



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi : UNGGUL*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**RANCANGAN DIGITALISASI**  
**TOKO KARYA SEMPURNA**

Skripsi

Oleh

Johan Nathaniel Ovani

6082001243

Bandung

2024



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi : UNGGUL*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**RANCANGAN DIGITALISASI**  
**TOKO KARYA SEMPURNA**

Skripsi

Oleh

Johan Nathaniel Ovani

6082001243

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Johan Nathaniel Ovani  
Nomor Pokok : 6082001243  
Judul : Rancangan Digitalisasi Toko Karya Sempurna

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 8 Juli 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Adrianus Tirta, S.E., M.M

: 

**Sekretaris**

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: 

**Anggota**

Gandhi Pawitan, Ph.D.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

## DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Johan Nathaniel Ovani  
Nomor Pokok Mahasiswa : 6082001243  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Pembimbing : Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. (19960706) Pembimbing Tunggal  
Hari dan tanggal ujian skripsi : Senin, 8 Juli 2024  
Judul (Bahasa Indonesia) : Rancangan Digitalisasi Toko Karya Sempurna  
Judul (Bahasa Inggris) : Karya Sempurna Store Digitalization Plan

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :  
sesuai catatan di sidang

3. Perbaiki di Bab 1

4. Perbaiki di Bab 2

5. Perbaiki di Bab 3

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

Bandung, 13 April 2024

Ketua Program Studi,

kaprodi\_iab.fisip@unpar.ac.id  
7/8/2024 14:46:06

Adrianus Tirta, S.E., M.M

Penguji,

adrianus.tirta@unpar.ac.id  
7/8/2024 13:56:17

Adrianus Tirta, S.E., M.M

Penguji (Pembimbing),

jane@unpar.ac.id  
7/8/2024 14:33:09

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Penguji,

gandhi\_p@unpar.ac.id  
7/8/2024 13:50:26

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Johan Nathaniel Ovani  
NPM : 6082001243  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Rancangan Digitalisasi Toko Karya Sempurna

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juni 2024



Johan Nathaniel Ovani

## ABSTRAK

Nama : Johan Nathaniel Ovani

NPM : 6082001243

Judul : Rancangan Digitalisasi Toko Karya Sempurna

---

Di era Revolusi Industri 4.0, bisnis harus beradaptasi dan meningkatkan model bisnis mereka agar tetap kompetitif dan dapat bertahan. Bisnis perlu mengintegrasikan teknologi canggih seperti Kecerdasan Buatan (AI), pembelajaran mesin, *Internet of Things* (IoT), dan *Big Data Analytics*. Kecepatan perubahan teknologi menuntut bisnis untuk lebih inovatif dan cekatan. Mereka harus terus mengembangkan produk dan layanan baru, beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah, dan merespons dengan cepat kebutuhan dan preferensi pelanggan. Begitu juga dengan KS yang merancang transformasi digital baru untuk diimplementasikan pada operasional KS.

Tesis ini mengeksplorasi transformasi digital sistem operasional KS. Dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi non-partisipan sebagai metodologi penelitian, lalu hasilnya akan dianalisis dengan menggunakan referensi signifikan lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Tesis ini juga mengadopsi “*The Five Domains of Digital Transformation : Customers, Competition, Data, Innovation, Value*” oleh David L. Rogers untuk melakukan referensi operasional variabel secara keseluruhan.

Studi ini mengungkapkan kebutuhan signifikan bagi KS untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka melalui digitalisasi. Secara spesifik, perusahaan memerlukan model operasional baru yang menggabungkan aplikasi digital untuk merampingkan manajemen inventaris dan mengorganisir sistem pengiriman. Temuan ini juga menunjukkan bahwa KS telah mengembangkan rencana strategis untuk beralih ke model operasional digital dengan tujuan mengoptimalkan proses operasional dan meningkatkan produktivitas secara menyeluruh.

**Kata Kunci :** Transformasi Digital, Digitalisasi, Operasional, Strategi Inovasi, Aplikasi.

## ***ABSTRACT***

*Name* : Johan Nathaniel Ovani

*NPM* : 6082001243

*Title* : *Karya Sempurna Store Digitalization Plan*

---

*In the era of Industrial Revolution 4.0, businesses must adapt and enhance their business models to remain competitive and viable. Businesses need to integrate advanced technologies such as Artificial Intelligence (AI), machine learning, the Internet of Things (IoT), and Big Data Analytics. The pace of technological change requires businesses to be more innovative and agile. They must continually develop new products and services, adapt to changing market conditions, and respond quickly to customer needs and preferences. As well as in KS layout in order to contrive a new digital transformation to be implemented on KS operational.*

*This thesis explores the digital transformation of KS's operational systems. By utilizing interviews and non-participant observations as research methodologies and afterwards the outcome will be analyzed by using other significance references related to this research. This thesis also adopted *The Five Domains of Digital Transformation: Customers, Competition, Data, Innovation, Value* by David L Rogers to conduct references for the overall operational variables research.*

*The study reveals a significant need for KS to enhance their operational efficiency through digitalization. Specifically, the company requires a new operational mode, incorporating a digitalized application to streamline inventory management and organize the delivery system. The findings indicate that KS has developed a strategic plan to transition to a digital operational model, aiming to optimize their processes and improve overall productivity.*

***Keywords*** : *Digital Transformation, Digitalization, Operational, Innovation Strategy, Application.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, serta karunia nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Rancangan Digitalisasi Toko Karya Sempurna”. Adanya penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Setelah menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang terbatas. Selain itu, penulis mengharapkan skripsi ini juga sekiranya agar menerima kritik dan saran agar skripsi ini dapat disempurnakan kedepannya dan temuan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan perusahaan yang menjadi subjek penelitian serta pembaca.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk bimbingan, doa, dukungan moral, serta inspirasi dan motivasi. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Sutandi Ovani dan Lina Osa selaku orang tua penulis, serta Ivan Nathaniel Ovani dan Evelyn Nathania Ovani selaku kakak dari penulis yang secara penuh memberikan dukungan baik dalam doa, finansial, maupun dukungan psikologis kepada penulis.
2. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M, selaku dosen pembimbing dan dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang selalu hadir dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan penuh rasa bangga dan rasa hormat penulis memberikan apresiasi dan penghargaan kepada beliau.
3. Bapak Dr. Daniel Karim, S.IP., MM. selaku dosen wali yang selalu membantu penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Prof. Tri Basuki Joewono, Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
6. Sahabat penulis Sheren Christina, Kenneth Tanmadibrata, Jonathan Andrew, dan Gemael Rhagat yang sedari awal perkuliahan, proses, hingga pengerjaan skripsi selalu membantu dan mendampingi penulis.

7. Sahabat dan teman - teman Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2020 yang telah mendukung dalam setiap langkah pada proses perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
9. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Bandung, 14 Juni 2024



Penulis,  
Johan Nathaniel Ovani

# DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| ABSTRAK.....  | i   |
| ABSTRACT.....   | ii  |
| KATA PENGANTAR.....   | iii |
| DAFTAR ISI.....   | v   |
| DAFTAR GAMBAR.....  | vi  |
| DAFTAR TABEL.....   | vii |
| BAB I : PENDAHULUAN.....  | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 4   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 4   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 4   |
| 1.5 Sistematika Penelitian.....                                       | 5   |
| 1.6 Kerangka Penelitian.....  | 6   |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN.....                | 7   |
| 2.1 Transformasi Digital.....   | 7   |
| 2.1.1 Pengertian Transformasi Digital.....                            | 7   |
| 2.1.2 Komponen dalam Transformasi Digital.....                        | 10  |
| 2.1.3 Area Transformasi Digital.....                                  | 10  |
| 2.2 Strategi Transformasi Digital Ritel.....                          | 12  |
| 2.3 Tahapan Proses Transformasi Digital di Industri Ritel.....        | 14  |
| 2.4 Penelitian Terdahulu.....   | 15  |
| 2.5 Metodologi Penelitian.....  | 20  |
| 2.5.1 Metode Penelitian.....  | 20  |
| 2.5.2 Jenis Penelitian.....   | 21  |
| 2.5.3 Sumber Data.....  | 21  |
| 2.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....                                    | 22  |
| 2.5.5 Teknik Analisis Data.....                                       | 23  |
| BAB III : OPERASIONAL VARIABEL.....                                   | 24  |
| 3.1 Pengertian Operasional Variabel.....                              | 24  |
| 3.2 Operasional Variabel.....   | 25  |
| BAB IV : HASIL DAN TEMUAN.....  | 37  |
| 4.1 Objek Penelitian.....   | 37  |
| 4.1.1 Profil Perusahaan.....  | 37  |
| 4.1.2 Sejarah Perusahaan.....   | 37  |
| 4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....                                   | 39  |
| 4.1.4 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....                                | 39  |
| 4.2 Kesiapan Karya Sempurna Untuk Melakukan Transformasi Digital..... | 44  |
| 4.2.1 Inovasi.....  | 50  |

|  |    |
|--|----|
| 4.2.2 Data.....  | 56 |
| 4.2.3 Value.....   | 61 |
| 4.2.4 Tahapan Transformasi Digital yang Harus Dilakukan..... | 68 |
| BAB V : PENUTUP.....   | 71 |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 71 |
| 5.2 Saran.....   | 73 |
| 5.3 Implikasi.....   | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA.....  | 77 |
| LAMPIRAN.....  | 79 |

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data dan Tren Pengguna Internet dan Media Sosial pada tahun 2023 di Indonesia

Gambar 1.2 Kerangka Penelitian *Digital Business Transformation*

Gambar 2.1 *Roadmap of Digital Transformation Strategy*

Gambar 4.1 Logo Karya Sempurna

Gambar 4.2 Pemesanan Mebel ke Pabrik

Gambar 4.3 Pembelian Mebel

Gambar 4.4 Pengiriman Mebel ke Rumah Pelanggan

Gambar 4.5 Perakitan di Rumah Pelanggan

Gambar 4.6 Barang Selesai Dirakit

Gambar 4.7 Toko Furnie di Shopee

Gambar 4.8 Toko Furnie di Tokopedia

Gambar 4.9 Transaksi Tokopedia Menggunakan Aplikasi Gojek

Gambar 4.10 Karyawan Operasikan Tokopedia Hingga Proses *Packing* dan Pengiriman

Gambar 4.11 Data Pelanggan

Gambar 4.12 Data Pelanggan Transaksi Digital

Gambar 4.13 Pengiriman Menggunakan Layanan Jasa Transportasi Deliveroo

Gambar 4.14 Pengiriman Menggunakan Layanan Jasa Transportasi Bluebird

Gambar 4.15 Pengiriman Barang yang Sudah Dirakit

Gambar 4.16 Pengiriman via Layanan Ekspedisi Dakota Cargo

Gambar 4.17 Jasa Perakitan Barang

Gambar 4.18 Tahapan Transformasi Digital Karya Sempurna

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Protokol Studi

Tabel 3.1 Operasional Variabel *Rogers, David L. (2016) : The Five Domains of Digital Transformation: Customers, Competition, Data, Innovation, Value*

Tabel 4.1 Aktivitas Bisnis Perusahaan

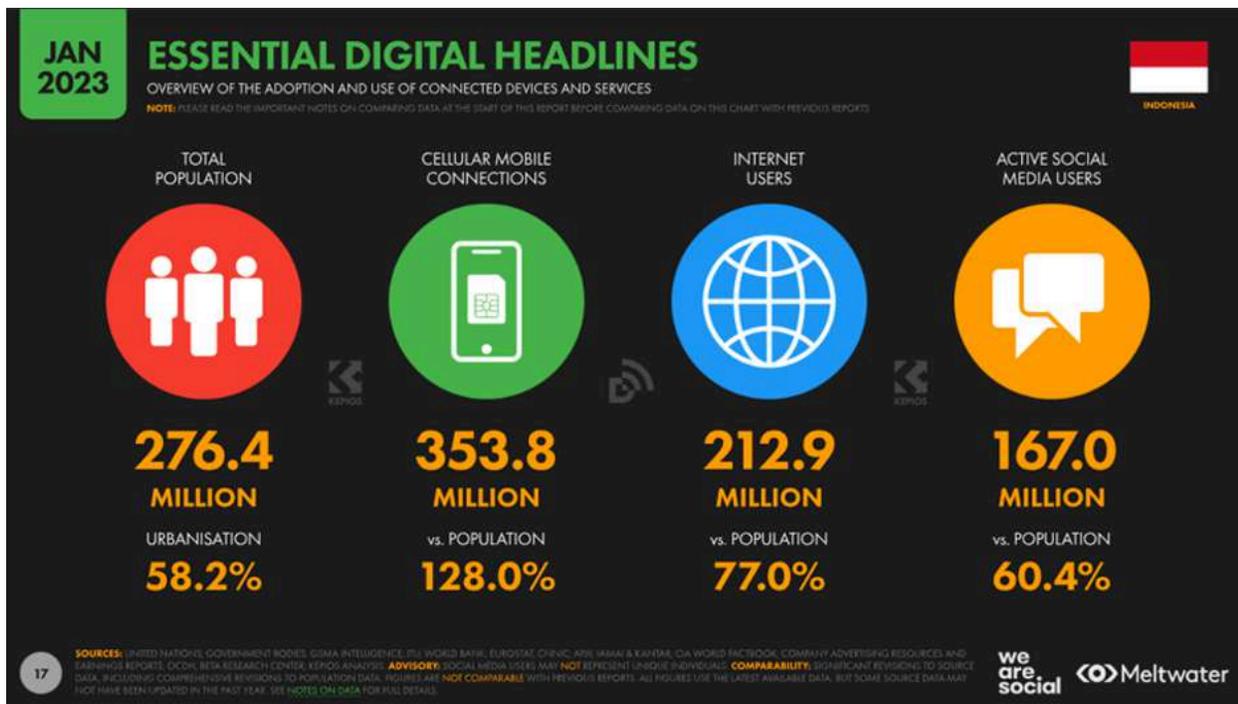
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis berbasis digital mulai ditandai pada tahun 1989 dengan hadirnya World Wide Web (WWW). Tim Berners-Lee, seorang ilmuwan komputer dan fisikawan asal Inggris sosok yang mengembangkan dan menciptakan konsep World Wide Web ini memiliki idenya untuk menghubungkan dokumen - dokumen yang tersebar di seluruh jaringan komputer menggunakan *hypertext*. Dimulai saat World Wide Web diluncurkan, penggunaan internet menandai langkah revolusioner yang membuka pintu peluang bagi miliaran orang di seluruh dunia dan mulai memasuki proses digitalisasi di berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Perkembangan tersebut terus menerus berkembang secara pesat yang ditandai dengan adanya *e-commerce company*, seperti Amazon dan eBay. Perkembangan internet berdampak pada pertumbuhan mayoritas pengguna internet yang mempengaruhi terhadap bisnis yang mulai menjadi digitalisasi.

Perubahan tersebut mendorong perubahan sikap, perilaku, dan ekspektasi masyarakat terhadap teknologi, khususnya sektor bisnis yang harus mengadopsi perubahan-perubahan tersebut. Berdasarkan data dari *we are social*, Indonesia menjadi salah satu negara tercepat yang mengadopsi internet (We are Social, 2023). Oleh karena itu, perkembangan digitalisasi di Indonesia berjalan secara pesat dimulai dari munculnya aplikasi - aplikasi, *website* yang bisa dipergunakan untuk membantu keperluan bisnis dan terciptanya *e-commerce* dan transportasi *online* karya anak bangsa yang menjadi salah satu tanda besar bahwa Indonesia telah mengadopsi digitalisasi.



Gambar 1.1 Data dan Tren Pengguna Internet dan Media Sosial pada tahun 2023 di Indonesia

Sumber : wearesocial.id (2023)

Bisnis digital telah mengalami kemajuan yang pesat di Indonesia dengan fokus pada lima sektor kunci yang dikutip dari buku “Strategic Management +” (Orpha Jane, 2022). Meningkatnya penggunaan internet dan peralatan berbasis digital yang canggih adalah salah satu penunjang dari peningkatan bisnis digital di Indonesia. Bisnis berbasis digital ini terus berkembang di Indonesia dilihat dari berkembangnya bisnis *e-commerce* berbasis digital, transportasi berbasis digital, bank berbasis digital, dan banyak hal lainnya yang berbasis digital. Peran teknologi dalam bisnis semakin kuat yang ditunjukkan dengan perusahaan yang telah mengadopsi internet pada sistem operasionalnya dan dibantu teknologi untuk membantu manusia bekerja lebih efektif dan efisien. Sejalan dengan banyaknya fenomena digitalisasi tersebut banyak perusahaan melakukan transformasi digital.

Transformasi digital adalah perubahan sistem di perusahaan dengan menggunakan digitalisasi yang melibatkan beberapa teknologi yang akan merubah sistem dari konvensional menjadi dibantu dengan teknologi yang tujuannya yaitu menghemat waktu dan lebih sedikit untuk mengeluarkan biaya daripada yang diharuskan. Transformasi digital ini sangat penting

untuk suatu bisnis yang masih menggunakan sistem secara manual atau konvensional. Transformasi digital akan membantu suatu bisnis untuk lebih efektif dan efisien agar perusahaan tidak memerlukan mengeluarkan tenaga dan waktu yang maksimal tetapi mengeluarkan *output* hasil yang optimal dengan adanya bantuan teknologi. Transformasi digital di perusahaan dapat membuat perusahaan bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal oleh perusahaan lain secara digitalisasinya.

Salah satu industri ritel ternama dalam bidang *furniture* adalah toko *furniture* terbesar di Sweden yang sampai Februari 2023 sudah memiliki 460 toko di 61 negara di berbagai belahan dunia. Industri ritel yang memulai dari bisnisnya yang kecil harus melebarkan sayapnya menjadi sebuah bisnis besar. Salah satu yang membuat dapat menjadi toko yang maju adalah karena inovasinya seperti nama produk yang unik menggunakan kota di Sweden dan sebagainya. Industri ritel tersebut terus berkembang sampai akhirnya industri ritel tersebut yang berlokasi di Indonesia memiliki aplikasi yang dapat untuk melihat katalog barang, menawarkan promosi, membeli produk dan barang bisa diambil sendiri di toko atau dikirim. Dalam digitalisasi operasionalnya, industri ritel tersebut sudah dapat melihat stok dari seluruh Indonesia untuk barang-barangnya. Jadi, barang atau stok dapat di cek bukan hanya di toko sendiri melainkan di berbagai industri ritel tersebut di Indonesia.

Hal tersebut adalah salah satu bentuk digitalisasi dalam industri ritel yang menggunakan sistem *omnichannel* yang dapat memudahkan sistem operasional. KS membutuhkan penyempurnaan pada bidang operasionalnya untuk transformasi digital karena banyak dari operasional dalam KS belum sepenuhnya menggunakan atau melibatkan digital. KS telah melakukan operasionalnya seperti mengirim barang, manajemen stok, manajemen karyawan, dan lain-lain. Tetapi penggunaan teknologi dalam operasional ini belum maksimal dan bisa ditingkatkan lagi oleh karena itu diperlukan transformasi digital.

KS mempunyai pembagian atau beberapa cara untuk menjual barangnya mulai dari pengadaan atau proyek yang menggunakan sistem lelang untuk kemenangan dalam menyuplai barang ke suatu instansi atau perusahaan, ada sistem jual toko di toko fisik yang memungkinkan pembeli untuk melihat barang fisiknya di toko lalu bisa melakukan pemesanan dan pembayaran dengan jenis pembayaran yang sudah disediakan. Terakhir ada penjualan berbasis online yaitu di Tokopedia atau Shopee, apabila tidak mau dengan *e-commerce*, pembeli juga dapat membeli melalui Whatsapp untuk memesan. Sistem operasional KS masih banyak yang belum mengalami

digitalisasi mulai dari stok yang belum sepenuhnya digitalisasi, beberapa hal yang sudah bisa digital tetapi masih membutuhkan tenaga manusia, pengiriman, pengecekan stok, buku stok yang belum terintegrasi untuk semua platform penjualannya mulai dari toko fisik dan penjualan *online* atau *e-commerce* yang akhirnya saat pengecekan stok akhir bulan ada terkendala ketidakcocokan stok yang tersedia dan yang tercatat.

Digitalisasi yang sudah cukup berjalan di KS adalah penjualan *online* karena sistem *online* tersebut yang akhirnya membuat KS menjadi menggunakan internet dan teknologi untuk melakukan aktivitas di *online* mulai dari integrasi stok secara *online*, perubahan harga yang terintegrasi di *online* dan beberapa hal lainnya. Transformasi digital di KS berpotensi dapat menambah profit karena berkurangnya *cost* dan omzet pun akan naik karena orderan yang diterima akan semakin banyak karena berkurangnya masalah pembatalan karena stok yang habis atau stok yang belum datang. *Safety stock* pun bisa dioptimalkan dan tidak akan terjadi kekurangan stok atau stok yang habis namun tidak terbaharui di buku stok.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dirumuskan, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kesiapan KS melakukan transformasi digital?
2. Bagaimana tahapan transformasi digital yang harus dilakukan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Transformasi digital di KS
2. Membuat rancangan digitalisasi di KS

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat sebagai bahan referensi untuk bahan penelitian selanjutnya dan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian tentang pengaruh transformasi digital terhadap sistem operasional sebuah toko.

## 2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat khususnya pemilik toko agar sistem operasional di dalam toko dapat digitalisasi.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

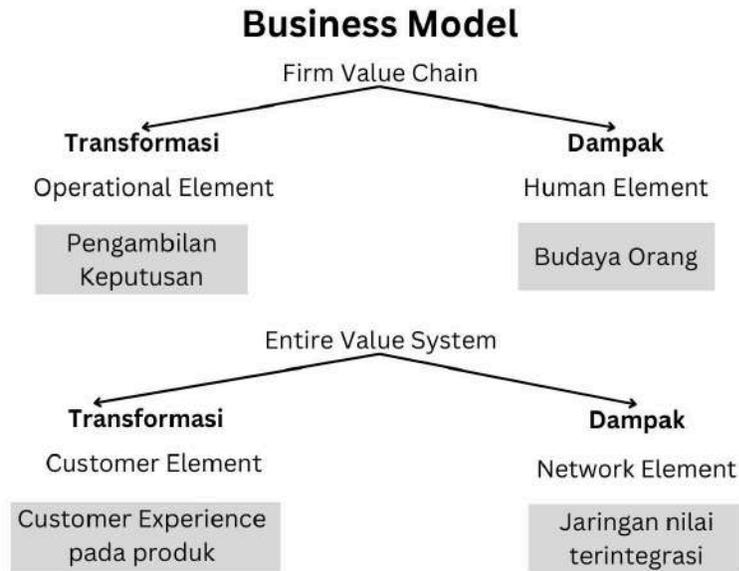
Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Secara keseluruhan, struktur penulisan skripsi ini dibuat dalam empat bab untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian dengan sistematika secara berikut:

1. BAB I : Pendahuluan, pada bagian ini membahas tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, serta kerangka penelitian dalam penulisan skripsi.
2. BAB II : Kajian Pustaka dan Metodologi Penelitian, pada bagian ini membahas mengenai uraian penjelasan konseptual dan analisis terhadap topik yang diarah dan menjelaskan metode penelitian yang penulis sesuaikan dengan kebutuhan penelitian skripsi.
3. BAB III : Operasional Variabel, pada bagian ini operasional variabel digunakan untuk menguraikan variabel penelitian ke dalam variabel, dimensi, definisi, dan indikator yang membantu dalam memperoleh nilai variabel lainnya, mempertajam pemahaman, dan mencegah perbedaan persepsi.
4. BAB IV : Hasil dan Temuan, pada bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan analisis dari objek penelitian melalui referensi dari operasional variabel.
5. Bab V : Penutup, pada bab ini memberikan kesimpulan dari seluruh penulisan skripsi, saran, serta implikasi yang dapat dipahami dan diterapkan sesuai dengan hasil penelitian.

## 1.6 Kerangka Penelitian



*Gambar 1.2 Kerangka Penelitian Digital Business Transformation*

Sumber : Gambar Hasil Olahan Penulis