ini menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi dan layanan pelanggan merupakan hasil dari sinergi antara teknologi dan inovasi proses yang saling mendukung.

Inovasi dalam model bisnis yang berbasis digital membuka peluang untuk menciptakan layanan baru, membuka saluran distribusi alternatif (contohnya layanan yang berbasis

platform), serta menerapkan strategi yang didasarkan pada data dengan tingkat akurasi lebih tinggi dalam segmentasi pasar dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan sekadar proses yang linear, melainkan sebuah transformasi yang melibatkan berbagai tingkatan dan berpengaruh pada aspek struktural, kultural, serta strategis dalam organisasi.

Namun, penerapan digitalisasi juga membawa tantangan tersendiri. Berbagai penelitian menekankan pentingnya kesiapan organisasi dalam hal infrastruktur digital dan kemampuan literasi sumber daya manusia. Rachinger et al, (2019) menyatakan bahwa digitalisasi mengharuskan peninjauan kembali terhadap strategi bisnis dan memerlukan penyesuaian terhadap perubahan nilai dari pelanggan. Disamping itu juga ada tantangan kebutuhan pelatihan sumber daya manusia, resistensi terhadap perubahan, dan ketidakmerataan akses teknologi. Oleh karena itu, efek digitalisasi tidak dapat dilihat secara sederhana, melainkan perlu dipahami sebagai proses transformasi yang memerlukan dukungan kebijakan, perubahan organisasi, dan kerja sama antar sektor. Selain faktor sumber daya manusia, ada tantangan lain yang muncul yaitu ketimpangan digital, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah yang belum memiliki akses yang memadai terhadap infrastruktur teknologi. Dalam konteks ini, bantuan dari pemerintah sangat penting, baik berupa pelatihan, subsidi untuk teknologi, maupun dukungan untuk menjalin kemitraan antara sektor swasta dan pelaku industri kecil dan menengah. Hal ini selaras dengan pendapat Dias Satria et al. (2023) yang menekankan pentingnya memiliki peta jalan digitalisasi yang tidak hanya memusatkan perhatian pada teknologi, tetapi juga memperhatikan kesiapan para pelaku dan lingkungan pendukungnya.

Temuan dari penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa digitalisasi dalam sektor jasa merupakan proses yang kompleks yang tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek sosial, manajerial, dan strategis. Transformasi digital yang sukses adalah yang dapat menyeimbangkan efisiensi proses dengan nilai-nilai hubungan dalam pelayanan kepada pelanggan. Dengan demikian, digitalisasi bukan sekadar alat untuk modernisasi, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak utama untuk meningkatkan daya saing jangka panjang bagi perusahaan jasa di zaman ekonomi digital.



Secara keseluruhan, hasil temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan keuntungan nyata bagi sektor jasa dalam dua hal utama: peningkatan efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan bagi pelanggan. Namun, keberhasilan dalam penerapannya sangat tergantung pada strategi yang jelas dalam mengadopsi perubahan, kesiapan dalam teknologi, serta pengembangan sumber daya manusia yang mampu beradaptasi dengan perubahan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode Systematic Literature Review (SLR) dapat disimpulkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam pergeseran sektor jasa, baik dalam hal efisiensi operasional maupun peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Penggunaan teknologi digital seperti kecerdasan buatan, sistem informasi yang terintegrasi, aplikasi layanan berbasis platform, serta analisis big data, memberikan kesempatan bagi penyedia jasa untuk mempercepat, meningkatkan akurasi, dan meningkatkan fleksibilitas dalam memberikan layanan.

Digitalisasi terbukti meningkatkan efisiensi dengan mengurangi pekerjaan manual, mengoptimalkan proses bisnis, dan memanfaatkan data untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan cepat. Di sisi lain, pergeseran ini juga memperbaiki kualitas layanan pelanggan melalui peningkatan kenyamanan, keselamatan, dan personalisasi dalam interaksi, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Digitalisasi memungkinkan perusahaan jasa untuk mengoptimalkan proses kerja secara otomatis, memanfaatkan data guna pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis fakta, serta menyesuaikan kapasitas layanan dengan cepat sesuai dengan permintaan pasar. Seperti yang terlihat dari berbagai penelitian yang dianalisis, inovasi teknologi di sektor logistik dan industri kecil dan menengah menunjukkan peningkatan produktivitas yang signifikan dan mendorong perkembangan layanan yang mengutamakan pengalaman pelanggan. Meskipun demikian, keberhasilan transformasi digital sangat tergantung pada kesiapan organisasi, termasuk dari segi infrastruktur teknologi, tingkat literasi digital sumber daya manusia, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Beberapa tantangan seperti kesenjangan digital, penolakan terhadap perubahan, dan keterbatasan akses teknologi di lokasi tertentu menjadi hal yang perlu diperhatikan secara strategis.

Lebih dari itu, digitalisasi menghasilkan inovasi dalam model bisnis dengan mendorong perusahaan untuk mengevaluasi cara mereka menghasilkan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Ini bukan hanya memperkuat daya saing, tetapi juga membuka peluang untuk menjelajahi layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Namun, pelaksanaan digitalisasi juga membawa beberapa tantangan, seperti kekurangan infrastruktur, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan tenaga kerja, dan penolakan terhadap perubahan. Maka dari itu, keberhasilan transformasi digital tidak hanya tergantung pada adopsi

teknologi, tetapi juga pada kesiapan organisasi untuk mengelola perubahan secara menyeluruh baik di tingkat strategis, struktural, maupun budaya.

Dengan demikian, digitalisasi dalam sektor jasa bukan merupakan opsi, melainkan suatu kebutuhan strategis yang memerlukan pendekatan yang adaptif dan integratif. Langkah ini harus didukung oleh komitmen lembaga, pengembangan sumber daya manusia, dan kebijakan yang mendorong ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., Larasati, A., Nadiyah, D. A., Septiyani, D., & Adinugraha, H. H. (2021). Dampak e-commerce terhadap peningkatan pemasaran jasa pengiriman barang melalui SiCepat cabang Comal. *Jurnal Ilmu Teknik dan Informatika (JITEKINFORMA)*, 1(2), 83–95. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/TEKNIK>
- Alayida, N. F., Aisyah, T., Deliana, R., & Diva, K. (2023). Pengaruh digitalisasi di era 4.0 terhadap para tenaga kerja di bidang logistik. *Jurnal Economina*, 2(1), 255–260. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina>
- Anjarwati, S., Zaena, R. R., Fitrianiingsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap efisiensi dan pengurangan biaya pada perusahaan wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 5772. <https://doi.org/10.55606/aktiva.v5i1.864>
- Blichfeldt, H., & Faullant, R. (2021). Digitalization and business model innovation in process industries. *Technovation*, 105, 102275. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102275>
- Bueno, L. A., Sigahi, T. F. A. C., & Anholon, R. (2023). Digital banks in Brazil: Struggling to reach the breakeven point or a new evolution wave? *FinTech*, 2(3), 374–387. <https://doi.org/10.3390/fintech2030021>
- Cahaya, A. N. (2020). Analisis peranan sektor pariwisata di Jawa Tengah (Pendekatan input-output). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2), 188–205. <http://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi>
- Chu, A. K., & Zhan, Y. (2024). Digital transformation and customer satisfaction in banking services: An empirical review. *FBEM: Financial and Banking Economics Management Journal*, 15(3), 356–360. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11119921>
- Munawati, M., Wahyuddin, W., & Marsuki, N. R. (2024). Transformasi pekerjaan di era digital: Analisis dampak teknologi pada pasar kerja modern. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 28–37. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.950>
- Nalini, R., & Yuvasri, S. (2024). A study on the impact of digital transformation in the banking sector on customer's experience. *International Journal of Innovative Research in*

- Engineering and Management (IJIREM), 11(2), 40–44.
<https://doi.org/10.55524/ijirem.2024.11.2.8>
- Paisal, P., Afrizawati, A., Africano, F., & Sabli, H. B. M. (2023). The effect of the digitalization system on customer service performance in the banking business during post-pandemic. *Asean International Journal of Business*, 2(1), 76–84.
<https://doi.org/10.54099/aijb.v2i1.442>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis dan Ekonomi Kreatif (JIBEKA)*, 11(2), 46–53. <http://ejournal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/137>
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143–1160. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0020>
- Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan dampak digitalisasi logistik di era industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49–63.
<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/logistik>
- Santoso, A. B., & Dewi, M. U. (2022). Digitalisasi UMKM untuk optimalisasi sistem informasi dan integrasi layanan aplikasi website transaksi online di masa pandemi. *Jurnal Abdidas*, 3(1), 198–205. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i1.560>
- Satria, D., Indraswari, C. R., & Purwanto, M. R. (2023). Digitalisasi data dan roadmap pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah) di Kabupaten Tuban. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 571–580. <https://doi.org/10.54082/jippm.195>
- Shabani, L., Behluli, A., Qerimi, F., Pula, F., & Dalloshi, P. (2022). The effect of digitalization on the quality of service and customer loyalty. *Emerging Science Journal*, 6(6), 1274–1283. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-06-04>
- Sugihartono, T., Sulaiman, R., Yanuarti, E., Alkayess, A. F., & Indallah, R. (2023). Meningkatkan promosi dan penguatan SDM melalui pembuatan media promosi bagi para UMKM. *Jurnal AbdiMastek*, 4(1), 1–6. <https://jurnal.abdimastek.org>
- Tomar, V. (2024). Exploring the impact of digitalization on bank performance and customer satisfaction. *Global Journal of Economics and Business Research*, 12(1), 50–59.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10657801>
- Wang, Z., Lin, S., Chen, Y., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). Digitalization effect on business performance: Role of business model innovation. *Sustainability*, 15(9), 9020.
<https://doi.org/10.3390/su150909020>