

ABSTRAK

Industri pengolahan makanan merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja. Di era transformasi digital yang berlangsung cepat, perusahaan di sektor ini dituntut untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, serta daya saing di tingkat nasional maupun global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kematangan digital PT XYZ dan merumuskan strategi yang relevan untuk meningkatkan posisi digital perusahaan berdasarkan kondisi aktual.

Penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kematangan digital, termasuk ketersediaan infrastruktur teknologi, kualitas sumber daya manusia, budaya organisasi, serta komitmen manajemen terhadap transformasi digital. Studi ini menggunakan pendekatan *Digital Maturity Position Framework* yang dikembangkan oleh Md. Shahiduzzaman (2017), dengan menilai enam aspek utama: strategi digital, teknologi dan infrastruktur, proses operasional, penggunaan data dan analitik, sumber daya manusia, serta pengalaman pelanggan. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi internal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT XYZ memiliki tingkat kematangan digital yang tinggi, dengan skor Digital Capability sebesar 112,89 dan Digital Impact sebesar 112,36. Pencapaian ini menempatkan perusahaan dalam kuadran “Transformative”, yang menunjukkan bahwa perusahaan telah menjadikan digitalisasi sebagai penggerak utama inovasi dan diferensiasi kompetitif. Namun demikian, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan pemerataan dampak digital di seluruh fungsi bisnis.

Kata kunci: Indeks Kematangan Digital, Transformasi Digital, Efisiensi Operasional, Strategi Bisnis.