

**PENGARUH KESIAPAN BERUBAH TERHADAP INOVASI DIGITAL
YANG DIMODERASI OLEH KESELARASAN STRATEGI BISNIS
DIGITAL BESERTA SKOR KESIAPAN BERUBAH PADA PT. BANK
NAGARI**

TESIS



Oleh:

RIZKI FAHRIZA
NIM. 2120522050

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
TAHUN
2023**

**PENGARUH KESIAPAN BERUBAH TERHADAP INOVASI DIGITAL
YANG DIMODERASI OLEH KESELARASAN STRATEGI BISNIS
DIGITAL BESERTA SKOR KESIAPAN BERUBAH PADA PT. BANK
NAGARI**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi S2 Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas



Oleh:

RIZKI FAHRIZA
NIM. 2120522050

Pembimbing I

Dr. Donard Games, SE, M.Bus

Pembimbing II

Dr. Hendra Lukito, SE, MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
TAHUN
2023**

PENGARUH KESIAPAN BERUBAH TERHADAP INOVASI DIGITAL YANG DIMODERASI OLEH KESELARASAN STRATEGI BISNIS DIGITAL BESERTA SKOR KESIAPAN BERUBAH PADA PT. BANK NAGARI

Rizki Fahriza / NPM. 2120522050

Dr. Donard Games, SE, M.Bus. (Pembimbing I),

Dr. Hendra Lukito, SE, MM. (Pembimbing II)

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong lahirnya berbagai macam inovasi digital. Kesiapan berubah untuk melakukan inovasi digital menjadi sangat penting, mengingat lebih dari 90% ide dan inovasi yang dikembangkan tidak memenuhi kebutuhan pelanggan karena kurangnya kesiapan. Keselarasan antara strategi bisnis dan strategi digital memainkan peran penting dalam memperkuat kesiapan berubah menuju inovasi digital. PT. Bank Nagari sebagai sebuah lembaga perbankan telah berkomitmen melakukan transformasi bisnis menuju digitalisasi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat kesiapan berubah PT. Bank Nagari menuju inovasi digital yang dimoderasi oleh keselarasan strategi bisnis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan software SmartPLS 4. Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari kuisioner yang disebar kepada 85 orang *vice president* dan *assistant vice president* sebagai responden. Variabel kesiapan berubah yang diteliti terdiri dari 3 dimensi, yaitu perubahan valensi, perubahan efikasi dan faktor kontekstual. Hasil penelitian menemukan perubahan valensi, perubahan efikasi dan faktor kontekstual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berubah PT. Bank Nagari menuju inovasi digital. Tidak ditemukan hubungan yang memoderasi kesiapan berubah terhadap inovasi digital oleh variabel keselarasan strategi bisnis digital.

Kata Kunci: Perubahan valensi, perubahan efikasi, faktor kontekstual, inovasi digital, keselarasan strategi bisnis digital.


***THE EFFECT OF CHANGE READINESS ON DIGITAL INNOVATION
MODERATED BY DIGITAL BUSINESS STRATEGY ALIGNMENT AND
THE CHANGE OF READINESS SCORES AT PT. BANK NAGARI***

Rizki Fahriza / NPM. 2120522050

Dr. Donard Games, SE, M.Bus. (Advisor I),

Dr. Hendra Lukito, SE, MM. (Advisor II)

Abstrak



The development of information technology has led to the emergence of various digital innovations. The readiness to adapt to digital innovation has become crucial, considering that more than 90% of ideas and innovations fail to meet customer needs due to a lack of preparedness. The alignment between business strategy and digital strategy plays a significant role in strengthening the readiness to change towards digital innovation. PT. Bank Nagari, as a banking institution, is committed to transforming its business towards digitalization. This study aims to examine the readiness to change of PT. Bank Nagari towards digital innovation, moderated by the alignment of digital business strategy. This study employs a quantitative approach with data processing conducted using SmartPLS 4 software. The data used were primary data obtained from questionnaires distributed to 85 vice presidents and assistant vice presidents as respondents. The studied variables of readiness to change consist of three dimensions: valence change, efficacy change, and contextual factors. The research findings indicate that valence change, efficacy change, and contextual factors have a positive and significant impact on the readiness to change of PT. Bank Nagari towards digital innovation. However, no moderating relationship was found between readiness to change and digital innovation by the variable of alignment of digital business strategy.

Keywords: *Changes valence, changes efficacy, contextual factors, digital innovation, digital business strategy alignment.*