

**DAMPAK DISRUPSI DIGITAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN EKONOMI
USAHA PERCETAKAN: STUDI KASUS PADA ROMAN GRAFIKA DALAM
PERSPEKTIF *ISLAMIC ENTERPRENEURSHIP***

Habil Ridia Rabbani¹, Yan Putra Timur²

Universitas Negeri Surabaya

[1habil.22057@mhs.unesa.ac.id](mailto:habil.22057@mhs.unesa.ac.id), [2yantimur@unesa.ac.id](mailto:yantimur@unesa.ac.id),

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of digital disruption on the economic sustainability of printing businesses and examine adaptation strategies from the perspective of Islamic entrepreneurship. The research object is Roman Grafika, a local printing business that has been operating since 2000 and continues to survive amid rapid digital transformation. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman interactive model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that digital disruption has led to a decline in demand for conventional printing products and a shift in consumer behavior toward more practical and efficient digital services. In response, Roman Grafika implements adaptive strategies such as a hybrid system combining conventional and digital approaches, utilization of social media for marketing, service quality improvement, and strengthening customer relationships. Furthermore, the application of Islamic entrepreneurship values such as trustworthiness (amanah), honesty, fairness, and effort (ikhtiar) plays a crucial role in maintaining business sustainability. This study concludes that successful business adaptation is not only determined by technological capability but also by the integration of Islamic values in sustainable business practices.

Keywords: digital disruption, business sustainability, printing industry, adaptation strategy, Islamic entrepreneurship.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak disrupsi digital terhadap keberlangsungan ekonomi usaha percetakan serta mengkaji strategi adaptasi yang dilakukan dalam perspektif Islamic entrepreneurship. Objek penelitian adalah Roman Grafika, sebuah usaha percetakan lokal yang telah beroperasi sejak tahun 2000 dan masih bertahan di tengah perkembangan teknologi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa disrupsi digital berdampak pada penurunan permintaan produk cetak konvensional serta perubahan perilaku konsumen menuju

layanan digital yang lebih praktis dan efisien. Dalam menghadapi kondisi tersebut, Roman Grafika menerapkan strategi adaptasi berupa kombinasi sistem konvensional dan digital (hybrid), pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan hubungan dengan pelanggan. Selain itu, penerapan nilai-nilai Islamic entrepreneurship seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan ikhtiar menjadi landasan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan adaptasi usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknologi, tetapi juga oleh integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: disrupsi digital, keberlangsungan usaha, percetakan, strategi adaptasi, Islamic entrepreneurship.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan besar dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk industri kreatif dan jasa (Ridlwan et al., 2025; Sari et al., 2025). Digitalisasi menciptakan peluang baru sekaligus tantangan bagi pelaku usaha konvensional yang belum beradaptasi (Timur et al., 2025a; Timur et al., 2025b). Konsep *network society* menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi kini sangat bergantung pada jaringan digital (Castells, 2010). Transformasi ini menuntut perubahan dalam pola produksi, distribusi, dan konsumsi berbasis teknologi (Nurillah et al., 2022). Pelaku usaha perlu menyesuaikan diri agar tetap kompetitif di tengah perubahan pasar yang dinamis (Schwab, 2016). Tanpa adaptasi, usaha tradisional berisiko

kehilangan relevansi di era digital (Timur et al., 2025c).

Industri percetakan tradisional menjadi salah satu sektor yang terdampak signifikan oleh disrupsi digital. Pergeseran dari media cetak ke platform digital telah mengubah perilaku konsumsi informasi masyarakat. Penurunan permintaan terhadap produk cetak seperti buku dan koran semakin terlihat (Anwar, 2023). Kondisi ini memengaruhi keberlangsungan model bisnis percetakan konvensional. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada produksi tetapi juga distribusi dan pemasaran. Oleh karena itu, pelaku usaha percetakan harus segera beradaptasi agar tetap bertahan di tengah persaingan digital.

Disrupsi digital merupakan perubahan mendasar yang menggeser sistem lama dengan

teknologi baru yang lebih efisien (Timur et al., 2025d). Fenomena ini memengaruhi struktur pasar dan perilaku konsumen secara signifikan (Bower, 1995). Inovasi disruptif sering kali menawarkan solusi yang lebih sederhana dan adaptif dibandingkan sistem konvensional (Christensen, 1997). Selain memberikan peluang efisiensi, disrupti juga menimbulkan tekanan besar bagi usaha tradisional. Pelaku usaha dituntut untuk mengubah strategi bisnis agar tetap relevan. Jika tidak, mereka berpotensi tersingkir dari persaingan pasar modern.

Dalam praktiknya, banyak usaha percetakan mengalami kesulitan beradaptasi dengan perubahan ini. Kurangnya inovasi dan diversifikasi layanan dapat menyebabkan penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan (Johnson, 2020). Usaha kecil dan menengah menjadi kelompok yang paling rentan karena keterbatasan modal dan teknologi. Pendekatan ekonomi konvensional sering hanya berfokus pada efisiensi tanpa memperhatikan aspek etika. Padahal, dimensi moral juga penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Hal ini menjadi tantangan tersendiri

dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki nilai sosial kuat.

Konsep *creative destruction* menjelaskan bahwa inovasi dapat menghancurkan sistem lama sekaligus menciptakan peluang baru (Schumpeter, 1934). Disrupsi digital dapat menghilangkan pekerjaan lama tetapi juga membuka lapangan kerja baru (Razik, 2025). Teknologi menjadi faktor utama dalam perubahan ini dan berperan besar dalam kehidupan modern (Castells, 2010). Namun, teknologi juga membawa dampak negatif seperti ketergantungan digital (Turkle, 2011). Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan dalam pemanfaatan teknologi. Pelaku usaha harus mampu mengambil manfaat tanpa mengabaikan dampak sosialnya.

Ekonomi digital di Indonesia berkembang pesat dengan dukungan teknologi internet. Transformasi digital mendorong berbagai aktivitas ekonomi berbasis online (Kominfo, 2021). Model bisnis seperti *e-commerce* dan layanan digital semakin mendominasi pasar (McKinsey, 2018). Pertumbuhan ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha yang mampu beradaptasi (Google, 2022). Namun,

industri percetakan tradisional tetap menghadapi tekanan akibat pergeseran ke digital (Choliq, 2023). Oleh karena itu, strategi inovatif sangat diperlukan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha (Timur et al., 2024).

Dalam perspektif *Islamic entrepreneurship*, usaha tidak hanya bertujuan mencari keuntungan tetapi juga bernilai ibadah (Anwar et al., 2024; Timur et al., 2025e). Nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan menjadi dasar dalam menjalankan bisnis (Nasution, 2020). Prinsip ini relevan dalam menghadapi disrupsi digital yang menuntut adaptasi cepat. Al-Qur'an menegaskan pentingnya perubahan internal sebagai syarat kemajuan (Ibnu Katsir, 2000). Pelaku usaha harus melakukan inovasi tanpa meninggalkan nilai moral (Jaenudin et al., 2025). Dengan demikian, keberlangsungan usaha dapat tercapai secara ekonomi sekaligus etis.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam dampak disrupsi digital

terhadap keberlangsungan usaha percetakan Roman Grafika serta penerapan nilai-nilai Islamic Entrepreneurship. Penelitian dilakukan di Surabaya selama Oktober 2025–Februari 2026 dengan sumber data primer (wawancara, observasi) dan sekunder (literatur dan dokumen), serta teknik purposive dan snowball sampling yang melibatkan pemilik, karyawan, pelanggan, mitra, dan akademisi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode serta member check, sedangkan reliabilitas dijaga melalui konsistensi prosedur penelitian (dependabilitas), sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi adaptasi usaha dan peran nilai-nilai Islam dalam menghadapi disrupsi digital.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bentuk dan Dampak Disrupsi Digital terhadap Usaha Roman Grafika

Berdasarkan hasil wawancara, Roman Grafika yang berdiri sejak tahun 2000 awalnya beroperasi dengan model percetakan konvensional dan memiliki permintaan tinggi terhadap produk seperti brosur dan undangan, sehingga usahanya relatif stabil. Namun, seiring perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan internet, terjadi perubahan perilaku konsumen yang beralih ke media digital yang lebih praktis dan efisien, sehingga menyebabkan penurunan permintaan terhadap produk cetak fisik, terutama untuk kebutuhan massal.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha:

“Sekarang banyak orang beralih ke media digital seperti e-book dan promosi online, jadi permintaan cetak tidak sebanyak dulu.” (FW)

Disrupsi digital tidak hanya menurunkan permintaan, tetapi juga memunculkan pesaing berbasis digital dengan layanan cepat dan online, sehingga meningkatkan persaingan

dan menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi agar tetap relevan.

Temuan ini sejalan dengan pandangan akademisi yang menyatakan bahwa disrupsi digital tidak hanya berdampak pada perubahan teknologi, tetapi juga mengubah struktur industri dan pola persaingan, sebagaimana berikut:

“Disrupsi digital menyebabkan perubahan dalam struktur industri, di mana pelaku usaha harus menyesuaikan diri dengan teknologi agar tetap kompetitif.” (Informan 3 – Akademisi)

Disrupsi digital menuntut penyesuaian teknologi, peningkatan kompetensi SDM, serta perubahan layanan yang lebih cepat dan fleksibel sesuai kebutuhan pasar, namun Roman Grafika masih mampu bertahan dengan jumlah pelanggan relatif stabil (30–50 per bulan), sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun berdampak signifikan pada permintaan, persaingan, dan operasional, disrupsi juga mendorong adaptasi usaha demi menjaga keberlangsungan bisnis.

Strategi Adaptasi Roman Grafika dalam Menghadapi Disrupsi Digital

Roman Grafika merespons disrupsi digital dengan strategi adaptasi menyeluruh pada aspek produksi, pemasaran, dan pelayanan, terutama melalui kombinasi metode konvensional dan digital printing agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, baik skala besar maupun kecil, sekaligus meningkatkan kecepatan layanan tanpa mengorbankan kualitas, sehingga tetap kompetitif di tengah perubahan pasar.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha:

“Kami tidak meninggalkan cara lama, tapi sekarang juga menggunakan digital printing supaya bisa melayani pesanan lebih cepat.” (FW)

Dari sisi pemasaran, Roman Grafika memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan, didukung oleh tenaga kerja muda yang menguasai digital marketing, sementara dari sisi pelayanan tetap mempertahankan pendekatan personal dengan respons cepat dan fleksibilitas pemesanan

sebagai keunggulan dalam menghadapi persaingan.

Hal ini juga dirasakan langsung oleh pelanggan:

“Pelayanannya cepat dan komunikasinya enak, jadi kalau ada revisi atau kebutuhan mendadak tetap bisa dilayani dengan baik.” (HS)

Pendekatan pelayanan personal yang dipertahankan Roman Grafika menunjukkan bahwa usaha ini tidak hanya mengandalkan teknologi, tetapi juga menjaga kualitas interaksi dengan pelanggan sebagai keunggulan kompetitif, sehingga melalui kombinasi inovasi digital dan pelayanan humanis, usaha mampu mempertahankan keberlangsungan di tengah disrupsi digital.

Persepsi Pelanggan terhadap Perubahan Layanan Roman Grafika

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa digitalisasi membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Roman Grafika. Perubahan ini terutama dirasakan pada aspek kemudahan dalam proses pemesanan, di mana pelanggan tidak lagi harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan transaksi. Sistem pemesanan yang

saat ini dapat dilakukan secara online, seperti melalui WhatsApp, dinilai memberikan kemudahan serta efisiensi waktu bagi pelanggan.

Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh pelanggan:

“Sekarang pesan lebih mudah, cukup lewat WhatsApp tanpa harus datang langsung ke tempat.” (US)

Kemudahan tersebut juga terlihat dalam proses pengiriman desain, di mana pelanggan dapat mengirimkan file secara digital tanpa harus menggunakan media fisik. Selain itu, komunikasi antara pelanggan dan pihak percetakan menjadi lebih cepat dan responsif, sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan konsultasi maupun revisi desain. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital telah meningkatkan fleksibilitas dalam proses pelayanan.

Temuan ini sejalan dengan penjelasan akademisi yang menyatakan bahwa digitalisasi memang mendorong efisiensi dalam proses layanan, sebagaimana berikut:

“Pemanfaatan teknologi digital membuat proses bisnis menjadi lebih cepat dan fleksibel, terutama dalam pelayanan kepada konsumen.” (AR)

Pelanggan menilai bahwa kualitas cetak Roman Grafika tetap terjaga bahkan lebih efisien dengan digitalisasi, disertai profesionalisme yang baik seperti kejujuran harga, tanggung jawab, dan ketepatan waktu yang membangun kepercayaan; meskipun demikian, pelanggan berharap adanya pengembangan layanan digital yang lebih terstruktur seperti katalog atau sistem pemesanan online, sehingga secara keseluruhan persepsi terhadap perubahan layanan bersifat positif karena meningkatkan kemudahan, efisiensi, dan kualitas pelayanan.

Perspektif Akademisi terhadap Disrupsi Digital dan Industri Percetakan

Berdasarkan hasil wawancara dengan akademisi di bidang ekonomi Islam, disrupsi digital dipandang sebagai fenomena yang membawa perubahan mendasar dalam industri percetakan, khususnya terkait peralihan dari sistem konvensional menuju sistem digital. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknologi, tetapi juga memengaruhi pola produksi, distribusi, serta interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks ini,

digitalisasi dipahami sebagai suatu keniscayaan yang tidak dapat dihindari oleh pelaku usaha.

Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh akademisi:

“Disrupsi digital mengubah cara bisnis dijalankan, dari yang sebelumnya konvensional menjadi berbasis teknologi, sehingga pelaku usaha harus mampu beradaptasi.” (AR)

Dari perspektif syariah, digitalisasi memberikan manfaat berupa peningkatan efisiensi, fleksibilitas, dan keberlanjutan lingkungan, sekaligus membuka peluang perluasan pasar bagi UMKM percetakan, namun juga menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan berinovasi; hal ini menunjukkan bahwa disrupsi digital tidak hanya menjadi tantangan, tetapi juga peluang strategis untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha.

“Kalau tidak mengikuti perkembangan teknologi, usaha bisa tertinggal, jadi memang harus menyesuaikan dengan kondisi sekarang.” (FW)

Dari perspektif Islamic entrepreneurship, nilai-nilai seperti kejujuran *siddiq*, amanah, kecerdasan

fathonah, dan kemampuan menyampaikan *tabligh* menjadi landasan penting dalam menjalankan usaha. Nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pedoman etika, tetapi juga sebagai dasar dalam membangun kepercayaan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Akademisi juga menekankan bahwa strategi adaptasi yang efektif mencakup peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam penguasaan teknologi digital, serta penguatan strategi pemasaran melalui media digital. Dengan demikian, kombinasi antara inovasi, peningkatan kompetensi, dan penerapan nilai-nilai Islam diyakini mampu menjaga keberlangsungan usaha di tengah disrupsi digital.

Penerapan Nilai *Islamic Entrepreneurship* dalam Praktik Usaha

Dalam praktiknya, Roman Grafika berupaya menerapkan nilai-nilai Islamic entrepreneurship sebagai dasar dalam menjalankan usaha. Nilai-nilai tersebut tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga diimplementasikan dalam aktivitas operasional sehari-hari. Hal

ini terlihat dari bagaimana usaha dijalankan dengan menekankan aspek kejujuran, tanggung jawab, serta komitmen terhadap pelanggan.

Nilai amanah tercermin dalam komitmen untuk menyelesaikan pesanan sesuai dengan kesepakatan, baik dari segi waktu maupun kualitas hasil. Sementara itu, kejujuran diwujudkan melalui transparansi dalam penentuan harga serta keterbukaan terkait kemampuan produksi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan pelanggan sebagai aset penting dalam keberlangsungan usaha.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pemilik usaha:

“Kami berusaha jujur dalam menentukan harga dan selalu menyelesaikan pesanan sesuai dengan yang dijanjikan.” (FW)

Nilai kerja keras dan tanggung jawab di Roman Grafika tercermin dalam upaya adaptasi teknologi serta konsistensi menjaga kualitas layanan, di mana usaha dipandang tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi tetapi juga ibadah dan kontribusi sosial. Hal ini diakui pelanggan melalui pelayanan yang jujur dan terpercaya, meskipun

terdapat tantangan dalam menyeimbangkan efisiensi digital dengan nilai syariah akibat keterbatasan sumber daya dan tekanan layanan cepat. Namun, melalui komitmen pada transparansi, keadilan, dan kesejahteraan karyawan, nilai *Islamic entrepreneurship* tetap diterapkan secara nyata dan menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan pelanggan serta keberlangsungan usaha di tengah disrupsi digital

Uji Keabsahan Data melalui Teknik Triangulasi

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode untuk meningkatkan validitas data dengan membandingkan informasi dari pemilik usaha, pelanggan, dan akademisi, serta melalui wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan konsistensi bahwa disrupsi digital menurunkan permintaan dan mendorong perubahan layanan ke arah digital, sementara Roman Grafika merespons dengan strategi hybrid yang menggabungkan sistem konvensional dan digital. Selain itu, nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan profesionalisme terbukti diterapkan dan dirasakan oleh

pelanggan, sejalan dengan konsep Islamic entrepreneurship. Secara keseluruhan, kesesuaian antar sumber dan metode menunjukkan bahwa data penelitian memiliki keabsahan tinggi dan mampu menggambarkan fenomena secara komprehensif.

Pergeseran Permintaan sebagai Pemicu Transformasi Industri Percetakan

Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran signifikan dari permintaan produk cetak konvensional ke media digital karena dinilai lebih praktis dan efisien, yang menegaskan pengaruh transformasi digital terhadap perilaku konsumen (Schwab, 2016). Temuan ini selaras dengan teori *disruptive innovation* yang menjelaskan bahwa inovasi baru menggantikan sistem lama (Christensen, 1997) serta konsep *creative destruction* yang menekankan perubahan struktural akibat teknologi baru (Schumpeter, 1934). Namun, penelitian ini menemukan bahwa industri percetakan tidak sepenuhnya hilang, melainkan bertransformasi melalui model bisnis hybrid seperti yang dilakukan Roman Grafika, sehingga disrupsi menjadi peluang inovasi,

bukan sekadar ancaman. Hal ini juga didukung oleh nilai Islamic entrepreneurship yang mendorong kesiapan, ikhtiar, dan adaptasi terhadap perubahan (QS. Al-Hasyr: 18), serta sejalan dengan temuan Choliq (2023) bahwa meskipun terjadi penurunan industri cetak, keberlangsungan usaha tetap dapat dipertahankan melalui strategi adaptif dan digitalisasi.

Pola Adaptasi Usaha: Strategi Hybrid sebagai Bentuk Resiliensi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa Roman Grafika menerapkan strategi adaptasi berbasis hybrid dengan mengombinasikan sistem percetakan konvensional dan teknologi digital, seperti digital printing dan pemasaran melalui media sosial, tanpa meninggalkan pelayanan personal kepada pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM bersifat gradual dan kontekstual, sekaligus mencerminkan resiliensi usaha dalam menghadapi perubahan pasar (Schwab, 2016). Secara teoritis, strategi ini selaras dengan konsep integrasi teknologi dalam Revolusi Industri 4.0 (Schwab, 2016) serta pendekatan keberlanjutan yang

menekankan keseimbangan aspek ekonomi dan sosial dalam bisnis (Elkington, 1998; Dyllick & Hockerts, 2002). Selain itu, hasil penelitian memperkuat temuan sebelumnya bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM, namun menegaskan bahwa keberhasilan adaptasi tidak bersifat substitutif melainkan integratif, yaitu menggabungkan keunggulan sistem lama dengan inovasi digital secara strategis (Sari & Nugroho, 2021). Dengan demikian, strategi hybrid menjadi bentuk adaptasi yang realistis dan efektif dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah disrupsi digital.

Pola Perubahan Perilaku Konsumen: *Digital Convenience* dan *Service Value*

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa digitalisasi mendorong perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan akses layanan berbasis online seperti pemesanan melalui WhatsApp, yang mencerminkan karakteristik ekonomi digital yang efisien dan praktis (Schwab, 2016). Namun, temuan juga menunjukkan bahwa pelanggan tetap

mempertimbangkan kualitas layanan, seperti hasil cetak, kecepatan pengerjaan, dan profesionalisme, sehingga digitalisasi tidak menggantikan sepenuhnya sistem konvensional, melainkan melengkapinya secara adaptif (Schumpeter, 1934). Fenomena ini sejalan dengan konsep *network society* yang menekankan peran teknologi dalam interaksi ekonomi, namun tetap mempertahankan kebutuhan akan hubungan sosial (Castells, 2010). Selain itu, aspek *human touch* seperti komunikasi yang responsif dan pelayanan personal tetap menjadi keunggulan kompetitif, sesuai dengan pendekatan keberlanjutan yang menekankan dimensi sosial dalam bisnis (Elkington, 1998). Dengan demikian, keberhasilan usaha ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan kemudahan digital dengan kualitas layanan secara seimbang.

Pola Implementasi Islamic Entrepreneurship: Integrasi Nilai dan Adaptasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa Roman Grafika tidak hanya beradaptasi secara teknologi, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai

Islamic entrepreneurship seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan kerja keras dalam praktik bisnis sehari-hari, yang tercermin dalam transparansi harga, kualitas layanan, dan komitmen terhadap pelanggan. Temuan ini menegaskan adanya adaptasi berbasis nilai, di mana inovasi digital tetap berada dalam koridor etika Islam dan tidak mengorbankan prinsip moral usaha. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan konsep *Islamic entrepreneurship* yang menekankan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan nilai spiritual (Nasution & Yusra, 2020; Qalbia & Saputra, 2023), serta menunjukkan bahwa nilai Islam tetap relevan dan fleksibel dalam menghadapi digitalisasi. Selain itu, nilai-nilai tersebut justru memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga mendukung keberlanjutan usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada aspek sosial dan etika (Elkington, 1998). Dengan demikian, integrasi nilai Islam dan adaptasi digital menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha secara jangka panjang (Lutfi et al., 2023; Timur et al., 2023; Timur et al., 2025f).

Dualisme Efisiensi Digital dan Nilai Etika dalam Praktik Usaha

Salah satu temuan utama penelitian ini adalah adanya ketegangan antara tuntutan efisiensi akibat digitalisasi dengan upaya mempertahankan nilai etika bisnis, di mana teknologi mendorong kecepatan dan daya saing, tetapi berpotensi menimbulkan risiko seperti penurunan kualitas layanan, kurangnya transparansi, dan tekanan pada tenaga kerja (Schwab, 2016; Dyllick & Hockerts, 2002). Dalam perspektif ekonomi Islam, kondisi ini menuntut keseimbangan (*tawazun*) antara aspek ekonomi dan moral, sehingga efisiensi tidak mengorbankan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, sebagaimana ditekankan dalam konsep *Islamic entrepreneurship* (Nasution & Yusra, 2020). Temuan ini juga selaras dengan teori keberlanjutan dan *triple bottom line* yang menekankan pentingnya keseimbangan antara profit, aspek sosial, dan tujuan etis dalam bisnis (Dyllick & Hockerts, 2002; Elkington, 1998). Dengan demikian, kemampuan mengelola ketegangan antara efisiensi digital dan etika menjadi kunci keberlangsungan

usaha, tidak hanya untuk mencapai keuntungan, tetapi juga menjaga integritas dan kemaslahatan jangka panjang.

E. Kesimpulan

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa disrupsi digital berdampak signifikan terhadap penurunan permintaan produk cetak konvensional, namun Roman Grafika mampu bertahan melalui strategi adaptasi hybrid dengan mengombinasikan layanan konvensional dan digital, sehingga keberlangsungan usaha tetap terjaga; keberhasilan ini juga didukung oleh penerapan nilai-nilai *Islamic entrepreneurship* seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab sebagai landasan bisnis. Oleh karena itu, disarankan agar Roman Grafika terus mengembangkan digitalisasi (seperti sistem pemesanan online dan penguatan branding), pelaku usaha percetakan meningkatkan kemampuan adaptasi teknologi dengan tetap menjaga nilai etika, pemerintah memberikan dukungan berupa pelatihan dan pembiayaan UMKM berbasis digital dan syariah, serta peneliti selanjutnya memperluas objek dan metode penelitian agar

menghasilkan kajian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. K., Ridwan, A. A., Timur, Y. P., Dewi, T. N. L. C., Juliana, J., & Shikur, A. A. (2024). Business Success of Asnāf Women's Entrepreneur: an Islamic Law Perspective. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial*, 19(2), 1–26. <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v19i1.8690>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://www.wiley.com/en-us/The+Rise+of+the+Network+Society%2C+2nd+Edition%2C+with+a+New+Preface-p-9781405196864>
- Choliq, A. (2023). Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media Cetak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 163–178. <https://doi.org/10.15642/jik.2023.13.2.163-178>
- Christensen, Clayton M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston:

- Harvard Business Review Press.
https://en.wikipedia.org/wiki/The_Innovator%27s_Dilemma
- Creswell, John W., & Poth, Cheryl N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2155979>
- Fadila, F., Safriani, S., Eliana, E., & Khaddafi, M. (2025, Juli 20). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(7).
https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/4377?utm_source=
- Jaenudin, M., Timur, Y. P., Basit, A., Ratnasari, R. T., & Setiawati, R. I. S. (2025). Does Digital Technology Boost Intention to Pay Zakat? Integration of UTAUT 2 and Initial Trust. *Shirkah: Journal of Economics and Business Vol.*, 10(1), 97–113.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/shirkah.v10i1.618>
- Klaus Schwab. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Kvale, Steinar., & Brinkmann, Svend. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
<https://books.google.com/book>
- [s/about/InterViews.html?id=bZGvwsP1BRwC](https://books.google.com/books/about/InterViews.html?id=bZGvwsP1BRwC)
- Lutfi, B. A., Prasetyo, A., Timur, Y. P., & Rifqi, M. (2023). Exploring Gender Differences in Determinants of Bank Aladin Sharia Adoption : a Multi-Group Analysis Approach. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 33(1), 40–52.
<https://doi.org/10.20473/jeba.v33i12023.40-52>
- Nurillah, S. L., Aini, Z. N., Timur, Y. P., & Widiastuti, T. (2022). Online Review and Rating on Consumer Purchase Intention: the Moderating Role of Religiosity. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 160–175.
<https://doi.org/10.20473/jeba.v32i22022.160-175>
- Patton, Michael Quinn. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
https://books.google.com/books/about/Qualitative_Evaluation_Methods.html?id=7wxHAAAAAAJ
- Ridlwan, A. A., Timur, Y. P., Ryandono, M. N. H., Takidah, E., Abdul Aziz, A. H., & Juniarti, R. P. (2025). The Impact of Digital Media Use on Muslim Entrepreneurs' Intention to Apply for Halal Certificate: Empirical Evidence from Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(1), 1–16.
<https://doi.org/10.15575/ijhar.v7i1.40271>

- Sari, D. P., Timur, Y. P., & Faza, F. T. (2025). Does Technology Drive the Intention of MSMEs in Urban & Rural Areas to Apply Halal Certification?: Integration of UTAUT & DeLone. *COMPENDIUM by PaperASIA*, 41(4b), 254–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i4b.622>
- Schwab, Klaus. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum. <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://perpustakaan.binadarm.a.ac.id/opac/detail-opac?id=24>
- Thoyib, M. N., & Risfandini, I. H. (2023). Research Trends on Digital Entrepreneurship with Islamic *Values*: Bibliometric Analysis (2012-2022). *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1). <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/4339>
- Timur, Y. P., Battour, M., Ratnasari, R. T., & Zulaikha, S. (2023). What Drives Consumers in Using Digital Apps To Visit Halal Tourism in East Java? Optimization Strategy From Utaut2 Perspective. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 9(1), 190–215. <https://doi.org/10.20473/jebis.v9i1.44569>
- Timur, Y. P., Masrizal, & Trianto, B. (2025a). Factors influencing adoption of e-payments by microenterprises' owners in Indonesia. *Journal of Modelling in Management*. <https://doi.org/10.1108/JM2-09-2024-0305>
- Timur, Y. P., Ratnasari, R. T., Osman, I., & Sari, D. P. (2025b). Can the credibility dimensions of Islamic religious leaders (ULAMA) encourage MSMEs to apply for halal certificate? Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1–34. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2025-0240>
- Timur, Y. P., Ratnasari, R. T., Pitchay, A. A., Sari, D. P., & Rifqi, M. (2024). Factors Influencing Behavioral Intention to Apply Freemium Services in Islamic Lifestyle Digital Applications Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 10(3), 340–354. <https://doi.org/10.20473/jisebi.10.3.340-354>
- Timur, Y. P., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., & Susilowati, F. D. (2025c). Two years of digital Sharia bank in Indonesia, what do consumers think?: A sentiment analysis using machine learning. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(6), 2025273.

- <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025273>
- Timur, Y. P., Suryaningsih, S. A., Canggih, C., & Nurafini, F. (2025d). Technology in halal certification: a ten-year bibliometric study. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 39(2), 1280–1298. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v39.i2.pp1280-1298>
- Timur, Y. P., Wijaya, M. W., Kurniawan, T., Ahmed, I., & Sari, D. P. (2025e). A Bibliometric Analysis of Technology Empowerment in Halal Supply Chain: What Lessons Can Be Learned? *COMPENDIUM by PaperASIA*, 41(6b), 514–539. <https://doi.org/https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i6b.908>
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books. <https://www.churchintheoaks.com/en/grow/resources/Alone-Together.pdf>