

---

## **FAKTOR PENGHAMBAT TRANSFORMASI DIGITAL USAHA WARUNG KOPI**

Atiana Tantri <sup>1)</sup>  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA <sup>1)</sup>  
[atianatantri@gmail.com](mailto:atianatantri@gmail.com) <sup>1)</sup>

### **Abstrak**

Pada era serba teknologi seperti saat ini tentunya suatu usaha harus memiliki kemampuan untuk dapat melakukan transformasi digital dalam usahanya, agar usaha yang dijalankan tidak tertinggal dengan perkembangan yang ada. Namun, kemampuan yang dimiliki tidak dapat disamaratakan, sehingga terdapat hambatan yang dihadapi dalam melakukan transformasi digital tersebut. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat transformasi digital yang dihadapi oleh usaha Warung Kopi Asbar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan dan menjelaskan hasil temuan dilapangan berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Kopi Asbar mengalami hambatan dalam melakukan transformasi digital karena faktor kurangnya pengetahuan tentang transformasi digital, faktor kemampuan terhadap pemanfaatan teknologi, faktor perilaku konsumen, dan faktor pendapatan.

**Kata kunci:** Transformasi Digital, Warung Kopi, UMKM, Faktor Penghambat Transformasi Digital

### ***FACTORS INHIBITING DIGITAL TRANSFORMATION OF COFFEE SHOP BUSINESS***

#### ***Abstract***

*In this area of all-technology, a business must have the ability to be able to carry out digital transformation in its business, so that the business being carried out is not left behind with existing developments. However, the abilities possessed cannot be generalized, so there are obstacles faced in carrying out this digital transformation faced by the Asbar coffee shop business. This study uses a qualitative descriptive method, namely describing and explaining the findings in the field based on the results of observations and interviews with informants. the results showed that the Asbar coffee shop experienced obstacles in carrying out digital transformation due to factors such as a lack of knowledge about digital transformation, the ability to utilize technology, consumer behavior, and income factors.*

**Keywords:** Digital Transformation, Coffee Shops, MSME, The Inhibiting Factors Of Digital Transformation

## PENDAHULUAN

Kehadiran Teknologi Informasi (TI) telah mengubah cara berbisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dari cara biasanya [1]. Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang sangat besar dalam berbagai aktivitas kita sehari-hari dan menyebabkan ketergantungan terhadap penggunaan teknologi itu sendiri [1]. Tentunya di era serba teknologi seperti saat ini segala sesuatu dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, salah satunya yaitu dalam mengembangkan usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat [2], yang menyatakan bahwa di era saat ini, kegiatan usaha dilakukan tidak hanya dalam bentuk tradisional. Dengan adanya teknologi, suatu usaha dapat beroperasi secara online dan mengotomatiskan penerapannya dengan menerapkan transformasi digital. Lebih lanjut [3], menyatakan bahwa teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya dengan hasil yang optimal. Namun, transformasi ini bisa menjadi tantangan yang signifikan jika bisnis yang dijalankan tidak mengikuti perubahan yang ada. Sulit untuk meremehkan perubahan luar biasa yang dibawa oleh ledakan internet. Banyak usaha yang sama sekali tidak siap terhadap manfaat internet. Tidak sedikit orang yang tertinggal zaman sehingga usaha mereka hancur [2].

Transformasi digital tidak boleh dilihat sebagai lompatan teknologi belaka, dan manajemen operasional seharusnya tidak hanya berfokus pada pembaruan perangkat lunak dan perangkat keras saja, tetapi sebagai adaptasi ekosistem kelembagaan dan operasional dari subjek apa pun dalam hal usaha baru dan cara berpikir dengan tujuan untuk dapat menanggapi digitalisasi dengan cara memanfaatkan faktor digital [4]. Transformasi digital telah menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan hidup dan perkembangan jangka panjang di semua lapisan masyarakat [5]. Dengan begitu para pelaku usaha tentu saja dituntut untuk melakukan transformasi digital pada usahanya. Sehingga mengharuskan para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada. Untuk bertahan dalam lingkungan yang dinamis, suatu usaha harus memiliki keterampilan untuk memperkenalkan produk dan teknologi yang baru dengan tepat waktu agar yang sudah ada tidak tertinggal dan menjadi usang [6]. Menurut [7] terdapat empat faktor yang mempengaruhi

transformasi digital. (1) faktor manusia, (2) faktor teknologi, (3) faktor keterkaitan strategis TI dan bisnis, dan (4) faktor kepemimpinan digital. Selain faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya transformasi digital tentu saja terdapat pula faktor yang dapat menghambat terjadinya transformasi digital. Dalam bukunya [2] mengatakan bahwa yang menghambat dalam transformasi digital yaitu faktor manusia, faktor budaya digital, faktor perilaku, dan faktor kemampuan. Dapat diketahui bahwa dari banyaknya pelaku usaha di Indonesia, tidak sedikit usaha yang dijalankan belum bertransformasi menjadi digital karena faktor-faktor tertentu.

Sehubungan dengan permasalahan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat hambatan yang dihadapi dalam melakukan transformasi digital. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor apa saja yang menjadi penghambat transformasi digital bagi usaha warung kopi khususnya warung kopi Asbar.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengujian kredibilitas data penelitian dilakukan dengan triangulasi teknik dan triangulasi sumber

Pada penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan wawancara dengan narasumber, yaitu pemilik usaha warung kopi Asbar yang terletak di Jl. Asia Baru Tanjakan No.28A, Jakarta Barat. Selain itu, peneliti juga mengamati secara langsung kegiatan yang ada di tempat tersebut dengan melakukan kegiatan pendampingan transformasi digital, serta menganalisis berbagai dokumen yang mendukung tujuan penelitian ini. Hasil penelitian berupa data lapangan yang diperoleh dari hasil wawancara, kemudian diolah menjadi transkrip wawancara, yang selanjutnya dilakukan analisis data dari hasil wawancara tersebut. Demikian pula hasil pengamatan dan analisis dokumen menjadi bahan analisis dalam penelitian.

Peneliti melakukan analisis data secara berkelanjutan sesuai dengan konsep dalam penelitian kualitatif. Kemudian peneliti membuat

pembahasan yang mendeskripsikan dan menjelaskan hasil penelitian berdasarkan data lapangan yang didukung oleh kajian literatur yang diperoleh, serta pendapat peneliti berdasarkan fakta yang didapat.

### **SUB JUDUL/PEMBAHASAN**

Perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut transformasi digital dari diri kita, baik individu maupun organisasi [1]. Transformasi digital merupakan transformasi yang mengacu pada perubahan yang terkait dengan perubahan model bisnis, produk atau struktur organisasi perusahaan yang menghadirkan tantangan bisnis yang signifikan saat ini dan di masa depan [3]. Transformasi digital adalah proses yang menggunakan teknologi digital untuk menciptakan hal-hal baru atau memodifikasi proses bisnis yang ada dan pengalaman pelanggan untuk mendukung perubahan model bisnis [1]. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transformasi digital adalah proses digitalisasi yang berdampak positif pada perusahaan, individu, dan masyarakat.

Kebutuhan perusahaan untuk dapat bersaing di era digital merupakan faktor yang melatarbelakangi perubahan perusahaan. Karena jika suatu perusahaan tidak mengikuti perkembangan digital, maka perusahaan tersebut akan tertinggal. Dengan melakukan transformasi digital, perusahaan bekerja lebih efisien dan efektif [2]. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku kepemimpinan dan formalitas menjadi faktor penentu untuk melakukan transformasi digital UMKM, khususnya dalam penggunaan media digital [8]. Rendahnya tingkat Pendidikan, usia, kemitraan, keterbatasan jaringan internet dan bentuk usaha mempengaruhi pelaku usaha dalam melakukan transformasi digital [9].

Kemudahan menjalankan bisnis dengan bantuan *software* atau aplikasi dapat dirasakan di era digital. Pemilik bisnis yang sudah terkoneksi dengan internet dapat merasakan lebih banyak keuntungan. Mereka bisa mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan usahanya [9]. Diasumsikan bahwa nilai suatu usaha akan meningkat dengan transformasi digital berbasis sistem informasi. Namun, dalam menerapkan transformasi digital tidak selalu berjalan mulus. UMKM masih

memiliki hambatan dan kendala yang harus diatasi [10].

Pada saat proses wawancara peneliti menggali informasi terkait seberapa penting melakukan transformasi digital bagi pelaku usaha serta faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam melakukan transformasi digital pada usaha warung kopi ini.

Maka dengan demikian berdasarkan hasil informasi yang telah diperoleh, dapat diketahui pelaku usaha beranggapan bahwa melakukan transformasi digital sangat penting untuk dilakukan. Hal ini karena sejalan dengan kemajuan teknologi digital saat ini. Meskipun pelaku usaha beranggapan bahwa transformasi digital penting untuk dilakukan, tetapi pada kenyataannya transformasi digital tersebut pada awalnya tetap tidak dilakukan, karena terdapat beberapa faktor yang menghambatnya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa faktor penghambat dalam melakukan transformasi digital pada usaha warung kopi Asbar yang pertama, faktor kurangnya pengetahuan akan transformasi digital. Padahal menurut pemilik usaha hal yang perlu dipersiapkan pertama kali dalam melakukan transformasi digital yaitu pengetahuan dasar mengenai transformasi digital itu sendiri. Kedua, faktor kemampuan terhadap pemanfaatan teknologi, sebelum adanya pendampingan terkait transformasi digital pada usaha ini pemilik usaha belum menguasai penggunaan aplikasi digital untuk pengembangan usahanya. Ketiga, faktor perilaku konsumen, yakni dimana konsumen yang datang ke warung kopi ini masih melakukan transaksi secara tradisional. Keempat, sebagai faktor terakhir yaitu faktor pendapatan, dimana pemilik usaha merasa penjualan offline lebih menjanjikan sehingga lebih fokus terhadap penjualan offline yang akhirnya tidak terlalu terpikirkan untuk melakukan penjualan melalui online.

Meskipun pelaku usaha sadar akan pentingnya dalam melakukan transformasi digital untuk usaha yang dijalankannya. Namun pada kenyataannya, jumlah UMKM yang memanfaatkan aplikasi digital masih sangat rendah karena beberapa faktor. Faktor yang menyebabkan UMKM mengadopsi teknologi biasanya karena karakteristik pemilik usaha [9]. Teknologi berkembang dengan sangat cepat, lebih cepat dari yang dapat diterima oleh suatu bisnis [11]. Inilah pentingnya literasi digital

dalam membantu struktur dan proses bisnis untuk beradaptasi dan bertransformasi di era digital agar dapat menyeimbangkan kebutuhan bisnis dari waktu ke waktu, sehingga dapat bertahan dan terus berkembang serta mampu bersaing [12].

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa yang menjadi faktor penghambat transformasi digital pada usaha Warung Kopi Asbar terdapat empat faktor. (1) faktor kurangnya pengetahuan tentang transformasi digital, (2) faktor kemampuan terhadap pemanfaatan teknologi, (3) faktor perilaku konsumen, dan (4) faktor pendapatan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hal yang dapat peneliti sarankan kepada pemilik usaha adalah agar dapat mengatasi hambatan-hambatan yang ada untuk melakukan transformasi digital pada usaha yang dimilikinya. Hal ini bisa dimulai dari mencari berbagai macam informasi terkait pengetahuan dasar transformasi digital agar pelaku usaha siap untuk melakukan transformasi digital. Selain itu pelaku usaha juga dapat mempelajari berbagai macam aplikasi digital yang sudah tersedia dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan usaha yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Artikel dalam Jurnal

- [1] L. Hanim, E. Soponyono, and M. Maryanto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *Pros. Semin. Nas. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.24967/psn.v2i1.1452.
- [2] M. R. Luthfiansyah, D. Tricahyono, and T. Djatmiko, "Studi Identifikasi Faktor-Faktor Penghambat Implementasi Transformasi Digital Pada Umkm Study of Identification of the Inhibiting Factors of Digital," *E-Proceeding Manag.*, vol. 7, no. 2, pp. 5652–5659, 2020.
- [3] R. Sari, M. H. Sayadi, and S. K. Hildayanti, "Pelatihan dalam Menghadapi Tantangan Usaha Kecil di Era Digital pada Pelaku Usaha Kecil di Kenten Palembang," *Jurdimas (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 2, pp. 87–92, 2020.

- [4] D. Ulas, "Digital Transformation Process and SMEs," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 158, pp. 662–671, 2019, doi: 10.1016/j.procs.2019.09.101.
- [5] S. Li, L. Gao, C. Han, B. Gupta, W. Alhalabi, and S. Almakdi, "Exploring the effect of digital transformation on Firms' innovation performance," *J. Innov. Knowl.*, vol. 8, no. 1, p. 100317, 2023, doi: 10.1016/j.jik.2023.100317.
- [6] A. Ates and N. Acur, "Making obsolescence obsolete: Execution of digital transformation in a high-tech manufacturing SME," *J. Bus. Res.*, vol. 152, no. August, pp. 336–348, 2022, doi: 10.1016/j.jbusres.2022.07.052.
- [7] E. H. Kwon and M. J. Park, "Critical factors on firm's digital transformation capacity: Empirical evidence from Korea," *Int. J. Appl. Eng. Res.*, vol. 12, no. 22, pp. 12585–12596, 2017.
- [8] I. Farhani and H. Chaniago, "Faktor Penentu Transformasi Digital UMKM: Bukti dari Indonesia," *Pros. Ind. Res. Work. ...*, pp. 4–5, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2845/2224>
- [9] E. Umiyati and E. Achmad, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi online pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi," *J. Paradig. Ekon.*, vol. 16, no. 2, pp. 255–266, 2021, doi: 10.22437/jpe.v16i2.12555.
- [10] R. A. A. Saputri, "Transformasi Digital bagi UMKM dengan Perancangan Enterprise Architecture Menggunakan TOGAF ADM," *J. TIARSIE*, vol. 16, no. 1, p. 17, 2019, doi: 10.32816/tiarsie.v16i1.40.
- [11] M. M. Feliciano-Cestero, N. Ameen, M. Kotabe, J. Paul, and M. Signoret, "Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization," *J. Bus. Res.*, vol. 157, no. December 2022, p. 113546, 2023, doi: 10.1016/j.jbusres.2022.113546.
- [12] D. Firmansyah, D. Saepuloh, and Dede, "Daya Saing: Literasi Digital dan

---

Transformasi Digital," J. Financ. Bus. Digit., vol. 1, no. 3, pp. 237–250, 2022, doi: 10.55927/jfbd.v1i3.1348.

## 2. Buku

- [1] A. Wakil, R. R. Cahyani, B. Harto, A. S. Latif, D. Hidayatullah, P. Simanjuntak, A. Y. Rukmana and F. A. Sihombing, Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- [2] M. Pasaribu and A. Widjaja, Strategi & Transformasi Digital Prespektif Manajemen Strategis, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020.
- [3] A. R. Banjamahor, J. Handiman, K. Samosir, B. Siagian, D. Gandasari, W. Harizahayu, J. I. Sihotang, A. Nugroho, M. Kafrawi, E. Rahman, A. R. B and I. Djufri, Transformasi Digital dan Prilaku Organisasi, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2022.

## PROFIL SINGKAT

Saya Atiana Tantri, lahir di Bogor tanggal 5 Oktober 2001, saat ini saya sedang menempuh S1 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, dan akan lulus Insya Allah pada tahun 2023. Kesibukan saya saat ini adalah sebagai Mahasiswa.