



Journal of Scientech Research and Development Volume 5, Issue 2, December 2023

P-ISSN 2715-6974

E-ISSN 2715-5846

Open Access at: <https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

ANALISIS CRITICAL SUCCESS FACTOR (CSF) UNTUK IMPLEMENTASI DIGITAL BISNIS

CRITICAL SUCCESS FACTOR (CSF) ANALYSIS FOR DIGITAL BUSINESS IMPLEMENTATION

Otami Amalina¹, Eko Purwanto², Hanifah Permatasari³

^{1,2,3}Universitas Duta Bangsa, Surakarta

Email: alhen4@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:

Digital Bisnis,
Faktor Kritis
Kesuksesan.

ABSTRAK

Penerapan digital bisnis sangat penting bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam perjalanannya menuju transformasi digital bisnis bergantung pada keberhasilan penerapan strategi bisnis tersebut. Sebagian besar keberhasilan bisnis ditentukan dengan mengidentifikasi dan memantau *Critical Success Factors* (CSF). Penelitian ini memiliki tujuan yaitu: 1) Menganalisis implementasi *Critical Success Factors* (CSF) pada digital bisnis, dan 2) Menganalisis dampak implementasi *Critical Success Factors* (CSF) terhadap perkembangan digital bisnis. Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode *literature review* dengan urutan struktur tematik dari 15 artikel. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai hasil penelitian dan studi sebelumnya yang masih relevan dengan topik dan pembahasan yang ada dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh yaitu bahwa terdapat dimensi CSF diantaranya yaitu, *sales and customer experience*, organisasi perusahaan, *culture and leadership*, *foresight and vision*, *operations*, *partners*, *data and IT (Information Technology)*, dan *capabilities and HR competencies*. CSF telah banyak diterapkan pada teknologi informasi, industri retail dan *e-commerce*, sektor kesehatan, industri manufaktur, sektor layanan keuangan, dan industri pendidikan. Dampak dari implementasi CSF yaitu lebih berfokus pada tujuan strategis, penentuan prioritas, pengambilan keputusan yang lebih baik, peningkatan efisiensi dan efektivitas, daya saing yang lebih kuat, pengukuran kinerja yang jelas, peningkatan pengalaman pelanggan, menciptakan inovasi dan perubahan yang lebih mudah, meningkatkan kolaborasi dan komunikasi, serta menciptakan keberlanjutan dan pertumbuhan.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

ARTICLE INFO

Keywords:

Digital Business,
Critical Success
Factor

ABSTRACT

The application of digital business is very important for the progress and development of the company. The success of a company on its journey towards digital business transformation depends on the successful implementation of the business strategy. A large part of business success is determined by identifying and monitoring Critical Success Factors (CSF). This research has the following objectives: 1) To analyze the implementation of Critical Success Factors (CSF) in digital business, and 2) To analyze the impact of the implementation of Critical Success Factors (CSF) on the development of digital business. The research design used was a qualitative descriptive study using the literature review method with the thematic structure of 15 articles. The data used in this study were obtained from various research results and previous studies which are still relevant to the topics and discussions in this study. The results obtained are that there are CSF dimensions including sales and customer experience, company organization, culture and leadership, foresight and vision, operations, partners, data and IT (Information Technology), and capabilities and HR competencies. CSF has been widely applied to information technology, the retail and e-commerce industry, the healthcare sector, the manufacturing industry, the financial services sector, and the education industry. The impact of CSF implementation is focusing more on strategic goals, prioritizing, making better decisions, increasing efficiency and effectiveness, stronger competitiveness, clear performance measurement, improving customer experience, creating easier innovation and change, increasing collaboration and communication, and creating sustainability and growth.

Copyright © 2023 JSR. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat saat ini mengiringi perkembangan pula di bidang bisnis, yaitu dengan adanya transformasi digital bisnis. Transformasi digital menjadi peluang untuk meningkatkan proses bisnis yang memiliki konsekuensi mengubah pasar di berbagai industri. Digital bisnis menjadi salah satu sektor penting yang berkontribusi terhadap kemajuan perekonomian negara. Menurut Ariella (2022), terdapat 56% perusahaan di dunia yang memprioritaskan digital bisnis pada tahun 2022. Digital bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional sebesar 40%, memungkinkan waktu pemasaran yang lebih cepat sebesar 36%, dan membantu memenuhi harapan pelanggan sebesar 35%. Kondisi tersebut menjadikan bidang digital bisnis harus selalu dikembangkan dan dikelola dengan baik.

Digital bisnis merupakan pemanfaatan atau penggunaan teknologi digital untuk menciptakan proses bisnis hingga model bisnis yang sesuai. Penerapan digital bisnis sangat penting bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan. Pasar bisnis mulai dapat menangkap peluang teknologi digital yang bisa menembus waktu, jarak, ruang, serta mengurangi biaya transaksi hingga 99% (Widhianto, 2022). Terdapat lebih dari 90% *employers* berencana menerapkan model digital bisnis di perusahaannya pada tahun 2022 (Ariella, 2022). Namun berdasarkan penelitian MIT Sloan dalam Raudy (2018) jumlah pendapatan perusahaan dari digital bisnis masih kurang dari 25% dari

pendapatan keseluruhan perusahaan. \$100 miliar setiap tahun juga terbuang sia-sia pada kegiatan transformasi bisnis digital dan analitik, dimana hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Adanya kondisi yang dapat menjadi kendala dalam perkembangan digital bisnis tersebut mendorong perusahaan untuk mengoptimalakan penerapan strategi bisnisnya. Keberhasilan suatu perusahaan dalam perjalanannya menuju transformasi digital bisnis bergantung pada keberhasilan penerapan strategi bisnis tersebut. Sebagian besar keberhasilan bisnis ditentukan dengan mengidentifikasi dan memantau *Critical Succes Factors* (CSF) (Doneva & Gaftandzhieva, 2022). Pemahaman terkait *Critical Succes Factors* (CSF) dapat memberikan pengaruh positif dan menguntungkan bagi pencapaian perusahaan. *Critical Succes Factors* (CSF) merupakan analisis terhadap faktor-faktor penentu kesuksesan yang harus dicapai suatu bisnis perusahaan. Daya saing perusahaan dan keberhasilan pelaksanaan berbagai proyek tergantung pada penggunaan praktik *Critical Succes Factors* (CSF).

Tujuan utama penerapan *Critical Succes Factors* (CSF) yaitu untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi, kebutuhan proses perencanaan strategis jangka panjang, hingga membuat sistem informasi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pelanggan. Analisis *Critical Succes Factors* (CSF) juga dapat memberikan gambaran pada perusahaan terkait aspek kritis di setiap aktivitas dan proses bisnis perusahaan yang mempengaruhi kinerja dalam pencapaian visi, misi, serta keberhasilan bisnis. Maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu: 1) Menganalisis implementasi *Critical Succes Factors* (CSF) pada digital bisnis, dan 2) Menganalisis dampak implementasi *Critical Succes Factors* (CSF) terhadap perkembangan digital bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis Digital

Era digital merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-harinya. Sistem digital mengacu pada bentuk bahasa binari, di mana 'kata' dalam sistem tersebut disebut *bits*, yang terdiri dari urutan angka 0 dan 1. Sistem digital ini terbukti lebih mutakhir dari sistem yang dikembangkan sebelumnya, yaitu sistem analog. Kerja sistem analog berbeda dengan sistem digital. Sistem analog menghasilkan sinyal tiruan dari suara/sinyal asli yang didapat secara utuh dari alam, sehingga kualitas sinyal tiruan yang didapat terkadang kurang jelas dikarenakan adanya faktor degradasi sinyal dan *noise* (suara latar yang mengganggu). Sebaliknya, sistem digital dapat menghilangkan faktor pengganggu saat mentransmisi sinyal asli dengan cara encoding (mengubah sinyal asli menjadi bits) dan sampling dan quantizing (membuat sampel gelombang suara dan mengaturnya dalam interval yang disesuaikan berdasarkan kecepatan tertentu) sehingga hasilnya lebih jernih, akurat dan tidak mengalami *delayed sinyal* (sinyal tunda) (Carlin, 2010).

Digital adalah bentuk modernisasi atau pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dikaitkan dengan kemunculan internet dan komputer. Teknologi ini senantiasa menyediakan barang-barang atau kebutuhan yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Praktik transformasi digital biasanya digunakan dalam konteks bisnis. Pengenalan teknologi digital telah memicu

penciptaan model bisnis baru dan aliran pendapatan. Teknologi yang muncul seperti kecerdasan buatan (AI), cloud computing dan Internet of Things (IoT) mempercepat transformasi, sementara teknologi dasar seperti manajemen data dan analitik diperlukan untuk menganalisis sejumlah besar data yang dihasilkan dari transformasi digital (Musnaini, 2020).

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" memiliki tiga penggunaan (tergantung *scope*-nya); 1) Penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan; 2) Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian"; dan 3) Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Sehingga bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan (laba) (Musnaini, 2020).

Digital business atau *e-business* didefinisikan sebagai transformasi dari *key business process* dengan memanfaatkan teknologi internet. Transformasi digital telah berdampak besar pada bisnis yaitu mempercepat kegiatan dan proses bisnis untuk memanfaatkan peluang sepenuhnya dengan cara yang strategis. Bisnis digital adalah bisnis yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal. Bisnis digital juga didefinisikan sebagai suatu desain baru yang menghilangkan kesenjangan antara dunia digital dan dunia fisik yang menghasilkan konvergensi dari orang, bisnis, dan barang yang pada akhirnya mendisrupsi model bisnis yang ada, bahkan untuk bisnis berbasis internet dan *e-business*. Sehingga perusahaan digital yaitu sebagai perusahaan yang menjalankan bisnis digital dan mengimplementasikan model bisnis digital (*new business model*) yang merupakan salah satu ciri bisnis digital (Witjara, 2019).

Menurut Musnaini (2020), keuntungan yang bisa di dapatkan dari bisnis digital, yakni; 1) Memperluas pasar, pebisnis dapat menjangkau banyak pelanggan dimanapun berada, 2) Menekan biaya telekomunikasi, serta waktu transaksi dan waktu penerimaan produk, 3) Konsumen cukup dapat melihat barang, spesifikasi, maupun informasi lainnya melalui internet, 4) Meningkatkan citra baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik pula.

Critical Success Factors (CSF)

Critical Success Factor (CSF) adalah istilah manajemen untuk menyebutkan elemen-elemen yang diperlukan bagi suatu organisasi atau proyek untuk mencapai misinya. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu mengetahui setiap *key success factor* (faktor kunci keberhasilan) dan *key result area* (area hasil kunci). Konsep *success factor* dikembangkan oleh D. Ronald Daniel dari McKinsey & Company pada tahun 1961. Proses tersebut kemudian disempurnakan menjadi *Critical Success Factor* oleh John F. Rockart antara tahun 1979 dan 1981. Pada tahun 1995, James A. Johnson dan Michael Friesen menerapkan *Critical Success Factor* dalam berbagai bidang.

Pendekatan *Critical Success Factors (CSF)* dari Ward & Peppard (2002), yaitu kerangka informasi yang terintegrasi dan ditingkatkan untuk perencanaan strategis yang dapat

membantu organisasi memahami berbagai elemen yang saling terkait yang mempengaruhi strategi pembangunan. *Critical Success Factor* (CSF) dapat digunakan untuk mengarahkan organisasi dalam mengembangkan rencana strategis, menetapkan *guideline* untuk aktivitas perusahaan, mengidentifikasi isu-isu kritis yang terkait dengan pelaksanaan rencana strategis, serta dapat digunakan oleh manajer dan organisasi untuk membantu mendapatkan kinerja yang maksimal (Laosethakul, 2007).

Critical success factors dapat didefinisikan sebagai acuan yang harus dicapai bagi sebuah proyek ataupun bisnis di dalam suatu organisasi dimana *critical success factors* dibuat selaras untuk mendukung tercapainya tujuan utama. *Critical success factors* dapat membantu tim berfokus pada hal-hal yang perlu dilakukan demi mencapai keberhasilan tujuan proyek. Namun, *critical success factors* bukanlah ukuran keberhasilan proyek, melainkan sebuah sistem yang menjadi latar belakang bagi organisasi dan dapat digunakan oleh organisasi dalam mencapai keberhasilan. Faktor penentu keberhasilan juga merupakan cara organisasi mengetahui apa yang dibutuhkan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu *critical success factors* berhubungan dengan strategi bisnis dari organisasi tersebut (Maturbongs & Satria, 2011).

METODE

Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode *literature review* dengan urutan struktur tematik dari 15 artikel. Struktur tematik yaitu mengelompokkan dan mendiskusikan sumber-sumber sesuai tema atau topik. Pengumpulan *literature review* dilakukan dengan tahapan pencarian artikel berdasarkan topik garis besar, pengelompokan artikel berdasarkan relevansi dengan topik dan tahun penelitian, kemudian pengurutan struktur penjelasan serta perbandingan data yang saling berhubungan. Pencarian artikel jurnal ilmiah yang digunakan terpublikasi dalam 10 tahun terakhir dan menggunakan kata kunci *Critical Success Factor* dan bisnis digital (*digital business*). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai hasil penelitian dan studi sebelumnya yang masih relevan dengan topik dan pembahasan yang ada dalam penelitian ini. Review literatur ini bertujuan untuk mengeksplorasi terkait implementasi, dan dampak *Critical Success Factor* (CSF) pada bisnis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Critical Success Factor (CSF) pada Digital Bisnis

Digital bisnis memiliki sejumlah Critical Success Factors (CSF) yang sangat penting untuk dipahami dan diimplementasikan oleh perusahaan agar berhasil dalam lingkungan bisnis yang semakin digital (Doneva & Gaftandzhieva, 2022). Beberapa CSF utama yang perlu dipertimbangkan (Raudy, 2018) antara lain:

1. Pengalaman Pengguna (*User Experience*), yaitu menyediakan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan intuitif adalah hal yang krusial dalam digital bisnis. Situs web dan aplikasi harus mudah dinavigasi, responsif, cepat, dan menyajikan konten yang relevan bagi pengguna

2. Strategi *Mobile-First*, yaitu semakin banyak orang yang mengakses internet melalui perangkat mobile, sehingga strategi *mobile-first* menjadi penting. Digital bisnis harus menyediakan pengalaman yang dioptimalkan untuk perangkat mobile agar tetap relevan dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas
3. Keamanan dan Privasi Data, yaitu keamanan dan perlindungan data pelanggan sangat penting dalam era digital. Bisnis harus menjaga data pelanggan dengan sangat hati-hati dan mematuhi peraturan tentang privasi dan perlindungan data
4. Analitik dan Pengambilan Keputusan Berbasis Data, yaitu memahami data dan menganalisisnya dengan baik adalah kunci untuk membuat keputusan bisnis yang cerdas. Analitik dapat memberikan wawasan tentang perilaku pelanggan, tren pasar, dan kinerja bisnis secara keseluruhan.
5. Integrasi Teknologi, dimana digital bisnis harus dapat mengintegrasikan berbagai teknologi dan sistem untuk menciptakan alur kerja yang efisien dan terhubung. Integrasi teknologi juga membantu dalam memperoleh wawasan yang komprehensif tentang bisnis
6. Konten dan Pemasaran Digital, dimana konten yang berkualitas dan strategi pemasaran digital yang efektif membantu bisnis untuk menarik dan mempertahankan audiens. Konten yang menarik dan relevan dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan
7. Keterlibatan Sosial Media, yaitu kehadiran aktif dan efektif di platform media sosial yang membantu bisnis untuk terhubung dengan pelanggan, membangun merek, dan meningkatkan keterlibatan
8. Kecepatan dan Ketepatan Respons, yaitu responsif dan cepat dalam berinteraksi dengan pelanggan sangat penting. Respon yang lambat atau tidak tepat dapat merugikan reputasi bisnis
9. Inovasi dan Adaptasi, dimana dunia digital terus berkembang dan berubah. Bisnis yang berhasil harus terus berinovasi, mengikuti tren terkini, dan siap beradaptasi dengan perubahan yang cepat, dan
10. Pemenuhan Harapan Pelanggan, yaitu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan adalah kunci untuk keberhasilan digital bisnis. Menyediakan layanan yang relevan dan memenuhi harapan pelanggan akan membantu membangun loyalitas dan mendapatkan pelanggan setia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Friedrich Holotiuk dan Daniel Beimborn dalam Holotiuk (2017), dapat dikatakan bahwa *Critical Success Factor* untuk implementasi bisnis digital memiliki dimensi yaitu sebagai berikut: 1) *Sales and Customer Experience*, yaitu berfokus pada integrasi antara *channel physical* dan online atau digital. Pengalaman pelanggan yang konsisten pada semua *channel* dengan adanya integrasi menentukan kesuksesan bisnis digital, 2) *Organisasi Perusahaan*, yang mana harus dapat merespon permintaan pelanggan sambil menyeimbangkan hambatan internal. Organisasi berfokus untuk mengalokasikan sumber daya yang mengharuskan perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan keadaan, 3) *Culture and Leadership*, berfokus dalam menciptakan dan mengembangkan pola pikir digital dimana nilai-nilai perusahaan mendukung teknologi-teknologi serta inovasi terbaru, 4) *Foresight and Vision*, yaitu membangun visi yang jelas akan kebutuhan dan langkah-langkah pencapaiannya untuk transformasi digital, 5) *Operations*, berfokus untuk

membuat proses *data-driven* dan digital untuk pengotomasiian dalam proses bisnis untuk meningkatkan kecepatan dan efisiensi, 6) *Partners*, yaitu memanfaatkan *network effects* dengan adanya peningkatan kerjasama dengan mitra bisnis. Perusahaan akan dapat berkolaborasi dengan mitra eksternal yang akan mendukung inovasi, 6) *Data and IT (Information Technology)*, berfokus pada penggunaan data dan informasi sebagai sumber utama dalam pengambilan keputusan. Data merupakan keunggulan kompetitif karena informasi merupakan inti dari bisnis digital, dan 7) *Capabilities and HR Competencies*, untuk penerapan bisnis digital yang sukses, perusahaan harus memiliki karyawan dengan keterampilan digital yang dibutuhkan, tidak hanya keterampilan teknis teknologi informasi tetapi juga keterampilan non teknologi informasi, seperti visi, kolaborasi, dan manajemen perubahan organisasi.

Dezelak, *et al* (2006) mengungkapkan bahwa *critical success factor* dalam implementasi digital bisnis diantaranya yaitu 1) Dukungan dan keterlibatan manajemen, 2) Tujuan, sasaran, dan perencanaan yang jelas, 3) Kompatibilitas (infrastruktur), 4) Kekuatan pasar, 5) Kompetensi pengguna internal, 6) Dukungan pemerintah, 7) Strategi, 8) Rekayasa ulang proses bisnis, 9) Manajemen perubahan, 10) Konsultan, 11) Manajemen Proyek, 12) Ukuran perusahaan, dan 13) Komunikasi yang efektif. Implementasi Critical Success Factors (CSF) pada bisnis digital didasarkan pada konteks bisnis dan industri tertentu. Implementasi CSF didasarkan pula pada faktor geografis, kebudayaan, peraturan pemerintah, dan dinamika pasar di setiap wilayah (Arif, 2017). Setiap bisnis juga harus mengidentifikasi CSF yang paling relevan untuk keberhasilan masing-masing bisnis digital berdasarkan tujuan strategis, model bisnis, dan lingkungan operasional. Beberapa CSF yang telah diimplementasikan di berbagai sektor bisnis (Kyungsung, 2006), seperti:

1. Teknologi Informasi (TI) dan Perusahaan Teknologi: Inovasi, kecepatan pengembangan produk, dan kualitas layanan menjadi *critical success factor* yang utama dalam industri TI dan perusahaan teknologi. Perusahaan yang berfokus pada produksi teknologi mutakhir, dapat memberikan solusi yang efektif bagi pelanggan, dan mendapatkan kepercayaan pelanggan terbukti sukses dalam lingkungan kompetitif ini.
2. Industri Retail dan *E-commerce*: Pengalaman pelanggan, kehadiran digital yang kuat, dan pengelolaan rantai pasokan yang efisien adalah CSF yang krusial dalam industri retail dan *e-commerce*. Perusahaan yang mampu menyediakan pengalaman belanja yang menarik, mudah, dan efisien secara online akan menciptakan keunggulan kompetitif (Viehland, 2000).
3. Sektor Kesehatan: CSF dalam sektor kesehatan diantaranya yaitu keamanan pasien, kualitas layanan medis, dan penerapan teknologi informasi di bidang perawatan kesehatan. Rumah sakit dan fasilitas medis yang berhasil menangani pasien dengan aman, menyediakan perawatan berkualitas tinggi, dan menggunakan teknologi terkini cenderung mendapatkan reputasi yang baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Industri Manufaktur: CSF yang penting dalam industri manufaktur yaitu, efisiensi operasional, kontrol kualitas yang ketat, dan inovasi produk. Perusahaan yang mampu mengoptimalkan proses produksi, memastikan kualitas produk yang

konsisten, dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan mencapai keunggulan kompetitif.

5. Sektor Layanan Keuangan: Kepercayaan pelanggan, keamanan data, dan layanan yang responsif adalah CSF kunci dalam sektor layanan keuangan. Perusahaan yang menyediakan layanan keuangan yang aman, cepat, dan handal akan menarik pelanggan dan menciptakan kepuasan jangka panjang.
6. Industri Pendidikan: Kualitas pengajaran, kurikulum yang relevan, dan teknologi pendidikan adalah CSF yang penting dalam industri pendidikan. Institusi pendidikan yang menyediakan pengajaran berkualitas, mengadopsi teknologi modern untuk meningkatkan pembelajaran, dan memberikan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja akan berhasil dalam menarik siswa dan mencapai kesuksesan.

Implementasi CSF di berbagai negara didasarkan pada industri, jenis bisnis, kebutuhan ekonomi, dan konteks bisnisnya. Setiap negara memiliki tantangan dan kesempatan yang beragam, sehingga penerapan CSF juga beragam sesuai dengan kondisi yang ada (Sebora et al, 2009). Penerapan CSF yang baik bukan merupakan karakteristik eksklusif suatu negara, tetapi merupakan hasil dari komitmen dan dedikasi dari perusahaan, pemerintah, dan ekosistem bisnis di setiap negara (Sampson & Mugobo, 2023). Namun, beberapa negara maju dan inovatif seringkali menonjol dalam menerapkan CSF di berbagai sektor bisnis. Berdasarkan Cosgun & Dogerlioglu (2023) negara yang memiliki keunggulan dalam berbagai sektor bisnis dan telah menerapkan CSFs secara efektif untuk mencapai keberhasilan dan pertumbuhan ekonomi antara lain:

1. Amerika Serikat. Sebagai salah satu pusat teknologi dan inovasi global, AS seringkali dianggap sebagai negara yang menerapkan CSF dengan baik, terutama dalam industri teknologi, e-commerce, dan bisnis berbasis teknologi.
2. Jerman. Jerman memiliki reputasi kuat dalam penerapan CSF dalam industri manufaktur dan teknologi tinggi. Pemerintah dan perusahaan di Jerman aktif dalam inovasi dan keunggulan teknologi.
3. Singapura. Singapura dikenal sebagai negara dengan iklim bisnis yang ramah dan penerapan teknologi yang maju. Negara ini cenderung menerapkan CSF dalam sektor ekonomi digital dan layanan keuangan.
4. Jepang. Jepang telah lama dikenal sebagai pemimpin dalam teknologi, manufaktur, dan inovasi. Jepang aktif menerapkan CSF dalam industri manufaktur, teknologi, dan layanan keuangan.
5. Korea Selatan. Negara ini dikenal dengan industri teknologi informasi dan komunikasi yang maju, dan sering kali mengedepankan penerapan CSF dalam industri teknologi dan elektronik.

Dampak Implementasi Critical Success Factor (CSF) terhadap perkembangan Digital Bisnis

Implementasi Critical Success Factors (CSF) pada bisnis digital berdampak terhadap manfaat yang signifikan untuk kesuksesan perusahaan. Implementasi CSF membantu bisnis digital untuk lebih terorganisir, efisien, dan adaptif terhadap perubahan. CSF ni

adalah alat penting yang membantu bisnis untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari penerapan CSF dalam bisnis digital (Tsironis, 2016):

1. Fokus pada tujuan strategis. CSF membantu perusahaan untuk fokus pada elemen kunci yang mendukung tujuan strategis bisnis. Identifikasi faktor-faktor kritis tersebut menjadikan perusahaan dapat menyusun rencana dan taktik yang lebih terarah untuk mencapai kesuksesan.
2. Penentuan prioritas. CSF dapat membantu dalam menentukan prioritas kegiatan bisnis dengan mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh pada kesuksesan, sehingga perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan efektif.
3. Pengambilan keputusan yang lebih baik. Menggunakan CSF sebagai landasan untuk pengambilan keputusan membantu manajemen dalam menganalisis kinerja bisnis dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Keputusan yang didasarkan pada data dan analisis cenderung lebih akurat dan berpotensi menghasilkan hasil yang lebih baik.
4. Peningkatan efisiensi dan efektivitas. Dengan berfokus pada faktor-faktor kritis, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas strategi pemasaran yang dapat membantu dalam mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas.
5. Daya saing yang lebih kuat. Implementasi CSF memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi dengan lebih baik. Bisnis dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih kuat apabila perusahaan tetap berfokus pada hal-hal yang paling penting,
6. Pengukuran kinerja yang jelas. CSF membantu dalam mengukur kinerja bisnis secara obyektif dan jelas. Perusahaan dapat menggunakan indikator kinerja kunci (Key Performance Indicators/KPI) yang terkait dengan CSF untuk memantau kemajuan dan mengukur keberhasilan.
7. Peningkatan pengalaman pelanggan. Dengan memperhatikan faktor-faktor kritis yang berhubungan dengan pengalaman pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan dan menghadirkan pengalaman yang lebih positif bagi pelanggan.
8. Menciptakan inovasi dan perubahan yang lebih mudah. CSF mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar dengan memahami faktor-faktor kritis yang relevan, sehingga bisnis dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang baru dan menghadapi tantangan.
9. Meningkatkan kolaborasi dan komunikasi. Implementasi CSF dapat meningkatkan kolaborasi dan komunikasi antara berbagai departemen dalam perusahaan. Hal tersebut dapat membantu dalam mengurangi fungsional dan memastikan bahwa semua bagian perusahaan bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama.
10. Menciptakan keberlanjutan dan pertumbuhan. Fokus pada faktor-faktor kunci dapat mengarahkan pada kesuksesan, sehingga perusahaan dapat membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis.

KESIMPULAN

Critical Success Factor (CSF) merupakan faktor yang sangat penting untuk dipahami dan diimplementasikan oleh perusahaan agar berhasil dalam lingkungan bisnis yang semakin digital. Dimensi CSF diantaranya yaitu, *sales and customer experience*, organisasi perusahaan, *culture and leadership*, *foresight and vision*, *operations*, *partners*, *data and IT (Information Technology)*, dan *capabilities and HR competencies*. Implementasi CSF pada bisnis digital didasarkan pada konteks bisnis dan industri tertentu, seperti pada teknologi informasi, industri retail dan *e-commerce*, sektor kesehatan, industri manufaktur, sektor layanan keuangan, dan industri pendidikan. Implementasi CSF di berbagai negara didasarkan pada industri, jenis bisnis, kebutuhan ekonomi, dan konteks bisnisnya. Implementasi CSF pada bisnis digital berdampak terhadap manfaat yang signifikan untuk kesuksesan perusahaan, diantaranya yaitu dapat berfokus pada tujuan strategis, penentuan prioritas, pengambilan keputusan yang lebih baik, peningkatan efisiensi dan efektivitas, daya saing yang lebih kuat, pengukuran kinerja yang jelas, peningkatan pengalaman pelanggan, menciptakan inovasi dan perubahan yang lebih mudah, meningkatkan kolaborasi dan komunikasi, serta menciptakan keberlanjutan dan pertumbuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariella, S. (2022). 37 Incredible Digital Transformation Statistics [2023]: Need To-Know Facts on the Future of Business <https://www.zippia.com/advice/digital-transformation-statistics/#:~:text=The%20success%20rate%20of%20digital%20transformati on%20is%20below%2030%25.&text=One%20survey%20of%20companies%2 0that,digital%20improvements%20improved%20their%20profits.>
- Arif, N. F. (2017). Critical Success Factor dalam Adopsi E-Commerce di Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Economix*, 5(2): 116-125.
- Carlin A, F., Saez, D.M., Pozzi, R., & Ribeiro, D. A. (2010). Mutagenicity and Cytotoxicity Assessment in Patients Undergoing Orthodontic Radiographs. *The British Institute of Radiology*, 39:437-440.
- Cosgun, V., & Dogerlioglu, O. (2012). Critical Success Factors Affecting e-Commerce Activities of Small and Medium Enterprises. *Information Technology Journal*, 11(12): 1664-1676.
- Dezelak, Z., Sternad, S., & Bobek, S. (2006). Comparative Analysis of E-Business Implementation Critical Success Factors. *Scientific Papers*, 3(39): 169-175.
- Doneva, R., & Gaftandzhieva, S. (2022). Adoption of Digital Business Solutions: Designing and Monitoring Critical Success Factors. *Electronics*, 11, 3494. <https://doi.org/10.3390/electronics11213494>
- Holotiuk, F., & Beimborn, D. (2017). *Critical Success Factors of Digital Business Strategy*. *Wirtschaftsinformatik und Angewandte Informatik*.
- Laosethakul, K., & Boulton, W. (2007). Critical Success Factors for E-commerce in Thailand: Cultural and Infrastructural Influences. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 30(1), 1-22.

- Raudy, T. (2018). *Analisis Critical Success Factor untuk Implementasi Digital Bisnis di Indonesia (Studi Kasus: Online Travel Agency)*. Tugas Akhir Departemen Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Sampson, K. K., & Mugobo, V. V. (2023). Critical Success Factors for Leading Apparel E-Tailers in Cape eTown, South Africa. *Expert Joournal of Marketing*, 11(1): 1-11.
- Sebora, T. C., Lee, S. M., & Sukasame, N. (2009). Critical Success Factor for E-Commerce Entrepreneurship: An Empirical Study of Thailand. *Small Bussiness Economic*, 32: 303-316.
- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737-1744.
- Tsironis, L. K., Gotzamani, K. D., & Mastos, T. (2016). E-Business Critical Success Factors: Toward the Development of An Integrated Success Model. *Business Process Management Journal*, 23(5): 874-896.
- Viehland, D. W. (2000). Critical Success Factors for Developing an e-Business Strategy. *Res. Lett. Inf. Math. Sci*, 1 (September) : 1-7.
- Ward, J., Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information System*. John Wiley & Sons.
- Widhianto, C. W. (2022). E-Business: Teknologi dan Peluang Bisnis di Indonesia. *Jurnal The Winners*, 3(1): 19-31.
- Witjara, E. (2019). *Digital Business Valuation: Inovasi, Strategi, dan Tips*. Jakarta: Rayyana Komunikasindo.