

TRANSFORMASI DIGITAL DI SEKTOR *HOSPITALITY*: MENGIDENTIFIKASI TANTANGAN DAN PELUANG UNTUK BISNIS KELUARGA SKALA UMKM

Tamadara Hilman

¹⁾ DIV Logistik Bisnis, Universitas Logistik Bisnis Internasional
Email: tamadara@ulbi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang digitalisasi dalam bisnis keluarga skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor hospitality. Transformasi digital dinilai krusial bagi pelaku usaha di kota wisata seperti Bandung, mengingat masih banyak penginapan dan usaha serupa yang belum mengadopsi teknologi secara optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pedoman PRISMA. Proses seleksi dilakukan terhadap 506 artikel dari database akademik (Emerald, ScienceDirect, dan Springer), hingga diperoleh 20 artikel relevan untuk dianalisis secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan teknologi, dan resistensi terhadap perubahan menjadi tantangan utama dalam proses digitalisasi. Namun demikian, digitalisasi juga menawarkan peluang strategis, seperti efisiensi operasional, peningkatan visibilitas merek, dan inovasi layanan. Penelitian ini juga mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan, termasuk pelatihan digital, penggunaan media sosial, dan pengembangan model bisnis berbasis teknologi. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap bisnis keluarga skala UMKM di sektor hospitality Jawa Barat yang belum banyak diteliti. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemilik usaha dan menjadi referensi akademik dalam merumuskan kebijakan digitalisasi UMKM ke depan.

Kata Kunci: *UMKM, digitalisasi, bisnis keluarga, hospitality, systematic literature review.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Hapsari et al. 2024). Di kota wisata seperti Bandung, banyak UMKM di sektor *hospitality*—seperti penginapan, restoran, dan kafe—yang dikelola sebagai bisnis keluarga. Namun, sebagian besar masih beroperasi secara konvensional dan menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital.

Digitalisasi berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menghadirkan layanan yang lebih personal dan otomatis (Aolia et al. 2024). Teknologi seperti *Property Management System* (PMS), aplikasi pemesanan daring, dan media sosial telah terbukti efektif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan reputasi bisnis (Anwar et al. 2024). Meski demikian, banyak UMKM keluarga terkendala oleh keterbatasan sumber daya, literasi teknologi yang rendah, dan resistensi terhadap perubahan (Ezzaouia and Bulchand-Gidumal 2020).

Bisnis keluarga memiliki karakteristik khas, seperti keterlibatan lintas generasi, nilai-nilai kekeluargaan, serta pengambilan keputusan yang bersifat internal (Alonso et al. 2018). Namun, struktur yang informal dan dominasi keluarga dalam manajemen sering kali membatasi kemampuan adaptasi terhadap inovasi, termasuk digitalisasi. Oleh karena itu, penting membedakan dinamika bisnis keluarga dari UMKM non-keluarga dalam studi transformasi digital.

Kurangnya pemanfaatan *platform* digital menyebabkan rendahnya visibilitas usaha di mata wisatawan dan meningkatkan risiko tersingkir dari persaingan pasar yang telah terdigitalisasi (Indrayani et al. 2024; Balsiger et al. 2023). Dengan demikian, studi ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana digitalisasi dapat menjadi strategi adaptif bagi bisnis keluarga di sektor *hospitality*.

Penelitian ini memiliki dua kontribusi utama. Pertama, secara empiris mengisi kekosongan studi tentang digitalisasi pada UMKM keluarga di sektor *hospitality*, khususnya di Jawa Barat. Kedua,

secara metodologis menggunakan pendekatan kualitatif berbasis *Systematic Literature Review* (SLR) untuk menyusun kerangka strategi adaptif yang relevan.

Pertanyaan penelitian yang diajukan:

1. Apa tantangan utama yang dihadapi bisnis keluarga skala UMKM dalam proses digitalisasi di sektor *hospitality*?
2. Peluang apa yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing melalui digitalisasi?
3. Rekomendasi apa yang tepat untuk mengatasi hambatan digitalisasi?

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang digitalisasi serta merumuskan strategi yang mendukung daya saing bisnis keluarga skala UMKM dalam industri *hospitality*.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain *Systematic Literature Review* (SLR) berdasarkan pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). SLR dipilih karena sesuai untuk studi eksploratif yang bertujuan mengidentifikasi, mensintesis, dan memetakan pengetahuan terkini mengenai tantangan dan peluang digitalisasi pada UMKM keluarga di sektor *hospitality*. Proses seleksi literatur dilakukan secara sistematis melalui empat tahap PRISMA: identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi (Putu et al. 2024).

Metode SLR dipilih karena memungkinkan penelusuran, penyaringan, dan sintesis studi terdahulu secara sistematis dan transparan, sehingga menghasilkan analisis yang objektif dan terstruktur. Pendekatan ini sesuai untuk pertanyaan eksploratif, memetakan pengetahuan yang ada, mengidentifikasi celah riset, dan merumuskan rekomendasi berbasis bukti dalam konteks digitalisasi bisnis keluarga skala UMKM.

2.2 Jenis Data

Data diperoleh dari tinjauan literatur terhadap artikel ilmiah yang tersedia di basis data akademik

Emerald, ScienceDirect, dan Springer. Kriteria inklusi meliputi:

1. Fokus pada digitalisasi UMKM dan sektor *hospitality*.
2. Relevansi dengan konteks Indonesia atau negara berkembang.
3. Terbit dalam rentang tahun 2014–2024.
4. Artikel penelitian (*open access*) berbahasa Inggris.

2.3 Teknik Analisis

Analisis dilakukan secara tematik terhadap 20 artikel terpilih. Informasi diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: tantangan, peluang, dan rekomendasi strategis. Penelitian ini tidak menguji hipotesis, melainkan bertujuan menyajikan pemahaman yang komprehensif melalui sintesis bukti ilmiah yang relevan.

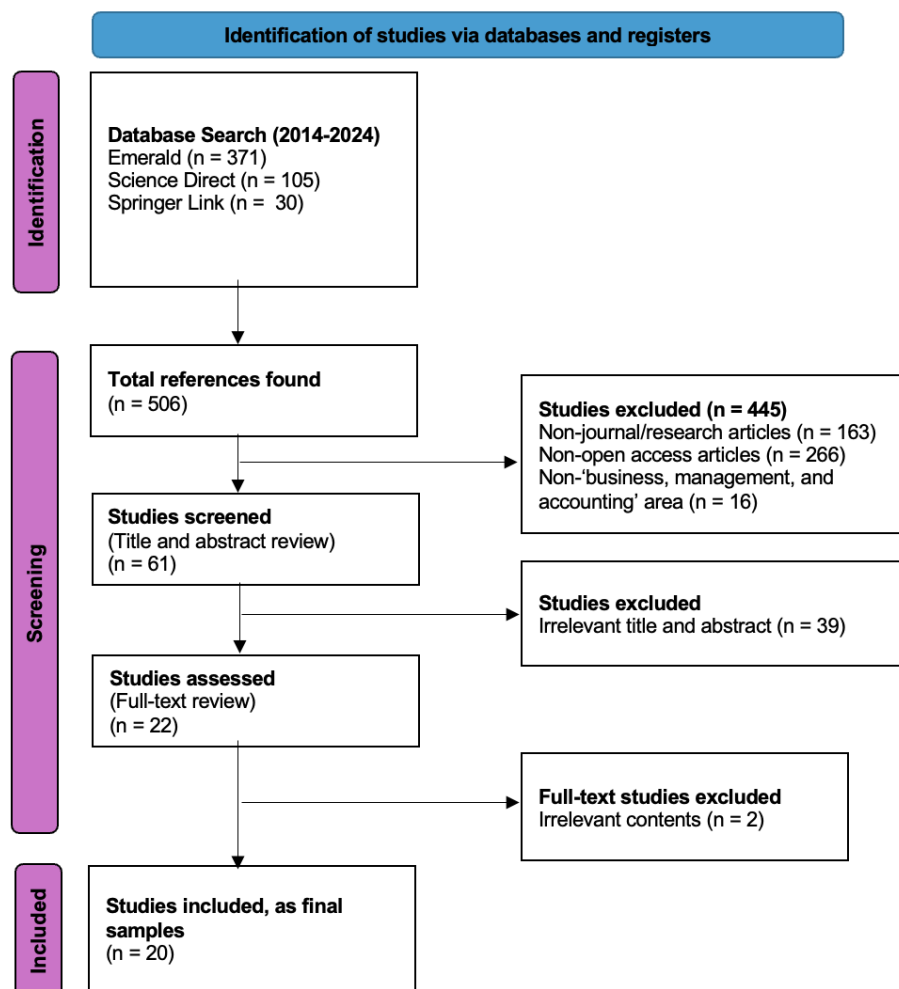
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Seleksi Data

Tahap awal analisis data difokuskan pada identifikasi artikel ilmiah yang relevan, menggunakan tiga basis data utama: Emerald, ScienceDirect, dan Springer. Pencarian dibatasi pada artikel berbahasa Inggris, bersifat *open access*, dan diterbitkan dalam periode 2014–2024. Kata kunci yang digunakan adalah: ("*Digitalization*" OR "*Digital Transformation*") AND ("*Family Business*") AND ("*SMEs*") AND ("*Hospitality Industry*" OR "*Tourism*") AND ("*Challenges*" OR "*Opportunities*").

Dari 506 artikel yang ditemukan (371 dari Emerald, 105 dari ScienceDirect, dan 30 dari Springer), dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria inklusi. Sebanyak 445 artikel dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria: 163 bukan artikel jurnal, 266 bukan *open access*, dan 16 tidak relevan dengan bidang bisnis atau manajemen.

Selanjutnya, 61 artikel diseleksi melalui evaluasi judul dan abstrak. Dari jumlah tersebut, 39 artikel dinyatakan tidak relevan. Tahap *full-text screening* kemudian dilakukan terhadap 22 artikel, hingga diperoleh 20 artikel akhir (*final sample*) yang memenuhi semua kriteria dan menjadi dasar analisis utama penelitian ini.

**Gambar 1 Proses Seleksi Data**

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber, 2025

Setelah proses seleksi, artikel-artikel yang memenuhi kriteria akan dikumpulkan untuk dianalisis lebih lanjut. Proses ini mengikuti pedoman PRISMA, yang mencakup langkah-langkah identifikasi, penyaringan, dan pemilihan studi yang relevan. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh kumpulan literatur yang komprehensif dan relevan untuk mendukung analisis tantangan dan peluang digitalisasi dalam bisnis keluarga skala UMKM di industri *hospitality*.

1.2. Analisis Deskriptif

Data Coding

Setelah memperoleh *final sample* artikel, langkah selanjutnya adalah melakukan *data coding* untuk mengkategorikan informasi yang relevan dari

artikel-artikel tersebut. Proses ini akan mencakup beberapa aspek penting, antara lain: (1) Metadata Artikel (2) Peningkatan Tren Penelitian, (2) Tingkat Relevansi (3) Metodologi dan Jenis Penelitian yang Digunakan, dan (4) Kerangka Konseptual, dan (5) Rekomendasi yang Relevan.

Metadata Artikel

Artikel yang terpilih sebagai *final sample* disusun dalam sebuah tabel untuk mendokumentasikan hasil seleksi. Setiap artikel dalam tabel tersebut kemudian diidentifikasi berdasarkan tema dan bidang penelitian yang relevan, guna memastikan fokus analisis yang sesuai dengan tujuan studi. Proses ini membantu mengelompokkan artikel ke dalam kategori tertentu

sehingga mempermudah analisis tematik dan deskriptif.

Tabel 1 Final Sample

Judul Penelitian	Penulis	Tahun Publikasi	Penerbit	Topik Penelitian	Ruang Lingkup Penelitian
<i>The impact of digitalization on business models</i>	Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, Francisco J. Molina-Castillo and Mark de Reuver	2018	Digital Regulation and Governance, vol. 20 no. 2	Digitalisasi dan transformasi model bisnis	Regulasi dan Kebijakan Digital
<i>Innovation diffusion in tourism: how information about blockchain is exchanged and characterized on twitter</i>	Francesco Bolici, Chiara Acciarini, Lucia Marchegiani and Luca Pirolo	2020	The TQM Journal, vol. 36 no. 9	Difusi inovasi blockchain dalam pariwisata melalui media sosial.	Total Quality Management
<i>The impact of information and communication technology and internal market orientation blending on organisational performance in small and medium enterprises</i>	Sergey Kazakov, José L. Ruiz-Alba and María M. Muñoz	2020	European Journal of Management and Business Economics, vol. 30 no. 2	Teknologi informasi dan orientasi pasar internal pada kinerja UKM	Manajemen dan Ekonomi Bisnis
<i>The digital transformation of entrepreneurial work</i>	Vincenzo Corvello, Monica Carolis, Saverino Verteramo and Annika Steiber	2021	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol. 28 no. 5	Transformasi digital dalam kewirausahaan	Kewirausahaan
<i>Entrepreneurial approach for open innovation: opening new opportunities, mapping knowledge and highlighting gaps</i>	Giulia Flamini, Massimiliano Matteo Pellegrini, Mohammad Fakhar Manesh and Andrea Caputo	2021	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol. 28 no. 5	Pendekatan kewirausahaan untuk inovasi terbuka	Kewirausahaan
<i>A digital business model: an illustrated framework from the cultural heritage business</i>	Tiziana Russo-Spena, Marco Tregua, Anna D'Auria and Francesco Bifulco	2022	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol. 28 no. 8	Model bisnis digital dalam industri warisan budaya	Kewirausahaan
<i>Exploring social media affordance in relationship marketing practices in SMEs</i>	Genevieve Sedalo, Henry Boateng, John Paul Kosiba	2022	Digital Business	Penggunaan media sosial dalam pemasaran relasional di UKM	Inovasi dan Teknologi Digital

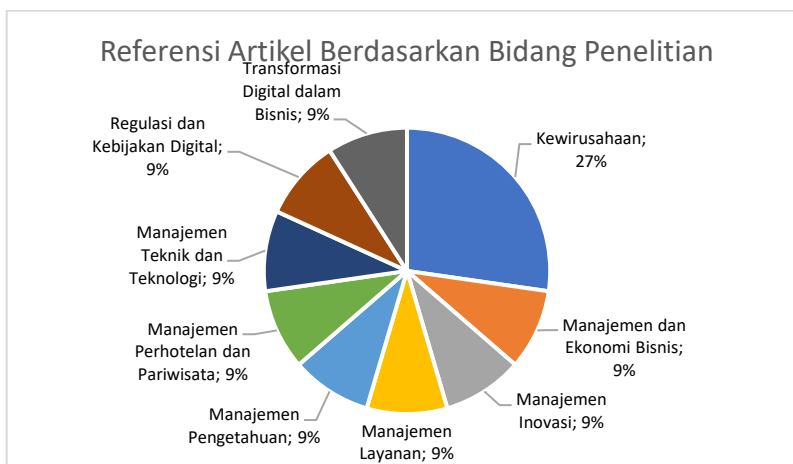
<i>Small and Medium Enterprises (SMEs) facing an evolving technological era: a systematic literature review on the adoption of technologies in SMEs</i>	Seyedeh Zahra Zamani	2022	European Journal of Innovation Management, vol. 25 no. 6	Adopsi teknologi oleh UKM di era teknologi yang berkembang	Manajemen Inovasi
<i>How social media practices shape family business performance: The wine industry case study</i>	Nora Obermayer, Edit Kővári, Marco Valeri	2022	European Management Journal	Pengaruh praktik media sosial pada kinerja bisnis keluarga (studi kasus industri anggur)	Inovasi Model Bisnis
<i>Research and innovation and the role of competition in family owned and managed firms</i>	Yuping Yin, Frank Crowley, Justin Doran, Jun Du and Mari O'Connor	2022	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, vol. 29 no. 1	Peran inovasi dan persaingan dalam bisnis keluarga	Kewirausahaan
<i>Entrepreneurial behaviors that shape performance in small family and non-family hotels during times of crisis</i>	Rafał Kusa, Marcin Suder, Belem Barbosa, Beata Glinka & Joanna Duda	2022	International Entrepreneurship and Management Journal	Perilaku kewirausahaan dalam hotel kecil keluarga dan non-keluarga selama krisis	Kewirausahaan
<i>Improving KIBS performance using digital transformation: study based on the theory of resources and capabilities</i>	Jorge Alberto Marino-Romero, Pedro R. Palos-Sanchez and Félix Velicia-Martin	2022	Journal of Service Theory and Practice, vol. 33 no. 2	Transformasi digital dalam meningkatkan kinerja layanan berbasis pengetahuan (KIBS)	Manajemen Layanan
<i>Antecedents of labor shortage in the rural hospitality industry: a comparative study of employees and employers</i>	Johanna Innerhofer, Luigi Nasta and Anita Zehrer	2022	Journal of Hospitality and Tourism Insights, vol. 7 no. 1	Faktor penyebab kekurangan tenaga kerja di industri perhotelan pedesaan	Manajemen Perhotelan dan Pariwisata
<i>Organisational learning and sustainable tourism: the enabling role of digital transformation</i>	Sarah Schönherr, Robert Eller, Andreas Kallmuenzer and Mike Peters	2023	Journal of Knowledge Management, vol. 27 no. 11	Pembelajaran organisasi dan peran transformasi digital dalam pariwisata berkelanjutan	Manajemen Pengetahuan
<i>Confluence of sustainable entrepreneurship, innovation, and digitalization in SMEs</i>	Sónia Avelar, Teresa Borges-Tiago, Flávio Tiago	2024	Journal of Business Research	Kewirausahaan berkelanjutan, inovasi, dan digitalisasi di UKM.	Transformasi Digital dalam Bisnis
<i>The evolution of the field of family business research over a decade (2012–2022)</i>	Sabela Rivera	2024	Small Business Economics	Perkembangan penelitian bisnis keluarga selama satu dekade	Kewirausahaan

<i>Business model transition and entrepreneurial small businesses: a systematic literature review</i>	Martin Leipziger, Dominik K. Kanbach and Sascha Kraus	2024	Journal of Small Business and Enterprise Development, vol. 31 no. 3	Transisi model bisnis dalam usaha kecil	Kewirausahaan
<i>Can hybrid strategy improve SME performance? The role of innovation and adaptive capacity</i>	Santiago Gutiérrez-Broncano, Jorge Linuesa-Langreo, Mercedes Rubio-Andrés and Miguel Ángel Sastre-Castillo	2024	European Journal of Innovation Management, vol. 27 no. 9	Strategi hibrida, inovasi, dan kapasitas adaptasi kinerja UKM	Manajemen Inovasi
<i>Examining the moderating role of technological resources on marketing innovation and family business sustainability</i>	Samuel Affran, Emma Doreen Otiwaa Oppong and Joseph Yenabil Kolug	2024	IIMBG Journal of Sustainable Business and Innovation, vol. 2 no. 2	Peran sumber daya teknologi dalam inovasi pemasaran dan keberlanjutan bisnis keluarga	Business Sustainability
<i>Driving digital transformation and business model innovation in tourism through innovation labs: An empirical study</i>	Francesco Santarsiero, Daniela Carlucci, Giovanni Schiuma	2024	Journal of Engineering and Technology Management	Transformasi digital dan inovasi model bisnis dalam sektor pariwisata	Manajemen Teknik dan Teknologi

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber, 2025

Dari 20 artikel terpilih, kajian diklasifikasikan ke dalam 11 bidang penelitian. Tiga artikel berfokus pada kewirausahaan, sementara sisanya tersebar di bidang seperti manajemen bisnis, inovasi, layanan,

pengetahuan, *hospitality*, teknologi, regulasi, dan transformasi digital. Keragaman ini mencerminkan beragam pendekatan dalam memahami tantangan dan peluang digitalisasi di sektor *hospitality*.



Gambar 2 Kategorisasi Artikel
Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Dominasi artikel di bidang kewirausahaan mencerminkan peran pentingnya dalam mendorong inovasi dan adopsi teknologi, khususnya pada

UMKM. Orientasi kewirausahaan terbukti meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan peluang digitalisasi (Maimuna

et al 2024). Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika kewirausahaan sangat relevan untuk menjawab tantangan yang dihadapi bisnis keluarga di sektor *hospitality*.

Peningkatan Tren Penelitian Berdasarkan Tahun

Analisis tren publikasi 2014–2024 menunjukkan peningkatan minat akademik terhadap topik

digitalisasi pada UMKM dan bisnis keluarga di sektor *hospitality*. Lonjakan terjadi pada 2022 (8 artikel), meskipun sempat menurun pada 2023, dan kembali naik pada 2024 (6 artikel). Fluktuasi ini menandakan bahwa kajian sistematis terkait topik ini masih terbatas, sehingga penelitian ini relevan untuk mengisi kesenjangan literatur dan menawarkan perspektif baru.

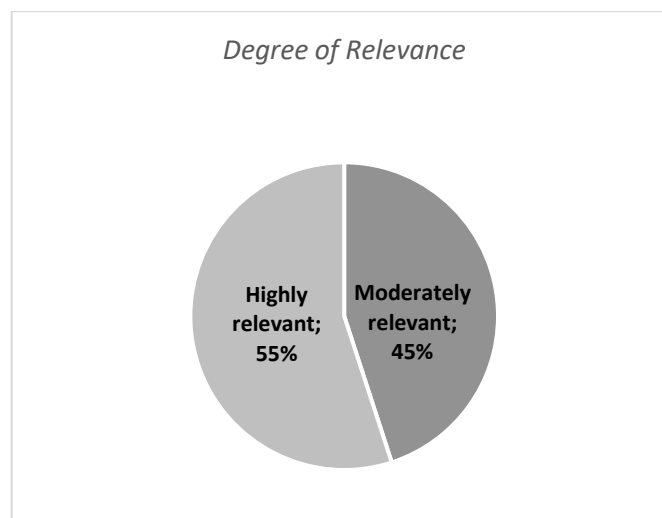


Gambar 3 Jumlah Artikel yang Dipublikasikan
Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Tingkat Relevansi

Dari 20 artikel terpilih, 55% dinilai sangat relevan dan 45% cukup relevan dengan topik penelitian. Penilaian dilakukan berdasarkan judul, tema, dan

keterkaitan substansi dengan fokus studi, memastikan hanya artikel yang memberikan kontribusi signifikan yang dianalisis lebih lanjut.

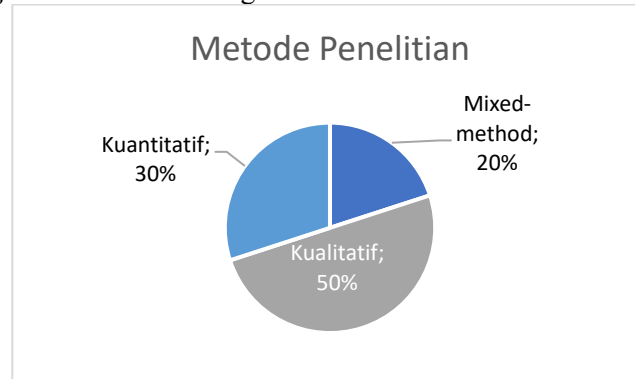


Gambar 4 Tingkat Relevansi Artikel
Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Metodologi dan Jenis Penelitian yang Digunakan

Dari 20 artikel yang dianalisis, 50% menggunakan metode kualitatif, 30% kuantitatif, dan 20% *mixed-method*. Hal ini menunjukkan kecenderungan

penggunaan pendekatan kualitatif dalam mengeksplorasi topik digitalisasi UMKM keluarga, meskipun metode lain tetap berkontribusi dalam memperkaya perspektif.

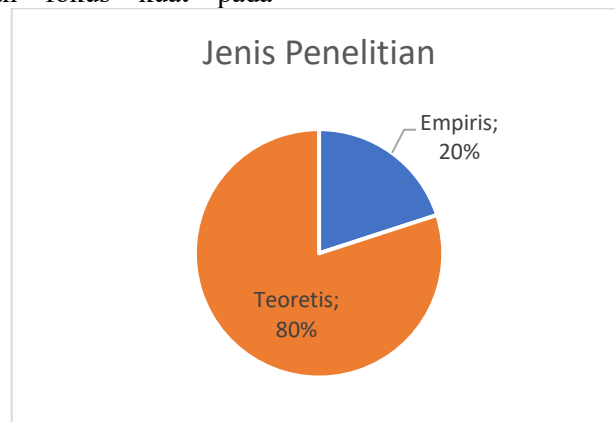


Gambar 5 Metode Penelitian yang Digunakan

Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Sebanyak 80% artikel yang dianalisis merupakan penelitian empiris berbasis data lapangan, sementara 20% bersifat teoretis. Dominasi studi empiris menunjukkan fokus kuat pada

pengamatan langsung terhadap fenomena digitalisasi, meskipun studi teoretis tetap penting dalam membangun kerangka konseptual.



Gambar 6 Jenis Penelitian

Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disusun berdasarkan *full-text review* terhadap artikel terpilih, dengan mengidentifikasi variabel utama (independen,

mediator, moderator, dan dependen) serta hubungan antar variabel. Analisis ini memberikan landasan teoritis dan arah yang jelas bagi pengembangan kerangka penelitian.

Tabel 2 Hubungan Antar Variabel dalam Artikel

Variabel Independen	Mediator	Moderator	Variabel Dependen	Hubungan	Citation
<i>Business Model Innovation</i>	<i>(Unidentified)</i>	<i>Business Competition</i>	<i>Business Performance</i>	Inovasi dalam model bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis; lingkungan bisnis yang kompetitif memperkuat penerapan BMI dalam meningkatkan <i>business performance</i> .	(Bouwman et al. 2018)
<i>Business Model Innovation; Blockchain Technology</i>	<i>Information Accessibility; Data Sharing</i>	<i>Business Competition</i>	<i>Business Performance</i>	Inovasi dalam model bisnis dan penggunaan teknologi baru dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan dukungan dari data sharing yang memperkuat kolaborasi antar pemangku kepentingan; lingkungan bisnis yang kompetitif memperkuat penerapan BMI dalam meningkatkan <i>business performance</i> .	(Bolici et al. 2020)
<i>Internal Market Orientation (IMO); ICT</i>	<i>Internal communication</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Penerapan IMO yang didukung oleh ICT dapat meningkatkan kinerja organisasi dibantu dengan komunikasi internal perusahaan; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan IMO, ICT terhadap <i>business performance</i> .	(Kazakov, Ruiz-Alba, and Muñoz 2020)
<i>Digital transformation; Digital tools usage</i>	<i>Communication</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Transformasi digital yang didukung oleh penggunaan alat digital dapat meningkatkan kinerja dibantu dengan komunikasi internal perusahaan; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan digital transformation, penggunaan alat digital terhadap <i>business performance</i> .	(Corvello et al. 2022)
<i>Open innovation (OI); ICT</i>	<i>Collaboration</i>	<i>Entrepreneurial skills</i>	<i>Business Performance</i>	Pendekatan kewirausahaan yang efektif dalam OI, didukung oleh ICT, dapat meningkatkan kinerja kewirausahaan dibantu dengan kolaborasi, keterampilan kepemimpinan pengusaha memperkuat efektivitas penerapan OI, ICT terhadap <i>business performance</i> .	(Flamini et al. 2022)
<i>Digital transformation; digital usage</i>	<i>Collaboration</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Transformasi digital yang didukung oleh penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui kolaborasi yang lebih baik di antara pemangku kepentingan; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan teknologi terhadap <i>business performance</i> .	(Russo-Spena et al. 2022)
<i>Social media usage</i>	<i>Social media affordance</i>	<i>Customer demographic</i>	<i>Marketing Performance</i>	Penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan kinerja pemasaran dibantu dengan affordance yang dihasilkan; karakteristik demografis pelanggan mempengaruhi penerapan	(Sedalo, Boateng, and Kosiba 2022)

				social media usage terhadap marketing performance.	
<i>Technology adoption</i>	<i>IT Infrastructure</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi teknologi yang didukung oleh infrastruktur IT yang baik dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui peningkatan efektivitas operasional dan kepuasan pelanggan; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan teknologi terhadap business performance.	(Zamani 2022)
<i>Social media usage</i>	<i>Coustomer interaction</i>	<i>Customer demographic</i>	<i>Business Performance</i>	Penggunaan media sosial dapat meningkatkan kinerja bisnis dibantu dengan interaksi konsumen; demografis pelanggan mempengaruhi penerapan strategi melalui media sosial terhadap business performance.	(Obermayer et al. 2022)
<i>Innovation adoption</i>	<i>Social capital</i>	<i>Company size</i>	<i>Innovation performance</i>	Adopsi inovasi dengan didukung oleh adanya <i>social capital</i> dapat meningkatkan kinerja inovasi perusahaan keluarga; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan inovasi terhadap innovation performance.	(Yin et al. 2023)
<i>Entrepreneurial behavior</i>	<i>Social capital</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Perilaku kewirausahaan dibantu dengan <i>social capital</i> dapat meningkatkan kinerja bisnis; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan perilaku kewirausahaan terhadap business performance.	(Kusa et al. 2022)
<i>Digital capability</i>	<i>Social capital</i>	<i>Digital busines intensity</i>	<i>Business Performance</i>	Kemampuan digital, dibantu dengan <i>social capital</i> dapat meningkatkan kinerja organisasi; intensitas bisnis digital memperkuat efektivitas penerapan kemampuan digital terhadap businedd performance.	(Marino-Romero, Palos-Sanchez, and Velicia-Martin 2023)
<i>Green skills</i>	<i>Social capital</i>	<i>Corporate image</i>	<i>Business Performance</i>	Green skills, dibantu dengan dukungan <i>social capital</i> dapat meningkatkan kinerja organisasi; perusahaan dengan citra yang baik cenderung memperkuat efektivitas penerapan green skills terhadap business performance.	(Innerhofer, Nasta, and Zehrer 2024)
<i>Digital transformation</i>	<i>Organisational learning</i>	<i>Network</i>	<i>Business Performance</i>	Transformasi digital dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui pembelajaran organisasi; dukungan jaringan memperkuat efektivitas penerapan transformasi digital terhadap business performance.	(Schönherr et al. 2023)
<i>Digital adoption</i>	<i>Social capital</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi inovasi digital yang didukung oleh <i>social capital</i> dapat meningkatkan kinerja perusahaan; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan	(Avelar et al. 2024)

				inovasi digital terhadap business performance.	
<i>Innovation adoption</i>	<i>Social capital</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi inovasi yang didukung oleh social capital dapat meningkatkan kinerja perusahaan keluarga; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan inovasi digital terhadap business performance.	(Siaba and Rivera 2024)
<i>Sustainable business model</i>	<i>Social capital</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi model bisnis berkelanjutan yang didukung oleh modal sosial dapat meningkatkan kinerja bisnis; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan model bisnis berkelanjutan terhadap business performance.	(Leipziger, Kanbach, and Kraus 2024)
<i>Hybrid Strategy</i>	<i>Product and Process Innovation</i>	<i>Adaptive capacity</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi strategi hybrid dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui inovasi produk dan proses yang dihasilkan; perusahaan dengan kapasitas adaptif yang tinggi memperkuat efektivitas strategi hybrid dalam meningkatkan business performance.	(Gutiérrez-Broncano et al. 2024)
<i>Marketing innovation</i>	<i>Technology resources</i>	<i>Company size</i>	<i>Sustainable family business</i>	Inovasi pemasaran yang didukung oleh sumber daya teknologi dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis keluarga; ukuran perusahaan berfungsi sebagai moderator yang mempengaruhi efektivitas penerapan inovasi pemasaran dalam meningkatkan bisnis keluarga berkelanjutan.	(Affran, Oppong, and Kolug 2024)
<i>Digital adoption</i>	<i>Collaboration</i>	<i>Company size</i>	<i>Business Performance</i>	Adopsi inovasi digital melalui Innovation Labs dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan memfasilitasi kolaborasi; ukuran perusahaan mempengaruhi efektivitas penerapan innovation labs terhadap business performance.	(Santarsiero, Carlucci, and Schiuma 2024)

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber, 2025

Rekomendasi yang Relevan

Hasil *review* literatur mengungkap sejumlah tantangan seperti persaingan bisnis, keterbatasan teknologi, dan perubahan kebutuhan pelanggan, serta peluang berupa pemanfaatan modal sosial,

kolaborasi, dan inovasi digital. Digitalisasi turut mendorong kinerja, inovasi, dan keberlanjutan bisnis keluarga. Temuan ini dirangkum dalam tabel berisi tantangan, peluang, dan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh UMKM keluarga di era digital.

Tabel 3 Hasil Penelitian

Tantangan Digitalisasi	Peluang Digitalisasi	Rekomendasi Praktis
Keterbatasan sumber daya	Peningkatan akses pasar	Pelatihan keterampilan digital

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan	Inovasi produk dan layanan	Investasi dalam sumber daya teknologi
Resistensi terhadap perubahan	Efisiensi operasional	Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran
Kebutuhan beradaptasi dengan teknologi	Meningkatkan kolaborasi dan komunikasi	Pemanfaatan <i>innovation labs</i>
Mengelola interaksi pelanggan melalui <i>platform</i> digital	Meningkatkan kapasitas inovasi perusahaan	Penerapan <i>hybrid strategy</i>
Kurangnya dukungan manajemen	Meningkatkan visibilitas merek	Pendekatan berbasis data
Kompleksitas teknologi	Meningkatkan interaksi pelanggan	Pemanfaatan analitik data
Proses transformasi digital yang lambat	Menciptakan nilai bagi pelanggan	Membina kemitraan dalam ekosistem terkait
Sulit mengembangkan budaya digital	Meningkatkan daya saing	Mendorong budaya invoasi
Sulit mengintegrasikan proses digital baru ke kerangka kerja tradisional	Pengembangan model bisnis baru	Pemanfaatan alat digital
Keterlibatan anggota keluarga yang berlebihan dalam manajemen	Meningkatkan keberlanjutan bisnis keluarga	Menyeimbangkan keterlibatan keluarga dalam manajemen
Minim <i>knowledge transfer</i>		Diversifikasi tim manajemen dengan non-anggota keluarga
		Rekrut tim professional

Sumber: Hasil olahan penulis, 2025

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi tantangan utama dalam digitalisasi bisnis keluarga skala UMKM di sektor hospitality, seperti keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi teknologi, dan resistensi terhadap perubahan. Di sisi lain, digitalisasi menawarkan peluang strategis berupa efisiensi operasional, inovasi layanan, serta peningkatan visibilitas dan relasi pelanggan.

Temuan ini menegaskan pentingnya adopsi teknologi sebagai kebutuhan strategis untuk mempertahankan daya saing. Strategi yang disarankan meliputi pelatihan digital, pemanfaatan media sosial, dan pengembangan model bisnis berbasis data.

Keterbatasan studi ini terletak pada ketergantungan pada literatur sekunder dan cakupan geografis yang terbatas. Penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan data empiris guna menggali strategi adaptif secara lebih kontekstual dan aplikatif.

5. REFERENSI

Affran, Samuel, Emma Doreen Otiwaa Oppong, and Joseph Yenabil Kolug. 2024. "Examining the Moderating Role of Technological Resources on Marketing Innovation and Family Business Sustainability." *IIMBG Journal of Sustainable Business and Innovation*. doi:10.1108/ijbsbi-01-2024-0003.

Amirulloh Anwar, Fahmi, Dian Deliana, and Suyamto Suyamto. 2024. "Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience." *International Journal of Management Science and Information Technology* 4(2):428–37. doi:10.35870/ijmsit.v4i2.3201.

Aolia, Jum’atul, Novi Yanti Sandra Dewi, Ahadiah Agustina, Zaenafi Ariani, Nur Fitri Hidayanti, and Nur’aini. 2024. "Transformasi Digital Dalam Industri Pariwisata: Tantangan Dan Peluang." Pp. 597–611 in *Seminar Nasional*

- Paedogria*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Avelar, Sónia, Teresa Borges-Tiago, António Almeida, and Flávio Tiago. 2024. "Confluence of Sustainable Entrepreneurship, Innovation, and Digitalization in SMEs." *Journal of Business Research* 170. doi:10.1016/j.jbusres.2023.114346.
- Balsiger, Philip, Thomas Jammet, Nicola Cianferoni, and Muriel Surdez. 2023. "Coping with Digital Market Re-Organization: How the Hotel Industry Strategically Responds to Digital Platform Power." *Competition and Change* 27(1):163–83. doi:10.1177/10245294211055612.
- Bolici, Francesco, Chiara Acciarini, Lucia Marchegiani, and Luca Pirolo. 2020. "Innovation Diffusion in Tourism: How Information about Blockchain Is Exchanged and Characterized on Twitter." *TQM Journal* 36(9):255–79. doi:10.1108/TQM-01-2020-0016.
- Bouwman, Harry, Shahrokh Nikou, Francisco J. Molina-Castillo, and Mark de Reuver. 2018. "The Impact of Digitalization on Business Models." *Digital Policy, Regulation and Governance* 20(2):105–24. doi:10.1108/DPRG-07-2017-0039.
- Corvello, Vincenzo, Monica De Carolis, Saverino Verteramo, and Annika Steiber. 2022. "The Digital Transformation of Entrepreneurial Work." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 28(5):1167–83. doi:10.1108/IJEBr-01-2021-0067.
- Duarte Alonso, Abel, Seng Kok, and Michelle O'Shea. 2018. "Family Businesses and Adaptation: A Dynamic Capabilities Approach." *Journal of Family and Economic Issues* 39(4):683–98. doi:10.1007/s10834-018-9586-3.
- Ezzaouia, Imane, and Jacques Bulchand-Gidumal. 2020. "Factors Influencing the Adoption of Information Technology in the Hotel Industry. An Analysis in a Developing Country." *Tourism Management Perspectives* 34:100675. doi:10.1016/J.TMP.2020.100675.
- Fitrya Maimuna, Fransiska, Nur Alda Fanny Roroa, and Alamsyah Agit. 2024. *Transformasi Digital Dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat Dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital*.
- Flamini, Giulia, Massimiliano Matteo Pellegrini, Mohammad Fakhar Manesh, and Andrea Caputo. 2022. "Entrepreneurial Approach for Open Innovation: Opening New Opportunities, Mapping Knowledge and Highlighting Gaps." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 28(5):1347–68. doi:10.1108/IJEBr-01-2021-0079.
- Gutiérrez-Broncano, Santiago, Jorge Linuesa-Langreo, Mercedes Rubio-Andrés, and Miguel Ángel Sastre-Castillo. 2024. "Can Hybrid Strategy Improve SME Performance? The Role of Innovation and Adaptive Capacity." *European Journal of Innovation Management* 27(9):173–97. doi:10.1108/EJIM-07-2023-0566.
- I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani, Made Uttari Pitanatri, Ni Luh Dita Priliani, Ni Putu Selina Venysia, Ni Luh Putu Dewi Trisna Yanti, and Wayan Audina Mahesa Putri. 2024. "Manajemen Homestay: Membangun Inovasi Digital Melalui Sistem Informasi." *TEKIBA : Jurnal Teknologi Dan Pengabdian Masyarakat* 4(2):112–19. doi:10.36526/tekiba.v4i2.4478.
- Innerhofer, Johanna, Luigi Nasta, and Anita Zehrer. 2024. "Antecedents of Labor Shortage in the Rural Hospitality Industry: A Comparative Study of Employees and Employers." *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 7(1):28–55. doi:10.1108/JHTI-04-2022-0125.
- Kazakov, Sergey, José L. Ruiz-Alba, and María M. Muñoz. 2020. "The Impact of Information and Communication Technology and Internal Market Orientation Blending on Organisational Performance in Small and Medium Enterprises." *European Journal of Management and Business Economics* 30(2):129–51. doi:10.1108/EJMBE-04-2020-0068.

- Kusa, Rafał, Marcin Suder, Belem Barbosa, Beata Glinka, and Joanna Duda. 2022. "Entrepreneurial Behaviors That Shape Performance in Small Family and Non-Family Hotels during Times of Crisis." *International Entrepreneurship and Management Journal* 18(4):1545–75. doi:10.1007/s11365-022-00812-7.
- Leipziger, Martin, Dominik K. Kanbach, and Sascha Kraus. 2024. "Business Model Transition and Entrepreneurial Small Businesses: A Systematic Literature Review." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 31(3):473–91.
- Marino-Romero, Jorge Alberto, Pedro R. Palos-Sanchez, and Félix Velicia-Martin. 2023. "Improving KIBS Performance Using Digital Transformation: Study Based on the Theory of Resources and Capabilities." *Journal of Service Theory and Practice* 33(2):169–97. doi:10.1108/JSTP-04-2022-0095.
- Obermayer, Nora, Edit Kövéri, Jaana Leinonen, Gerda Bak, and Marco Valeri. 2022. "How Social Media Practices Shape Family Business Performance: The Wine Industry Case Study." *European Management Journal* 40(3):360–71. doi:10.1016/j.emj.2021.08.003.
- Putu, Ni, Dhila Puspita, Dewa Ayu, Putu Tyas, Yuli Adelia, Ida Bagus Krisna, Indira Putra, Putu Ledyari Noviyanti, and Universitas Mahasaraswati Denpasar. n.d. *Systematic Literatur Review: Pengaruh Pengembangan Aplikasi Digital Sebagai Media Memperkenalkan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi*.
- Russo-Spena, Tiziana, Marco Tregua, Anna D'Auria, and Francesco Bifulco. 2022. "A Digital Business Model: An Illustrated Framework from the Cultural Heritage Business." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 28(8):2000–2023. doi:10.1108/IJEBR-01-2021-0088.
- Santarsiero, Francesco, Daniela Carlucci, and Giovanni Schiuma. 2024. "Driving Digital Transformation and Business Model Innovation in Tourism through Innovation Labs: An Empirical Study." *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M* 74. doi:10.1016/j.jengtecman.2024.101841.
- Schönherr, Sarah, Robert Eller, Andreas Kallmuenzer, and Mike Peters. 2023. "Organisational Learning and Sustainable Tourism: The Enabling Role of Digital Transformation." *Journal of Knowledge Management* 27(11):82–100. doi:10.1108/JKM-06-2022-0434.
- Sedalo, Genevieve, Henry Boateng, and John Paul Kosiba. 2022. "Exploring Social Media Affordance in Relationship Marketing Practices in SMEs." *Digital Business* 2(1). doi:10.1016/j.digbus.2021.100017.
- Siaba, Sabela, and Berta Rivera. 2024. "The Evolution of the Field of Family Business Research over a Decade (2012–2022)." *Small Business Economics*. doi:10.1007/s11187-023-00866-z.
- Yin, Yuping, Frank Crowley, Justin Doran, Jun Du, and Mari O'Connor. 2023. "Research and Innovation and the Role of Competition in Family Owned and Managed Firms." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 29(1):166–94. doi:10.1108/IJEBR-12-2021-1031.
- Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, and Fahrur Rozi. 2024. "Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2(4):53–62. doi:10.59024/jumek.v2i4.464.
- Zamani, Seyedeh Zahra. 2022. "Small and Medium Enterprises (SMEs) Facing an Evolving Technological Era: A Systematic Literature Review on the Adoption of Technologies in SMEs." *European Journal of Innovation Management* 25(6):735–57. doi:10.1108/EJIM-07-2021-0360.