**SURPLUS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS**
Tahun 2025, Volume 3, Nomor 2, Bulan Januari-Juni: hlm 425- 435
e-ISSN: 2964-7665 | URL: https://yptb.org/index.php/sur | e-Mail: jurnalq17@gmail.com

Lisensi: CC-BY
DOI: https://doi.org/10.71456/sur.v3i2.1276

# STRATEGI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN RITEL DI ERA DIGITAL

**Fahrinsal Sitorus[1], Gema Surya Gemilang[2], Jayyid Zidan Pulungan[3], Raulanda DwiPutra[4], Siti Suaibah Nasution[5*]**
[1-5*]Universitas Islam Negeri Sumatera
[*]e-Mail: ssuaibahnst@gmail.com

Submit Tgl: 04-Juni-2025 Diterima Tgl: 04-Juni-2025 Diterbitkan Tgl: 05-Juni-2025

***Abstract:*** *This research is motivated by the problem of low operational efficiency in retail companies due to limitations in the application of digital technology. The purpose of this study is to identify and formulate effective management strategies in improving the operational efficiency of retail companies in the digital era. The method used is a literature study by reviewing various relevant Indonesian scientific journals, especially in the last five years. The results of the study show that strategies such as the implementation of an omnichannel approach, work system automation, strengthening digital leadership, utilizing big data, and continuous human resource training have proven to be able to significantly boost operational efficiency. In addition, indicator-based performance evaluation (KPI) is also an important instrument in measuring the effectiveness of the strategies implemented. This study contributes to providing a conceptual and practical understanding of the importance of synergy between technology, management, and organizational readiness in supporting digital transformation in the Indonesian retail sector.*

***Keywords:*** *Management Strategy; Retail Company; Operational Efficiency*

**Abstrak:** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan rendahnya efisiensi operasional pada perusahaan ritel akibat keterbatasan dalam penerapan teknologi digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi manajemen yang efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan ritel di era digital. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah Indonesia yang relevan, terutama dalam lima tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi seperti penerapan pendekatan omnichannel, automasi sistem kerja, penguatan kepemimpinan digital, pemanfaatan big data, serta pelatihan sumber daya manusia secara berkelanjutan terbukti mampu mendorong efisiensi operasional secara signifikan. Selain itu, evaluasi kinerja berbasis indikator (KPI) juga menjadi instrumen penting dalam mengukur efektivitas strategi yang diterapkan. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan pemahaman konseptual dan praktis mengenai pentingnya sinergi antara teknologi, manajemen, dan kesiapan organisasi dalam mendukung transformasi digital di sektor ritel Indonesia.

**Kata kunci:** Strategi Manajemen; Perusahaan Ritel; Efisiensi Operasional

**Cara mengutip** Sitorus, F., Gemilang, G. S., Pulungan, J. Z., DwiPutra, R., & Nasution, S. S. (2025). Strategi Manajemen untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional pada Perusahaan Ritel di Era Digital. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 3*(2), 425–435. https://doi.org/10.71456/sur.v3i2.1276

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

## PENDAHULUAN

Perusahaan ritel merupakan entitas yang berperan dalam penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir untuk digunakan secara langsung, bukan untuk dijual kembali. Menurut Yuliana dan Haryanti (2023), perusahaan ritel juga memainkan peran strategis dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara langsung melalui berbagai saluran distribusi, sehingga perusahaan ritel dituntut untuk terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pola konsumsi masyarakat. Transformasi digital menjadi bagian penting dalam operasional ritel karena dapat meningkatkan efisiensi, kecepatan layanan, serta menjangkau pasar yang lebih luas (Wahyuni et al., 2024). Selain itu, Rahmawati et al. (2022) mencatat bahwa ritel merupakan salah satu sektor yang mengalami tekanan tinggi untuk melakukan digitalisasi agar tetap kompetitif di tengah ketidakpastian pasar.Digitalisasi ritel berdampak langsung terhadap proses pembelian, manajemen persediaan, pelayanan pelanggan, dan pengambilan keputusan berbasis data. Astuti dan Ningsih (2022) menyebutkan bahwa integrasi sistem informasi, seperti platform e-commerce, cloud computing, serta big data analytics, merupakan bagian dari inovasi teknologi yang mendukung efisiensi dalam manajemen ritel. Sementara itu, Wahyuni et al. (2024) menegaskan bahwa perusahaan ritel yang mengadopsi strategi omnichannel mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas segmentasi pasar. Di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia dalam memahami teknologi menjadi tantangan besar dalam implementasi digitalisasi (Sagar, 2024). Maka dari itu, kesiapan internal organisasi menjadi kunci keberhasilan transformasi digital secara menyeluruh.

Salah satu dampak negatif dari ketidaksiapan dalam proses digitalisasi adalah menurunnya efisiensi operasional (Rahmawati et al, 2022) serta kurangnya kesiapan sumber daya manusia dan infrastruktur digital berkontribusi terhadap inefisiensi operasional di perusahaan ritel (Wulandari, 2022) . Efisiensi operasional adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara optimal untuk menghasilkan output maksimal tanpa memboroskan waktu dan biaya. Pratama dan Rachmawati (2023) menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan ritel cenderung menurun apabila strategi digital tidak disusun secara menyeluruh dan terarah.

Penurunan efisiensi ini disebabkan oleh lemahnya koordinasi internal, kurangnya pelatihan SDM, serta tidak optimalnya pemanfaatan teknologi (Ariyanto & Takaya, 2023). Hal ini juga diuraikan Wulandari (2022) dalam studinya yang menunjukkan bahwa banyak perusahaan ritel lokal di Indonesia belum mampu memanfaatkan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja pelayanan. Ketidakefisienan yang terjadi berdampak pada naiknya biaya operasional, menurunnya kepuasan pelanggan, dan melemahnya daya saing usaha. Penelitian ini hadir untuk mengatasi masalah tersebut. Menurut Rahmawati et al. (2022), efisiensi operasional dapat dicapai dengan menata ulang proses kerja, mengoptimalkan logistik, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk merespons permintaan pasar. Penelitian lain dari Ariyandi dan Purwanti (2025) mengungkapkan bahwa efisiensi meningkat ketika perusahaan melakukan automasi dan monitoring berbasis sistem terpadu. Selain itu, Wahyuni et al. (2024) menambahkan bahwa perusahaan yang memiliki struktur

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

data terintegrasi cenderung lebih efisien dalam menjalankan kegiatan operasional, terutama dalam pengelolaan stok dan layanan pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman dan pengukuran efisiensi menjadi hal yang penting dalam evaluasi performa perusahaan.

Strategi manajemen yang baik akan menentukan seberapa berhasil perusahaan merespons tantangan efisiensi di era digital. Nugroho dan Lestari (2023) menyatakan bahwa perusahaan ritel yang menerapkan digital leadership serta manajemen berbasis data memiliki keunggulan dalam hal pengambilan keputusan operasional. Sementara itu Wahyuni et al (2024) mencatat bahwa strategi manajemen yang berhasil selalu melibatkan pelatihan berkelanjutan, kolaborasi antar tim, serta inovasi yang didukung oleh data analitik. Penelitian oleh Pratama dan Rachmawati (2023) menegaskan bahwa strategi yang fokus pada kapabilitas digital internal akan memberikan dampak langsung terhadap efisiensi dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi perubahan. Maka dari itu, strategi manajemen yang relevan dengan tantangan teknologi menjadi instrumen penting dalam menjaga efisiensi dan keberlanjutan bisnis ritel.

Efisiensi operasional perusahaan ritel di era digital semakin ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi dengan proses kerja yang adaptif dan kolaboratif. Studi terbaru oleh Hasibuan dan Rahayu (2023) menegaskan bahwa automasi sistem, seperti penggunaan POS digital dan ERP, berperan besar dalam memangkas waktu pelayanan serta meningkatkan keakuratan manajemen stok. Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi, tetapi juga mencakup pergeseran cara kerja organisasi, di mana digital leadership menjadi faktor penentu. Fitriani dan Dewanto (2024) menyebutkan bahwa kepemimpinan yang visioner dan berbasis data mampu memperkuat kapasitas internal organisasi dalam menyusun strategi efisiensi yang lebih responsif terhadap dinamika pasar. Selain itu, penerapan pendekatan omnichannel juga terbukti meningkatkan efisiensi layanan dan distribusi barang melalui integrasi kanal daring dan luring secara real-time, sebagaimana diuraikan oleh Utami et al. (2024). Semua elemen ini memperlihatkan bahwa perusahaan ritel yang menata ulang proses bisnisnya dengan pendekatan digital secara menyeluruh akan lebih mampu mencapai efisiensi tinggi.

Namun demikian, proses menuju efisiensi operasional tersebut tidak selalu berjalan mulus, terutama karena masih banyak perusahaan ritel menghadapi hambatan mendasar. Rendahnya literasi digital di kalangan karyawan menjadi tantangan utama yang menyebabkan rendahnya tingkat adopsi teknologi secara efektif (Nugrahani & Firmansyah, 2023). Di samping itu, ketimpangan infrastruktur digital antara wilayah perkotaan dan non-perkotaan juga menghambat kelancaran transformasi, seperti diungkap Ramdani, Widodo, dan Nurhasanah (2023), yang menunjukkan bahwa keterbatasan jaringan dan fasilitas teknis di daerah membuat sistem digital sulit dioperasikan secara optimal. Lebih lanjut, ketiadaan sistem evaluasi yang terukur juga memperburuk keadaan. Banyak perusahaan yang belum menerapkan Key Performance Indicators (KPI) secara konsisten, sehingga strategi efisiensi berjalan tanpa tolok ukur yang jelas dan sulit untuk dievaluasi (Mulyani & Harsanto, 2022). Oleh karena itu, peningkatan efisiensi dalam konteks ritel digital memerlukan pendekatan strategis yang tidak hanya menekankan aspek teknologi, tetapi juga kesiapan SDM, infrastruktur yang memadai, serta sistem evaluasi yang transparan dan terstruktur.

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini hadir untuk mengatasi masalah tersebut. Kajian ini akan difokuskan pada identifikasi strategi yang efektif, analisis hambatan dan pendukung transformasi, serta peran teknologi dalam mempercepat efisiensi operasional. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara teoretis dalam pengembangan ilmu manajemen strategis serta menjadi panduan praktis bagi pelaku usaha ritel untuk merancang kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan digital. Dengan demikian, perusahaan ritel dapat memperkuat daya saing dan menjaga keberlanjutan usahanya dalam persaingan yang semakin dinamis.

Perusahaan ritel merupakan pelaku usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Di Indonesia, sektor ini tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya konsumsi masyarakat kelas menengah. Menurut Rizki dan Arsyad (2022), pertumbuhan sektor ritel sangat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup dan perkembangan teknologi informasi. Model bisnis ritel pun bertransformasi dari konvensional ke bentuk yang lebih dinamis seperti minimarket, swalayan modern, hingga platform e-commerce. Penelitian oleh Wijayanti dan Suryadi (2023) menunjukkan bahwa ritel modern saat ini cenderung mengadopsi pendekatan digital dalam strategi pemasaran, pelayanan, dan distribusi produk. Hal ini menjadi bukti bahwa ritel Indonesia memasuki era baru yang menuntut fleksibilitas dan kecepatan dalam merespons kebutuhan pasar.

Model bisnis ritel di Indonesia mengalami transformasi signifikan sejak berkembangnya teknologi digital. Menurut Rizki dan Arsyad (2022), pola konsumsi masyarakat urban telah mendorong pelaku usaha ritel untuk mengubah pendekatan bisnis dari tradisional menjadi digital, termasuk dalam hal pemasaran, layanan, dan transaksi. Studi oleh Wijayanti dan Suryadi (2023) menyoroti bahwa pelaku usaha yang mengintegrasikan sistem digital seperti kasir otomatis dan e-commerce internal terbukti lebih adaptif dalam menghadapi fluktuasi pasar. Selain itu, Oktaviani dan Putra (2023) menjelaskan bahwa digitalisasi telah mempercepat integrasi rantai nilai pada bisnis ritel skala kecil-menengah di wilayah Jawa, yang sebelumnya tidak tersentuh oleh sistem berbasis teknologi.

Digitalisasi telah menjadi komponen utama dalam strategi pertumbuhan sektor ritel. Firnanda et al. (2024) menyatakan bahwa transformasi digital dalam ritel tidak sekadar mengadopsi teknologi, tetapi mencakup perubahan proses kerja, budaya organisasi, serta peran pelanggan dalam ekosistem digital. Dalam penelitiannya, Wahyuni et al. (2024) menyampaikan bahwa perusahaan ritel yang menerapkan sistem berbasis cloud dan real-time analytics memiliki keunggulan dalam layanan pelanggan dan pengambilan keputusan operasional. Studi oleh Hidayat dan Ramadhani (2023) menunjukkan bahwa penerapan omnichannel secara konsisten dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Di sisi lain, Maulida dan Rizky (2023) menemukan bahwa perusahaan ritel yang lambat mengadopsi digitalisasi menghadapi penurunan volume penjualan akibat kehilangan loyalitas pelanggan.

Manajemen strategis dapat dipahami sebagai gabungan antara seni dan ilmu dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang mendukung suatu organisasi, lembaga, atau institusi dalam mencapai tujuan utamanya. Proses ini mencakup penetapan arah dan tujuan organisasi, perumusan kebijakan strategis,

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

serta penyusunan rencana sistematis yang didukung dengan pengalokasian sumber daya secara efisien untuk memastikan tercapainya sasaran tersebut.

Tahapan dalam manajemen strategis meliputi tiga komponen utama, yaitu tahap perumusan strategi, pelaksanaan strategi, serta tahap evaluasi. Ketiga tahapan ini memiliki peran yang sangat krusial dalam menentukan sejauh mana suatu organisasi mampu meraih kesuksesan atau mengalami kegagalan. Selain itu, manajemen strategis juga menuntut pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Analisis terhadap lingkungan eksternal seperti kondisi ekonomi, sosial, dan persaingan pasar, serta kondisi internal seperti sumber daya dan kapabilitas organisasi, menjadi dasar dalam penyesuaian strategi agar selaras dengan dinamika yang terjadi. (Hadi, 2006)

Efisiensi Operasional merupakan indikator penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan ritel, khususnya dalam konteks era digital yang menuntut kecepatan dan ketepatan. Rahmawati et al. (2022) menyebutkan bahwa efisiensi dapat dicapai dengan menyederhanakan alur kerja, mengurangi pemborosan, dan mempercepat pelayanan kepada pelanggan. Wulandari (2022) menambahkan bahwa penggunaan sistem informasi berbasis digital terbukti mampu meningkatkan akurasi pengelolaan stok dan menekan biaya logistik secara signifikan. Di sisi lain, Yani et al. (2024) menyoroti bahwa pengelolaan rantai pasok secara terintegrasi berkontribusi besar terhadap efisiensi, khususnya dalam hal ketepatan distribusi dan visibilitas barang secara real-time. Dengan demikian, efisiensi operasional tidak hanya ditentukan oleh sistem internal perusahaan, tetapi juga oleh strategi pengelolaan sumber daya dan teknologi yang terintegrasi.

Efisiensi operasional sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi informasi dalam rantai nilai ritel. Wulandari (2022) dalam studinya terhadap ritel lokal di Sumatera mengungkapkan bahwa perusahaan yang menggunakan sistem inventori digital mengalami penghematan biaya operasional hingga 30%. Senada dengan itu, Rahmawati et al. (2022) menunjukkan bahwa teknologi membantu mengurangi kesalahan data stok dan mempercepat layanan pelanggan. Penelitian oleh Yani et al. (2024) dalam konteks industri komponen elektronik menekankan bahwa penggunaan Supply Chain Management System sangat efektif dalam meningkatkan ketepatan waktu pengiriman dan mengurangi kelebihan pasokan. Sementara itu, Muktari et al. (2024) membuktikan bahwa desain tata letak toko yang berbasis analisis data transaksi pelanggan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman belanja.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap isu-isu strategis yang dihadapi perusahaan ritel dalam meningkatkan efisiensi operasional di tengah perkembangan teknologi digital yang begitu pesat. Studi ini mengandalkan sumber data sekunder yang diperoleh dari berbagai artikel ilmiah, jurnal nasional terakreditasi, serta publikasi akademik lainnya yang relevan dengan tema penelitian.

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

Data yang dikumpulkan berasal dari publikasi dalam lima tahun terakhir, khususnya yang membahas strategi manajerial di sektor ritel, penerapan teknologi digital, dan efisiensi operasional. Pemilihan sumber dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, kualitas publikasi, serta keterkaitan antara isi artikel dan tujuan penelitian ini. Fokus utama kajian adalah pada strategi manajemen perusahaan ritel dan berbagai pendekatan digitalisasi yang berdampak langsung terhadap efisiensi kerja.

Teknik analisis data dilakukan dengan cara membaca secara cermat, mencatat bagian-bagian penting dari setiap literatur yang relevan, lalu mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema tertentu yang berkaitan dengan strategi manajemen dan efisiensi operasional. Selanjutnya, informasi yang telah dikelompokkan dianalisis untuk menemukan pola-pola, hubungan antar konsep, serta temuan-temuan penting yang dapat mendukung tujuan penelitian.

Seluruh proses dilakukan secara sistematis, dimulai dari pencarian referensi, seleksi data, penelaahan isi, hingga interpretasi hasil. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran umum tentang persoalan yang diangkat, tetapi juga memberikan landasan yang kuat untuk merumuskan strategi manajemen yang dapat diterapkan secara praktis oleh pelaku usaha ritel di era digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen yang dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan ritel di era digital. Hasil analisis terhadap berbagai sumber literatur menunjukkan bahwa efisiensi operasional tidak dapat dilepaskan dari kesiapan organisasi dalam mengelola perubahan berbasis teknologi. Tantangan utama yang dihadapi sebagian besar perusahaan ritel di Indonesia adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam mengadopsi teknologi, ketidaksiapan infrastruktur digital, dan rendahnya budaya organisasi yang adaptif terhadap inovasi (Wulandari, 2022). Salah satu strategi utama yang muncul adalah adopsi pendekatan omnichannel, yaitu penggabungan kanal penjualan daring dan luring secara terintegrasi. Menurut Wahyuni, Maulana, dan Rizky (2024), strategi ini memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih metode belanja, sekaligus memungkinkan perusahaan untuk mengelola stok, distribusi, dan pelayanan pelanggan dengan lebih efisien. Omnichannel juga berkontribusi terhadap perluasan segmentasi pasar karena menciptakan pengalaman belanja yang konsisten di semua saluran. Ini menjadi relevan di era pascapandemi, ketika perubahan perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses dan kenyamanan layanan.

Automasi proses kerja juga menjadi strategi yang konsisten muncul dalam berbagai literatur sebagai kunci efisiensi. Rahmawati, Syamsudin, dan Kartika (2022) menemukan bahwa digitalisasi sistem kasir, pengelolaan inventori berbasis cloud, dan pemanfaatan aplikasi mobile untuk transaksi internal dapat menekan biaya operasional hingga 30% dalam beberapa studi kasus perusahaan ritel di kota besar. Teknologi ini tidak hanya mempercepat

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

alur kerja, tetapi juga mengurangi kesalahan manusia (human error) yang kerap menjadi penyebab inefisiensi dalam manajemen ritel.

Selain aspek teknis, aspek kepemimpinan dan manajemen organisasi menjadi penentu keberhasilan strategi digital. Nugroho dan Lestari (2023) menekankan pentingnya peran digital leadership, yakni gaya kepemimpinan yang berfokus pada inovasi, kolaborasi digital, dan pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan. Pemimpin dengan orientasi digital mampu mendorong organisasi untuk bergerak lebih cepat, adaptif, dan tanggap terhadap perubahan eksternal yang bersifat disruptif. Hal ini juga berkaitan dengan upaya membentuk budaya organisasi yang terbuka terhadap teknologi dan siap untuk terus belajar.

Lebih lanjut, Ariyandi dan Purwanti (2025) menegaskan bahwa transformasi digital yang berhasil memerlukan pendekatan manajemen yang menyeluruh, tidak hanya dari sisi teknologi tetapi juga dari sisi struktur organisasi dan pola kerja tim. Kolaborasi antardepartemen serta adanya integrasi sistem informasi antarbagian menjadi prasyarat untuk menciptakan alur kerja yang lebih efisien dan minim duplikasi.

Temuan lain dari literatur adalah pentingnya data analytics dalam meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan yang menggunakan analisis data pelanggan, tren penjualan, serta preferensi pasar memiliki keunggulan dalam pengambilan keputusan strategis. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan stok secara real-time, mengatur strategi promosi yang tepat sasaran, dan menghindari overstock maupun understock (Wahyuni et al., 2024). Data analytics juga membantu perusahaan dalam menyusun prediksi permintaan secara lebih akurat, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi logistik dan distribusi.

Namun demikian, tantangan digitalisasi tetap tidak bisa diabaikan. Di berbagai wilayah, terutama di luar kota-kota besar, infrastruktur teknologi yang belum merata dan tingkat literasi digital karyawan yang masih rendah menjadi penghambat utama implementasi strategi efisiensi (Wulandari, 2022). Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia menjadi komponen yang tak terpisahkan dalam strategi manajemen modern. Pelatihan berbasis kompetensi digital, coaching internal, serta penguatan soft skill dalam menghadapi perubahan merupakan bagian penting dari proses manajemen transformasi.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya monitoring dan evaluasi berbasis indikator kinerja utama (Key Performance Indicators/KPI) sebagai alat ukur efektivitas strategi efisiensi yang diterapkan dalam operasional ritel. KPI memungkinkan manajemen untuk mengukur capaian berdasarkan target yang jelas, sehingga proses evaluasi dapat dilakukan secara objektif dan berkelanjutan. Beberapa indikator yang umum digunakan dalam konteks efisiensi operasional meliputi biaya operasional per unit produk, kecepatan pelayanan pelanggan, tingkat akurasi pengelolaan inventori, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Santosa & Indrawan, 2023). Dalam studi tersebut dijelaskan bahwa perusahaan yang secara konsisten memantau KPI dan menjadikan hasil evaluasi sebagai dasar perbaikan strategi cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Monitoring berkala melalui sistem digital juga memungkinkan manajemen melakukan respon cepat terhadap penyimpangan atau tren negatif, serta mendorong pengambilan keputusan berbasis data yang lebih akurat (Yani, Artanti, & Wiyatno, 2024). Oleh karena itu, keberhasilan strategi efisiensi tidak hanya bergantung pada desain awal strategi tersebut,

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam mengontrol dan menyesuaikan implementasinya secara dinamis.

Dengan memperhatikan keseluruhan temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen yang efektif dalam meningkatkan efisiensi operasional pada perusahaan ritel di era digital memerlukan pendekatan yang integratif. Perusahaan tidak hanya perlu mengadopsi teknologi, tetapi juga harus menyiapkan struktur organisasi yang adaptif, membentuk budaya kerja yang kolaboratif, serta memberdayakan kepemimpinan yang berbasis data dan inovasi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan analisis terhadap berbagai literatur, dapat disimpulkan bahwa peningkatan efisiensi operasional perusahaan ritel di era digital sangat dipengaruhi oleh strategi manajemen yang adaptif, integratif, dan berbasis data. Strategi yang terbukti efektif mencakup penerapan pendekatan omnichannel, automasi sistem kerja, kepemimpinan digital, pelatihan SDM, pemanfaatan analisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dan responsif, serta pentingnya monitoring dan evaluasi berbasis indikator kinerja (KPI) untuk mengukur efektivitas strategi efisiensi yang diterapkan. Efisiensi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal organisasi dalam membangun kolaborasi lintas fungsi, struktur kerja yang fleksibel, dan budaya kerja yang mendukung inovasi serta pembelajaran berkelanjutan. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam melakukan evaluasi kinerja secara berkala melalui indikator yang terukur turut menentukan keberhasilan transformasi digital yang dijalankan. Temuan ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu manajemen strategis, khususnya dalam merumuskan pendekatan yang menyeluruh dan kontekstual untuk menghadapi tantangan digitalisasi pada sektor ritel di Indonesia.

Sejalan dengan temuan bahwa sinergi antara manusia, teknologi, dan struktur organisasi merupakan kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional ritel di era digital, maka perusahaan ritel disarankan untuk tidak hanya berinvestasi pada sistem digital, tetapi juga secara aktif membangun kesiapan internal. Langkah konkret yang dapat dilakukan meliputi pelatihan sumber daya manusia secara berkelanjutan agar mampu mengikuti perkembangan teknologi, penyusunan ulang alur kerja agar lebih kolaboratif dan adaptif, serta penguatan kepemimpinan digital yang mampu mengarahkan transformasi secara strategis. Selain itu, manajemen perlu mengintegrasikan data analitik ke dalam proses pengambilan keputusan operasional dan menetapkan indikator evaluasi kinerja yang jelas, agar setiap strategi yang dijalankan dapat diukur dampaknya secara sistematis. Dengan pendekatan tersebut, transformasi digital tidak hanya menjadi agenda teknis, tetapi juga menjadi bagian dari perubahan budaya organisasi yang berkelanjutan.

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

## DAFTAR PUSTAKA

Ariyandi, I. R., & Purwanti, R. (2025). Strategi efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Journal of Business Economics and Management, 1(3), 45–55.

Ariyandi, M., & Purwanti, L. (2025). Kesiapan organisasi dalam implementasi teknologi digital pada perusahaan ritel. Jurnal Manajemen Strategik Indonesia, 13(1), 102–115.

Ariyanto, R. B., & Takaya, R. (2023). Strategi optimalisasi manajemen operasional dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok di era digitalisasi. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(4), 101–110.

Astuti, D. F., & Wahyuni, S. (2023). Peluang dan tantangan pemanfaatan data pelanggan dalam digitalisasi ritel. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 8(1), 14–23.

Astuti, R., & Ningsih, E. S. (2022). Transformasi digital dalam industri ritel modern di Indonesia. Jurnal Teknologi dan Bisnis, 8(1), 14–25.

Firnanda, F. E., et al. (2024). Transformasi digital sebagai tantangan dan peluang dalam menciptakan bisnis startup. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(1), 1–10.

Fitriani, N., & Dewanto, A. (2024). Kepemimpinan Digital dan Dampaknya pada Efisiensi. *Jurnal Manajemen Kontemporer*, 9(2), 77–90.

Hadi, S. (2006). Manajemen strategis dalam organisasi modern. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hasibuan, F., & Rahayu, T. (2023). Efisiensi Operasional Berbasis Teknologi di Ritel Modern. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Operasional*, 12(1), 45–57.

Hidayat, F., & Ramadhani, N. (2023). Omnichannel sebagai strategi integratif ritel modern. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 7(1), 12–21.

Maulida, S. N., & Rizky, M. A. (2023). Dampak digitalisasi terhadap loyalitas konsumen ritel. Jurnal Bisnis dan Inovasi Digital, 2(2), 65–74.

Muktari, A. K., et al. (2024). Analisis efektivitas layout pada ritel Circle-K. Jurnal Logistica, 3(1), 10–20.

Mulyani, D., & Harsanto, R. (2022). Evaluasi Efisiensi dengan KPI Digital di Sektor Ritel. *Jurnal Manajemen dan Evaluasi Kinerja*, 5(3), 101–115.

Nugrahani, R., & Firmansyah, M. (2023). Tantangan Literasi Digital dalam Transformasi Ritel. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 11(2), 60–70.

Nugroho, A., & Lestari, M. (2023). Strategi manajemen berbasis digital leadership pada perusahaan ritel. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen, 6(2), 88–97.

Nugroho, A., & Lestari, N. (2023). Digital leadership dan transformasi strategi operasional di era industri 4.0. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 8(2), 45–52.

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

Oktaviani, A. D., & Putra, B. Y. (2023). Digitalisasi rantai nilai pada UMKM ritel di Jawa Barat. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Digital, 5(1), 30–40.

Pratama, A., & Rachmawati, L. (2023). Digital adaptation and efficiency decline in Indonesian retail industry. International Journal of Retail Management, 7(2), 100–109.

Rahmawati, D., Santoso, B., & Lestari, M. (2022). The impact of operational inefficiency in retail: A case study. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 23(1), 44–52.

Rahmawati, D., Syamsudin, F., & Kartika, R. (2022). Peran teknologi dalam efisiensi operasional perusahaan ritel di Indonesia. Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 11(1), 85–95.

Ramdani, A., Widodo, S., & Nurhasanah, L. (2023). Kesenjangan Infrastruktur Teknologi di Ritel Lokal. *Jurnal Ekonomi Regional*, 8(1), 35–47.

Rizki, M. F., & Arsyad, M. (2022). Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dalam era digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 5(3), 77–86.

Sagar, S. (2024). The impact of digital transformation on retail management and consumer behavior. IOSR Journal of Business and Management, 26(1), 20–28.

Santosa, H. T., & Indrawan, D. (2023). Pengukuran efisiensi manajerial berbasis KPI digital. Jurnal Manajemen Strategis dan Bisnis, 9(2), 100–112.

Utami, M. D., Suryana, H., & Rachman, A. (2024). Penerapan Omnichannel dan Efisiensi Rantai Pasok. *Jurnal Riset Ekonomi Digital*, 3(1), 22–33.

Wahyuni, F. E., et al. (2024). Analisis implementasi teknologi digital dalam manajemen bisnis ritel: Studi literatur. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 11(2), 73–85.

Wahyuni, L., Maulana, H., & Rizky, D. (2024). Strategi omnichannel dan efisiensi operasional: Studi pada perusahaan ritel berbasis digital. Jurnal Inovasi Manajemen, 9(1), 120–130.

Widiyarto, S., et al. (2025). Sosialisasi penerapan konsep manajemen ritel modern dalam usaha kecil menengah. Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI, 9(1), 14–20.

Wijayanti, S., & Suryadi, T. (2023). Model bisnis ritel modern dan adaptasi digital. Jurnal Ekonomi dan Teknologi Bisnis, 4(2), 102–112.

Wulandari, T. (2022). Digitalisasi sistem informasi dan efisiensi operasional di ritel lokal Sumatera. Jurnal Ekonomi Terapan, 6(2), 70–78.

Wulandari, T. (2022). Evaluasi efisiensi operasional di era digitalisasi: Studi pada ritel lokal Indonesia. Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 7(2), 55–66.

Yani, A. F., Artanti, D., & Wiyatno, T. N. (2024). Analisis efektivitas supply chain management. Indonesian Journal of Economics and Strategic Management, 2(4), 3023–3035.

Copyright©2025: Fahrinsal Sitorus, Gema Surya Gemilang, Jayyid Zidan Pulungan, Raulanda DwiPutra, & Siti Suaibah Nasution

Yuliana, D., & Haryanti, E. (2023). Strategi bisnis ritel di era digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 4(1), 15–25.