

## Rintangan Bisnis Digital

Piqih Adi Surahman<sup>a\*</sup>, Arvando Nanda Hidayat<sup>a</sup>, Muhammad Ihsan Sajid Saputra<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Receied : 29-04-2025

Reised : 12-05-2025

Accepted : 15-05-2025

**Keywords:** Business Barriers, Consumer Behavior, Cybersecurity, Digital Business, Digital Transformation, Regulation

**Kata Kunci:** Bisnis Digital, Keamanan Siber, Perilaku Konsumen, Regulasi, Rintangan Bisnis, Transformasi Digital

Corresponding Author:  
[piqihadi@gmail.com](mailto:piqihadi@gmail.com)\*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

### ABSTRACT

*This research aims to identify and analyze the various challenges faced by businesses in adopting and developing operations in the digital era. Despite presenting complex challenges, digital transformation has opened many opportunities for business growth. This study investigates literature from various scholarly journals, including Jurnal Widya Ganecwara, Jurnal Publik, Jurnal Economina, Jurnal Ekonomi Efektif, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tunas Membangun, and Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT). The main obstacles include technological limitations, a lack of competent human resources, legal uncertainties, and a high level of competition. The findings are expected to help business practitioners, policymakers, and academics develop innovative strategies to promote sustainable digital business growth in Indonesia.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis berbagai tantangan yang dihadapi oleh bisnis saat mengadopsi dan mengembangkan operasional di era digital. Meskipun menimbulkan tantangan yang kompleks, transformasi digital telah membuka banyak peluang untuk pertumbuhan bisnis. Penelitian ini menyelidiki literatur dari berbagai jurnal ilmiah, seperti Jurnal Widya Ganecwara, Jurnal Publik, Jurnal Economina, Jurnal Ekonomi Efektif, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tunas Membangun, dan Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT). Rintangan utama ini termasuk keterbatasan teknologi, kekurangan sumber daya manusia yang kompeten, ketidakpastian hukum, dan tingkat persaingan yang tinggi. Hasil ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan akademisi membuat strategi yang inovatif untuk mendorong pertumbuhan bisnis digital yang berkelanjutan di Indonesia.

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, membuka peluang inovasi dan pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya (Zailani *et al.*, 2023). Pemanfaatan teknologi digital ini dapat memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menyediakan produk dan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen (Zailani *et al.*, 2015). Namun, di balik berbagai potensi tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang menghambat adopsi digital secara menyeluruh dalam dunia bisnis (Ardani *et al.*, 2022).

Salah satu hambatan utama adalah kesenjangan infrastruktur teknologi, khususnya di wilayah terpencil yang masih mengalami keterbatasan akses internet yang cepat dan stabil (Susanto *et al.*, 2023). Selain itu, pelaku usaha terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menghadapi kendala dalam hal pemahaman dan keterampilan digital, sehingga proses adopsi teknologi menjadi lambat dan kurang optimal.

Isu keamanan siber juga menjadi perhatian penting. Meningkatnya ancaman kejahatan digital, seperti peretasan, penipuan daring, dan serangan malware, berpotensi merugikan perusahaan secara finansial sekaligus mengurangi kepercayaan konsumen terhadap platform digital (Susanto *et al.*, 2023)

Di sisi lain, ketidakjelasan regulasi dan perubahan kebijakan yang cepat dalam dunia digital sering kali menjadi hambatan tersendiri bagi pelaku bisnis dalam merencanakan strategi jangka panjang (Aulia *et al.*, 2020). Ketidakpastian hukum dan kurangnya pedoman yang jelas tentang operasi bisnis online, perlindungan data konsumen, dan transaksi elektronik dapat menghambat kemajuan dan inovasi bisnis digital (Dermawan *et al.*, 2021). Untuk menciptakan lingkungan bisnis digital yang kompetitif dan menguntungkan, regulasi harus diharmonisasi di seluruh dunia (Rahmasari, 2023.).

Persaingan yang semakin intens di pasar digital juga menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tidak tertinggal. Munculnya pelaku bisnis baru dengan strategi yang agresif dan teknologi yang canggih menambah tekanan bagi perusahaan lama untuk bertahan di pasar (Siregar, 2024). Munculnya pemain baru dengan model bisnis yang inovatif dan harga yang kompetitif dimungkinkan oleh kemudahan akses ke pasar global (Fitria *et al.*, 2024.). Bisnis yang tidak dapat beradaptasi dan berinovasi secara berkelanjutan akan kesulitan mempertahankan pangsa pasar dan daya saingnya (Abdullah Zailani *et al.*, 2024.)

Bisnis perlu menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen di era digital (Dwi sutriastuti *et al.*, 2023.). Konsumen modern, yang lebih pintar dan lebih cerdas, sangat mengharapkan pengalaman berbelanja online yang luar biasa (Agustono dan

Yusuf, 2024). Untuk membangun loyalitas dan kepercayaan, perusahaan harus memahami preferensi pelanggan yang terus berubah dan memberikan layanan pelanggan yang responsif (Ardani *et al.*, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai hambatan utama yang dihadapi oleh bisnis dalam mengadopsi serta mengembangkan aktivitasnya di era digital, khususnya dalam konteks Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur terhadap berbagai jurnal ilmiah, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam menyusun strategi yang adaptif dan berkelanjutan di tengah arus digitalisasi yang terus berkembang.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sistematis untuk mengidentifikasi dan menganalisis hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengadopsi serta mengembangkan operasional bisnis di era digital. Fokus utama penelitian ini adalah merangkum temuan dari berbagai sumber ilmiah untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terkait tantangan dalam transformasi digital di Indonesia.

Data dikumpulkan melalui penelusuran jurnal-jurnal ilmiah yang relevan, antara lain *Jurnal Widya Ganecwara*, *Jurnal Publik*, *Jurnal Economina*, *Jurnal Ekonomi Efektif*, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tunas Membangun*, dan *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. Pemilihan artikel dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kesesuaiannya dengan topik penelitian, dengan kata kunci seperti: “bisnis digital”, “transformasi digital”, “tantangan digital”, “keamanan siber”, “regulasi bisnis”, “persaingan digital”, dan “perilaku konsumen digital”. Sumber-sumber tersebut ditelusuri melalui platform seperti Google Scholar dan database jurnal nasional.

Sintesis tematik adalah metode analisis data yang melibatkan identifikasi, pengorganisasian, dan interpretasi pola makna yang berasal dari data teks yang dikumpulkan (Mulyana *et al.*, 2024.). Proses analisis tematik meliputi:

- A. Familiarisasi dengan Data: Untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang konten, pembacaan menyeluruh terhadap artikel yang terpilih diperlukan.
- B. Pembuatan Kode Awal: Memberikan label atau kode singkat pada bagian teks yang berkaitan dengan masalah rintangan bisnis digital. Tema-tema muncul dari data karena proses ini dilakukan secara induktif.
- C. Pencarian Tema: Untuk menemukan tema potensial yang lebih luas, kumpulan kode awal yang memiliki kesamaan atau hubungan untuk mencari tema yang lebih luas.
- D. Peninjauan Tema: Menilai dan memperbaiki tema yang telah ditemukan. Pada tahap

ini, tema diperiksa kembali dengan data untuk memastikan representasi yang akurat.

- E. Definisi dan Penamaan Tema: Untuk setiap tema yang dipilih, berikan definisi yang jelas dan nama ringkas. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyampaikan inti dari setiap hambatan yang ditemukan dalam bisnis digital.
- F. Penyusunan Laporan: Laporan penelitian harus ditulis yang mencakup kesimpulan utama dari penelitian dan didukung dengan kutipan dari literatur yang relevan.

Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas, dilakukan triangulasi data dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber jurnal. Proses analisis dilakukan secara sistematis untuk meminimalkan bias subjektif. Hasil akhir diharapkan memberikan gambaran yang utuh mengenai hambatan bisnis digital di Indonesia serta dapat digunakan sebagai dasar bagi pengembangan kebijakan dan strategi praktis di masa mendatang.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah hambatan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam proses adopsi dan pengembangan bisnis digital di Indonesia. Temuan ini diperoleh melalui studi literatur terhadap berbagai jurnal ilmiah, seperti *Jurnal Widya Ganecwara*, *Jurnal Publik*, *Performance*, *Jurnal Economina*, *Jurnal Ekonomi Efektif*, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tunas Membangun*, dan *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. Berikut ini adalah uraian tematik dari hasil sintesis literatur yang dilakukan:

### **A. Kesenjangan antara Akses Digital dan Infrastruktur**

Pengembangan bisnis digital menghadapi beberapa hambatan utama, terutama di daerah terpencil, karena perbedaan dalam akses ke infrastruktur digital dan kualitasnya. Pelaku usaha, terutama UMKM, tidak dapat berpartisipasi secara aktif dalam ekosistem digital karena beberapa masalah. Ini termasuk jaringan internet yang tidak merata, biaya yang mahal, dan koneksi yang tidak stabil. Sejumlah jurnal menyoroti fakta bahwa wilayah di luar Jawa masih tertinggal dari kemajuan teknologi, yang menghalangi bisnis lokal untuk menggunakan platform e-commerce, layanan cloud, dan strategi pemasaran digital yang paling efektif.

### **B. Kekurangan Kemampuan Digital dan Sumber Daya Manusia**

Kurangnya tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital relevan seperti analisis data, pemasaran digital, keamanan siber, dan pengembangan perangkat lunak menjadi tantangan serius. Tidak hanya dari sisi jumlah, tetapi juga kualitas SDM yang tidak sejalan dengan kebutuhan industri digital. Selain itu, rendahnya literasi digital di kalangan pemilik UMKM menyebabkan lambatnya proses adopsi teknologi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi lintas sektor untuk meningkatkan kapabilitas digital

secara merata.

#### C. Risiko Keamanan Siber dan Kepercayaan Konsumen

Ancaman siber seperti peretasan, serangan malware, dan penipuan online telah menimbulkan risiko besar bagi pelaku bisnis digital. Dampak dari insiden tersebut tidak hanya berupa kerugian finansial, tetapi juga hilangnya kepercayaan pelanggan terhadap transaksi daring. Banyak literatur menekankan pentingnya perlindungan data pribadi, penggunaan sistem keamanan yang kuat, serta edukasi kepada konsumen dan karyawan mengenai etika dan keamanan dalam aktivitas digital

#### D. Kompleksitas Regulasi dan Ketidakpastian Hukum

Regulasi bisnis digital Indonesia, yang masih terus berkembang, seringkali dianggap rumit dan tidak selaras antara berbagai sektor. Jurnal *Ekonomi Efektif* dapat melihat bagaimana regulasi yang tumpang tindih atau tidak jelas berdampak pada peningkatan inovasi dan investasi dalam bisnis digital. Ketidakpastian hukum terkait masalah seperti perpajakan e-commerce, perlindungan konsumen daring, dan tanggung jawab platform digital dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan menimbulkan risiko hukum.

Sangat penting bahwa regulasi di tingkat nasional dan daerah disesuaikan, serta konsultasi yang lebih intensif antara pemerintah dan pelaku industri saat membuat kebijakan. Untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kompetitif dan menyenangkan, undang-undang harus fleksibel dan responsif terhadap kemajuan teknologi dan model bisnis digital. Selain itu, ketika ekonomi digital berkembang menjadi inklusif dan berkeadilan, jurnal publik dapat membahas elemen kebijakan publik yang berkaitan dengan hal ini.

#### E. Intensitas Persaingan di Pasar Digital

Pasar digital yang luas dan terbuka menghadirkan tingkat persaingan yang tinggi dari pemain lokal dan internasional. Jurnal *Economina* dan *Performance* mungkin menganalisis strategi bersaing dalam era digital dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis lokal, terutama UMKM, dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan besar dengan skala ekonomi dan sumber daya yang lebih besar. Bisnis digital menghadapi tekanan terus-menerus karena persaingan harga yang ketat dan kebutuhan untuk terus berinovasi untuk tetap relevan.

Pembahasan dapat mencakup betapa pentingnya bagi perusahaan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, seperti memanfaatkan kearifan lokal, memberikan layanan pelanggan yang unggul, atau mengembangkan barang dan jasa yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar lokal. Selain itu, kolaborasi antar UMKM dan dukungan dari pemerintah dalam hal akses ke pasar dan pendanaan dapat membantu meningkatkan daya saing mereka di era digital.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Studi ini mengungkapkan beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha di Indonesia ketika mereka memulai dan mengembangkan operasi bisnis digital. Keterbatasan infrastruktur digital, kurangnya literasi dan keterampilan digital, ancaman keamanan siber, kompleksitas regulasi, persaingan pasar yang ketat, dan perilaku konsumen yang berubah-ubah adalah masalah utama. Studi literatur tentang jurnal akademik nasional menunjukkan hal ini.

Dibutuhkan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berdaya saing. Ini memerlukan investasi infrastruktur, peningkatan literasi digital, penguatan regulasi yang adaptif, dan dukungan terhadap inovasi lokal. Rintangan-rintangan ini saling terkait dan berpotensi menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis, khususnya di kalangan UMKM.

Kajian ini secara teoretis membantu dalam pemetaan hambatan bisnis digital dengan menggunakan pendekatan studi literatur tematik. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan dan pelaku usaha membuat strategi transformasi digital yang lebih baik.

Namun, kekurangan utama penelitian ini adalah kurangnya data primer. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran langsung dari pelaku bisnis, penelitian lanjutan harus menggunakan pendekatan empiris. Selain itu, kebijakan yang telah diterapkan harus dievaluasi untuk mengetahui seberapa efektif mereka dan untuk menemukan solusi yang lebih sesuai.

Dengan komitmen bersama dan strategi yang terintegrasi, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengatasi tantangan ini dan memaksimalkan potensi ekonomi digital untuk pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan jika ada komitmen bersama dan strategi yang terintegrasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

590X / Rahmasari. (n.d.).

Agustono, F., & Yusuf, H. (2024). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara ANALISIS TERHADAP PERSPEKTIF HUKUM DAGANG DALAM ERA GLOBALISASI & DIGITALISASI ANALYSIS OF TRADE LAW PERSPECTIVES IN THE ERA OF GLOBALIZATION & DIGITALIZATION*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Alhusin\*, S., Widodo, Z. D., Choerudin, A., Zaelani, A., Wijastuti, S., Adiyani, R., & Rahmalia, V. (2023). Digital-based Entrepreneurship Training to Realize Young Entrepreneurial Millennials. *Riwayat: Educational Journal of History and*

- Humanities*, 6(1), 242–248. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i1.31378>
- Ardani, W. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Dermawan, A., Saputra, E., Efendi Hutagalung, J., Manajemen Informatika, P., Royal Kisaran, S., & Teknik Komputer, P. (2021). PERAN MASYARAKAT DALAM MENAATI HUKUM DAN Mendukung Perkembangan Teknologi Komputer Dalam Bisnis Digital. *Communnity Development Journal*, 2(3), 569–573.
- Fitria, T. N., Azizah, F. N., Anggraini, L., Sabila, R. S., Al Muslim, M., Susilo, A., & Zailani, A. (n.d.). *PENGEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH) PRODUKSI RAMBAK SUCI SRAGEN*.
- Kesenjangan ke Inklusi Digital, D., dan Tantangan Digitalisasi di Kalangan Santri di Indonesia Mustafa, P., Abdullah, A., Alhidayatillah, N., Puji Astuti, D., & Dakwah dan Komunikasi, F. (n.d.). *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat From Inequality to Digital Inclusion: Opportunities and Challenges of Digitalization among Santri in Indonesia*. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas>
- Penulis, T., Mulyana, A., Vidiati, C., Agung Danarahmanto, P., Agussalim, A., Apriani, W., Putu Ari Aryawati, N., Adi Noer Ridha, N., Astria Milasari, L., Fernando Siagian, A., & Margareta Martono, S. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. [www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2921. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5678>
- Susanto, E., Antira, Lady, Kevin, K., Stanzah, E., & Majid, A. A. (2023). Manajemen Keamanan Cyber di Era Digital. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(1), 23–33. <https://doi.org/10.46273/job&e.v11i1.365>
- Zailani, A. (2015). *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA PRODUK TEH PT PERKEBUNAN TAMBI WONOSOBO* (Vol. 25, Issue 1). [www.womma.org.word](http://www.womma.org.word)