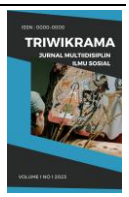
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



BERTAHAN DI ERA DIGITAL: TRANSFORMASI MODEL BISNIS USAHA FOTOKOPI 'TACHA' DALAM PERUBAHAN KEBIASAAN AKADEMIK MAHASISWA

Nur Indah Miftahul Jannah[1)], Inez Nur Maulidya[2)], Mokhammad Miftakhul Huda[3)]
[1,2,3] Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

ARTICLE INFO

Article history:
Received November 2025
Revised November 2025
Accepted November 2025
Available online November 2025

Email:
nuridhmiftahljnnh@gmail.com,
ineznurmaulidiya@gmail.com,
dr.hoeda@uinkhas.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2025 by Author..

Abstract

The rapid advancement of digital technology has fundamentally reshaped academic habits, creating an urgent need for small businesses in campus environments to adapt. While previous studies on MSME digitalization often focus on e-commerce and economic efficiency, a significant gap remains in understanding the socio-cultural dimensions of this transformation, particularly within traditional service sectors like photocopying businesses. This research addresses that gap by analyzing the business model transformation of Fotokopi Tacha in response to changing student academic behaviors. Using a descriptive qualitative approach with a single case study design, this research collected primary data through in-depth interviews with the owner, employees, and customers, supplemented by observation and documentation. The findings reveal a strategic and nuanced adaptation process across three key areas: a service shift from manual photocopying to digital printing, an operational transition to a semi-online system utilizing WhatsApp and QRIS, and a promotional strategy reliant on word-of-mouth within student networks. This study concludes that Tacha's successful transformation is not merely about technological adoption but represents a humanization of technology, where simple digital tools are leveraged to reinforce social trust and relational bonds. This case offers a model for how micro-enterprises can achieve sustainable digital integration by balancing technological efficiency with localized social capital.

Keywords: *Business Model Transformation, Digital Era, Changes in Academic Habits*

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah kebiasaan akademik secara fundamental, menciptakan kebutuhan mendesak bagi usaha kecil di lingkungan kampus untuk beradaptasi. Sementara studi terdahulu tentang digitalisasi UMKM sering berfokus pada e-commerce dan efisiensi ekonomi, terdapat celah signifikan dalam pemahaman dimensi sosio-kultural transformasi ini, khususnya pada sektor jasa tradisional seperti usaha fotokopi. Penelitian ini menjawab celah tersebut dengan menganalisis transformasi model bisnis Fotokopi Tacha sebagai respons terhadap perubahan perilaku akademik mahasiswa. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal, penelitian ini mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan, ditambah observasi dan dokumentasi. Temuan mengungkap proses adaptasi strategis dan bernuansa di tiga area utama: pergeseran layanan dari fotokopi manual ke digital printing, transisi operasional ke sistem semi-daring yang memanfaatkan WhatsApp dan QRIS, serta strategi promosi berbasis rekomendasi dari mulut ke mulut dalam jejaring mahasiswa. Studi ini menyimpulkan bahwa transformasi sukses Tacha bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan merepresentasikan humanisasi teknologi, di mana alat digital sederhana dimanfaatkan untuk memperkuat kepercayaan sosial dan ikatan relasional. Kasus ini menawarkan model bagaimana usaha mikro dapat mencapai integrasi digital yang berkelanjutan dengan menyeimbangkan efisiensi teknologi dan modal sosial yang terlokalisasi.

Keywords: Transformasi Model Bisnis, Era Digital, Perubahan Kebiasaan Akademik

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah memicu perubahan signifikan dalam perilaku sosial, ekonomi, dan akademik masyarakat, termasuk di lingkungan perguruan tinggi. Pergeseran menuju sistem pembelajaran daring dan penggunaan perangkat digital dalam aktivitas belajar telah mengubah kebutuhan mahasiswa terhadap layanan cetak dan fotokopi. Jika sebelumnya mahasiswa sangat bergantung pada fotokopi manual untuk menggandakan materi kuliah, kini

mereka cenderung memilih layanan digital printing yang terintegrasi dengan perangkat gawai dan sistem pembayaran non-tunai. Transformasi ini menciptakan fenomena sosial baru yang memperlihatkan pergeseran nilai efisiensi dan kecepatan dalam kegiatan akademik. Fotokopi Tacha, sebagai salah satu usaha jasa tertua di kawasan kampus, menjadi representasi dari dinamika adaptasi bisnis kecil terhadap digitalisasi layanan pendidikan.

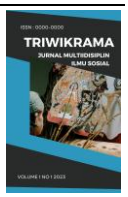
Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak besar terhadap pola operasional UMKM di Indonesia. (Santoso et al. 2025) menjelaskan bahwa penerapan teknologi digital membantu UMKM bertahan di tengah kompetisi pasar yang semakin dinamis. (Ananda et al. 2025) menegaskan bahwa inovasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pelanggan, sedangkan (Handayani 2023) menyoroti pentingnya literasi digital dalam memperkuat daya saing usaha mikro. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada sektor perdagangan daring dan belum banyak yang meneliti sektor jasa tradisional seperti usaha fotokopi di lingkungan akademik. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan menelaah secara mendalam praktik adaptasi usaha fotokopi terhadap perubahan perilaku konsumen di era digital.

Kesenjangan utama dari penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada kurangnya perhatian terhadap dimensi sosial dan kultural dalam proses adaptasi digital UMKM. Banyak studi mengukur keberhasilan transformasi bisnis hanya dari peningkatan keuntungan atau efisiensi, tanpa menyoroti bagaimana pelaku usaha mengubah cara berpikir dan membangun relasi dengan pelanggan (Laziva 2024). Fotokopi Tacha menghadirkan kasus unik karena mengintegrasikan elemen teknologi sederhana seperti WhatsApp, QRIS, dan Wi-Fi gratis ke dalam model layanan berbasis kepercayaan dan interaksi sosial dengan mahasiswa. Fenomena ini memperlihatkan bahwa transformasi bisnis bukan hanya soal teknologi, tetapi juga reinterpretasi nilai kerja, pelayanan, dan relasi sosial di tengah disrupsi digital (Reuver et al. 2019).

Rasional penelitian ini didasarkan pada kebutuhan akademik untuk memahami bagaimana pelaku usaha kecil mampu menyesuaikan model bisnisnya dengan perubahan perilaku pelanggan yang semakin digital (Prihandono et al. 2024). Transformasi yang terjadi pada Fotokopi Tacha bukan sekadar respon pasif terhadap penurunan permintaan fotokopi manual, tetapi juga langkah strategis untuk memperkuat keberlanjutan usaha. Dengan melakukan modernisasi alat produksi, menyediakan fasilitas komunikasi daring, dan mengubah sistem pembayaran menjadi non-tunai, Fotokopi Tacha menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi dalam mempertahankan relevansinya di tengah perubahan sosial ekonomi kampus. Temuan ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai strategi bertahan UMKM dalam konteks ekonomi berbasis digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk transformasi model bisnis Fotokopi Tacha di era digital. Tujuan khususnya meliputi: (1) mendeskripsikan penurunan permintaan layanan fotokopi manual dan meningkatnya permintaan digital printing, (2) menjelaskan perubahan sistem operasional dari konvensional ke semi-online, serta (3) menguraikan pergeseran strategi promosi dan pembayaran ke arah digital. Secara konseptual, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi bagaimana inovasi teknologi sederhana dapat membentuk ulang interaksi sosial antara pelaku usaha dan mahasiswa sebagai pelanggan utama. Hasil dari studi ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori transformasi bisnis UMKM, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha sejenis dalam merancang strategi bertahan yang relevan dengan tuntutan zaman (Lahagu et al. 2024).

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Metode Penelitian

Penelitian ini berfokus pada fenomena transformasi model bisnis usaha jasa fotokopi di kawasan kampus sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan kebiasaan akademik mahasiswa. Isu ini dipilih karena menunjukkan hubungan langsung antara digitalisasi dengan perubahan struktur sosial ekonomi di tingkat mikro. Fotokopi Tacha dipilih sebagai lokasi penelitian karena mewakili pelaku usaha kecil yang telah mengalami fase transisi dari layanan manual ke digital printing sejak tahun 2014. Pemilihan fokus ini juga didasari oleh urgensi untuk memahami bagaimana pelaku usaha tradisional memanfaatkan teknologi sederhana seperti WhatsApp, QRIS, dan jaringan Wi-Fi sebagai strategi untuk mempertahankan eksistensi dan daya saing di era digital (Hasan et al. 2023).

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat menggali secara mendalam dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi yang terjadi pada Fotokopi Tacha. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha (Ahmad Khotib, 50 tahun), karyawan (Ajis, 29 tahun), serta pelanggan (Asmaul, 20 tahun). Sementara itu, data sekunder berasal dari jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan publikasi daring yang relevan. Pengambilan data dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung responden dalam aktivitas operasional usaha. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi visual berupa foto tangkapan layar komunikasi pelanggan (Fadli 2021).

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan terhadap tiga fokus utama penelitian: transformasi layanan, perubahan sistem operasional, dan digitalisasi promosi. Penyajian data dilakukan secara naratif dengan memadukan kutipan wawancara, tabel, dan dokumentasi lapangan untuk memperkuat validitas temuan. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif dengan mengidentifikasi pola-pola adaptasi dan inovasi yang dilakukan oleh Fotokopi Tacha. Proses analisis ini mengikuti panduan Miles dan Huberman dalam (Siroj et al. 2024), yang menekankan pentingnya triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data.

Hasil Penelitian

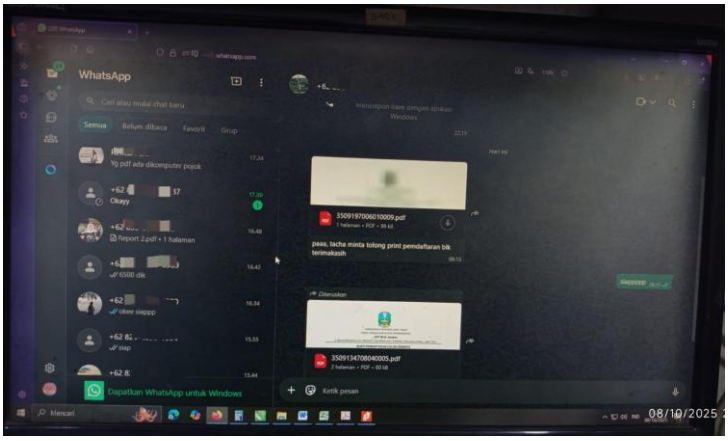
A. Transformasi Layanan Manual ke Digital Printing

Perubahan pola layanan menjadi salah satu indikasi paling nyata dari transformasi model bisnis Fotokopi Tacha. Hasil wawancara dengan Ahmad Khotib, pemilik Fotokopi Tacha, menunjukkan bahwa perubahan signifikan terjadi pada pola layanan pelanggan sejak tahun 2014. Hal ini ditegaskan oleh pernyataan Ahmad Khotib:

> *"Dulu itu mahasiswa datang bawa flashdisk, minta diketik, terus dicetak. Sekarang hampir nggak ada yang kayak gitu. Mereka kirim file-nya langsung lewat WA, tinggal kasih tahu mau ukuran apa, nanti kami cetak." (Ahmad Khotib, Rabu 8 Oktober 2025)*

Pernyataan Ahmad Khotib memperlihatkan adanya perubahan mendasar dalam pola layanan usaha Fotokopi Tacha. Jika pada masa awal usaha, interaksi dengan pelanggan didominasi oleh kontak langsung pelanggan datang membawa media penyimpanan seperti flashdisk atau CD maka kini bentuk komunikasi dan transaksi bergeser ke arah digital. Penggunaan WhatsApp sebagai sarana pengiriman file menunjukkan bahwa teknologi telah menjadi jembatan utama antara penyedia jasa dan pelanggan.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Gambar 1. Mahasiswa mengirim file melalui aplikasi WhatsApp ke Fotokopi Tacha

Catatan. Dokumentasi Peneliti (2025)

Gambar di atas memperlihatkan salah satu mahasiswa mengirimkan file tugas melalui aplikasi WhatsApp kepada pihak Fotokopi Tacha. Aktivitas ini menggambarkan transformasi cara komunikasi antara pelanggan dan penyedia jasa yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi berbasis digital.

Tabel 1. Pergeseran Layanan dari Manual ke Digital Printing pada Fotokopi Tacha

Aspek Perubahan	Kondisi Sebelum Transformasi	Kondisi Setelah Transformasi	Dampak yang Terjadi
Jenis layanan	Layanan fotokopi manual mendominasi seluruh aktivitas usaha.	Digital printing menjadi layanan utama karena lebih cepat dan praktis.	Efisiensi waktu dan peningkatan kualitas hasil cetak.
Pola permintaan pelanggan	Mahasiswa membawa berkas fisik atau *flashdisk* untuk dicetak.	File dikirim melalui aplikasi *WhatsApp* tanpa perlu hadir langsung.	Proses lebih fleksibel dan sesuai kebiasaan digital mahasiswa.
Fungsi usaha	Sekadar penyedia jasa reproduksi dokumen.	Menjadi mitra akademik digital yang memahami format dan kebutuhan mahasiswa.	Peningkatan nilai tambah serta peran sosial usaha.
Penggunaan alat	Mesin fotokopi manual digunakan secara rutin.	Mesin *digital printing* menjadi alat utama, mesin manual hanya cadangan.	Pengalihan investasi ke alat digital dan efisiensi biaya operasional.

Catatan. Data primer hasil wawancara dan observasi lapangan, 2025.

Tabel ini memperlihatkan perubahan layanan Fotokopi Tacha dari sistem manual menjadi digital printing. Pergeseran ini menunjukkan peningkatan efisiensi, fleksibilitas pelayanan, dan penyesuaian usaha terhadap kebiasaan digital mahasiswa.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Dari hasil penelitian, perubahan di Fotokopi Tacha memperlihatkan bagaimana proses adaptasi terhadap teknologi digital membentuk ulang cara layanan diberikan dan diterima dalam konteks akademik. Pergeseran dari sistem manual menuju digital printing tidak hanya mengubah mekanisme kerja, tetapi juga pola hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa. Berdasarkan wawancara dengan Ahmad Khotib, mahasiswa kini lebih sering mengirim file melalui *WhatsApp* ketimbang datang langsung membawa berkas fisik. Pola ini menandai lahirnya budaya layanan baru yang menekankan efisiensi, kecepatan, dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan cetak di lingkungan kampus (Nurrohmah 2021).

Kecenderungan tersebut sejalan dengan pandangan (Julianto and Waskito 2025) bahwa digitalisasi di sektor mikro merupakan bentuk inovasi sosial yang memanfaatkan teknologi sederhana sebagai jembatan antara kebutuhan pengguna dan kapasitas penyedia layanan. Pemanfaatan *WhatsApp* dalam aktivitas pemesanan dan komunikasi mencerminkan kemampuan Fotokopi Tacha untuk menyesuaikan diri dengan pola interaksi digital mahasiswa. Dengan demikian, usaha ini tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat mencetak dokumen, tetapi juga sebagai mitra akademik yang terhubung melalui jaringan komunikasi digital yang praktis dan responsif.

Secara konseptual, temuan ini menguatkan gagasan (Reuver et al. 2019) bahwa inovasi digital dalam usaha mikro bukan hanya mengganti alat kerja, tetapi menata ulang nilai layanan melalui teknologi sederhana. Selain itu, penyediaan *FreeWiFi* di tempat usaha memperkuat integrasi digitalisasi dalam aktivitas akademik mahasiswa. Mereka dapat mengunduh file dari platform pembelajaran daring, lalu mengirimkannya langsung untuk dicetak tanpa perangkat tambahan. Kondisi ini mencerminkan terjadinya pergeseran struktural dari model bisnis berbasis tatap muka menjadi sistem layanan semi-virtual, yang menegaskan bahwa pelaku usaha kecil mampu menciptakan nilai efisiensi tinggi melalui adaptasi teknologi lokal (Saptantinah et al. 2025).

B. Perubahan Sistem Operasional dari Konvensional ke Semi-Online

Perubahan signifikan juga tampak pada sistem operasional. Berdasarkan observasi, pelanggan kini tidak perlu lagi hadir di lokasi. Pemesanan dapat dilakukan melalui WhatsApp, pengiriman file dilakukan secara daring, dan pembayaran bisa melalui QRIS. Salah satu karyawan, menyatakan:

> *"Sekarang jarang mahasiswa datang langsung. Cuma kirim file, nanti kami wa kalau sudah jadi, baru mereka ambil hasilnya, kadang bayar pake QRIS." (Ajis, Rabu 8 Oktober 2025)*

Pernyataan ini memperlihatkan terjadinya perubahan mendasar dalam sistem operasional Fotokopi Tacha. Jika sebelumnya seluruh proses layanan dilakukan secara manual dan pelanggan datang langsung untuk mencetak dokumen, kini pola kerja bergeser menuju sistem semi-online. Mahasiswa cukup mengirimkan file melalui *WhatsApp*, kemudian pihak fotokopi akan memberi konfirmasi hasil cetak sebelum diambil. Bahkan, sebagian transaksi dilakukan menggunakan metode pembayaran digital seperti *QRIS (Fauziah et al. 2025)*. Pergeseran ini menunjukkan bahwa proses layanan tidak lagi bergantung pada kehadiran fisik pelanggan, melainkan pada koordinasi daring yang efisien antara pelanggan dan karyawan.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Gambar 2. Foto mesin digital printing baru dan lama

Catatan. Dokumentasi Peneliti (2025)

Gambar di atas memperlihatkan modernisasi alat produksi dari mesin manual menjadi mesin digital dengan koneksi langsung ke komputer. Pergantian alat ini menandai pergeseran sistem kerja dari proses konvensional menuju operasional semi-online yang lebih efisien.

Fotokopi Tacha juga memperbarui alat produksinya untuk mendukung efisiensi. Setelah membeli mesin bekas impor pada tahun 2014 seharga Rp33 juta, pada tahun 2024 mereka membeli mesin digital printing bekas lokal senilai Rp12 juta. Mesin baru ini memiliki kecepatan cetak lebih tinggi dan koneksi langsung ke komputer tanpa konversi file. Modernisasi alat menjadi bentuk investasi adaptif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan, memperlihatkan bahwa digitalisasi bukan hanya soal komunikasi, tetapi juga modernisasi infrastruktur kerja (Indiarto et al. 2025).

Tabel 2. Perubahan Sistem Operasional dari Konvensional ke Semi-Online

Aspek Operasional	Kondisi Sebelum Transformasi	Kondisi Setelah Transformasi	Implikasi yang Terjadi
Sistem pemesanan	Dilakukan langsung di tempat	Melalui *WhatsApp* dan pesan digital	Menghemat waktu dan memperluas jangkauan layanan
Proses pencetakan	Menggunakan mesin manual	Mesin digital printing dengan koneksi komputer	Meningkatkan kecepatan dan kualitas hasil cetak
Penyimpanan data	Arsip fisik dan file lokal	Penyimpanan digital di komputer	Mengurangi risiko kehilangan dan mempermudah pencarian file
Sistem pembayaran	Tunai penuh	10% transaksi melalui *QRIS*	Mendukung efisiensi transaksi dan transparansi keuangan

Catatan. Data primer hasil wawancara dan observasi lapangan, 2025.

Tabel di atas memperlihatkan pola pergeseran dari sistem kerja manual menuju operasional semi-online. Perubahan tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan efisiensi kerja, tetapi juga membentuk kebiasaan baru yang lebih adaptif terhadap perilaku digital pelanggan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perubahan sistem operasional Fotokopi Tacha merupakan bagian dari proses adaptasi yang lebih luas terhadap ekosistem digital di lingkungan akademik. Transisi dari pola kerja manual menuju sistem semi-online tidak sekadar mengganti alat, tetapi juga membentuk ulang cara pelaku usaha mengelola waktu, tenaga, dan komunikasi dengan pelanggan. Jika pada masa awal seluruh proses dilakukan secara tatap muka, kini hampir semua tahap layanan berlangsung secara daring mulai dari pemesanan, pengiriman file, hingga pembayaran. Proses ini mencerminkan perubahan budaya kerja yang menekankan efisiensi dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Rifani et al. 2025).

Secara keseluruhan, transformasi operasional Fotokopi Tacha menunjukkan bahwa digitalisasi pada sektor mikro bukan hanya soal efisiensi, tetapi juga proses pembentukan ulang relasi sosial dan ekonomi di ruang lokal. Teknologi tidak menggantikan peran manusia, melainkan memodifikasi hubungan kerja agar lebih adaptif terhadap perubahan zaman. Seperti disampaikan (Artanto et al. 2022), digitalisasi yang dijalankan secara kontekstual mampu menciptakan keseimbangan antara modernitas dan nilai-nilai sosial yang tetap melekat dalam praktik bisnis mikro. Dengan demikian, sistem semi-online di Fotokopi Tacha dapat dipahami sebagai wujud keberlanjutan usaha yang memadukan efisiensi teknologi dengan kedekatan sosial khas lingkungan akademik (Muharir 2024).

C. Pergeseran Strategi Promosi dan Pembayaran ke Arah Digital

Perubahan strategi promosi menjadi bukti lain dari transformasi model bisnis. Fotokopi Tacha tidak melakukan promosi daring, melainkan mengandalkan promosi berbasis word of mouth (dari mulut ke mulut). Ahmad Khotib menyatakan:

> *"Saya nggak pernah promosi di internet. Mahasiswa yang suka biasanya cerita ke temannya. Jadi pelanggan baru itu datang karena dia dengar dari teman lain." (Ahmad Khotib, Rabu 8 Oktober 2025)*

Salah seorang pelanggan mahasiswa, menuturkan hal serupa:

> *"Saya tahu Tacha dari teman. Katanya cepet, bisa kirim lewat WA, bisa bayar pakai QRIS juga. Sekarang jadi langganan karena pelayanannya enak dan cepat." (Asmaul, Senin 13 Oktober 2025)*

Pernyataan di atas menegaskan adanya perubahan mendasar dalam cara usaha ini menjalin hubungan dengan pelanggan. Informasi tentang layanan tidak lagi disebarkan melalui iklan formal atau media daring, melainkan melalui jaringan sosial antar mahasiswa, sehingga model promosi yang diterapkan lebih organik dan mengandalkan kepercayaan serta rekomendasi personal. Hal ini menunjukkan bahwa Fotokopi Tacha menyesuaikan strategi bisnisnya dengan perilaku konsumen di lingkungan kampus, memperkuat citra modern sekaligus tetap menjaga efektivitas promosi (Nugraha 2023).

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Gambar 3. Proses wawancara dengan Asmaul, pelanggan Fotokopi Tacha

Catatan. Dokumentasi Peneliti (2025)

Gambar di atas menampilkan kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti bersama Asmaul. Wawancara ini bertujuan memperoleh informasi mengenai pengalaman pelanggan terhadap layanan Fotokopi Tacha, terutama terkait perubahan sistem pelayanan dari cara konvensional ke model digital.

Tabel 3. Jumlah Transaksi QRIS pada Fotokopi Tacha (Oktober 2025)

Hari	Tanggal	Jumlah Transaksi QRIS (Rp)	Persentase dari Total Transaksi Harian
Senin	6 Oktober 2025	63.000	10%
Selasa	7 Oktober 2025	702.500	10%
Rabu	8 Oktober 2025	78.000	10%

Catatan. Dokumentasi transaksi harian Fotokopi Tacha, 2025.

Data diambil dari dokumentasi transaksi harian Fotokopi Tacha, Oktober 2025. Persentase menunjukkan kontribusi transaksi QRIS terhadap total transaksi harian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan strategi promosi dan sistem pembayaran di Fotokopi Tacha merupakan bagian dari proses adaptasi yang lebih luas terhadap ekosistem digital di lingkungan akademik. Alih-alih mengandalkan iklan formal atau media daring, promosi dilakukan melalui word of mouth, yang tersebar melalui jaringan sosial mahasiswa. Pemilik usaha, Ahmad Khotib, menjelaskan bahwa pelanggan baru biasanya datang karena rekomendasi teman, sementara seorang pelanggan, Asmaul, menuturkan bahwa ia mengetahui layanan Tacha melalui teman dan kemudian menjadi pelanggan tetap karena kemudahan pengiriman file lewat WhatsApp serta pembayaran menggunakan QRIS (Hidayati and Priyono 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi operasional Fotokopi Tacha mencerminkan adaptasi menyeluruh terhadap ekosistem digital di lingkungan akademik. Pergeseran dari pola kerja manual menuju sistem semi-online tidak hanya meningkatkan efisiensi teknis, tetapi juga membentuk ulang interaksi sosial dan relasi ekonomi antara pelaku usaha dan pelanggan. Strategi promosi yang mengandalkan word of mouth menunjukkan adaptasi terhadap perilaku konsumen lokal, sementara adopsi pembayaran digital

melalui QRIS menandai modernisasi mekanisme transaksi sekaligus memperkuat transparansi dan kepercayaan (Zikri 2024). Digitalisasi di sini bukan sekadar penggantian alat, tetapi modifikasi hubungan kerja agar lebih responsif terhadap perubahan zaman, sekaligus menjaga keseimbangan antara efisiensi teknologi dan kedekatan sosial khas lingkungan akademik (Mendrofa et al. 2025).

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Fotokopi Tacha, sebagai usaha mikro di lingkungan akademik, beradaptasi terhadap digitalisasi dan perubahan perilaku pelanggan, serta bagaimana transformasi tersebut memengaruhi pola layanan, relasi sosial, dan strategi bisnis secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi usaha ini bukan sekadar perubahan teknis, tetapi juga pergeseran sosial, budaya, dan ekonomi yang lebih luas, sejalan dengan gagasan adaptasi teknologi yang bersifat kontekstual (Wajuba et al. 2021). Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang digitalisasi UMKM di sektor jasa pendidikan, khususnya dalam konteks interaksi sosial lokal. Secara keseluruhan, transformasi Fotokopi Tacha dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama: **reinterpretasi layanan, dislokasi ruang operasional, dan deotorisasi relasi sosial** (Sitompul et al. 2025)**.**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Fotokopi Tacha telah bergerak dari layanan manual menuju digital printing, sistem operasional semi-online, dan strategi promosi yang mengandalkan word of mouth serta pembayaran digital melalui QRIS. Adaptasi ini terjadi secara bertahap dan pragmatis, menyesuaikan sumber daya manusia, kemampuan finansial, dan kebiasaan digital mahasiswa. Transformasi ini menegaskan bahwa digitalisasi di tingkat usaha mikro bukan hanya soal efisiensi, tetapi juga soal humanisasi teknologi, di mana interaksi sosial, kepercayaan, dan kolaborasi menjadi inti dari praktik bisnis.

Pergeseran dari layanan fotokopi manual ke digital printing menandai **rekonseptualisasi makna usaha** itu sendiri. Jika sebelumnya usaha ini berfokus pada mekanisme menggandakan dokumen, kini layanan diarahkan pada **solusi akademik berbasis digital.** Ahmad Khotib menegaskan bahwa mahasiswa kini lebih sering mengirim file via WhatsApp ketimbang datang membawa flashdisk atau berkas fisik. Fenomena ini sesuai dengan gagasan (Mangifera et al. 2022) bahwa inovasi dalam usaha mikro sering muncul bukan dari perubahan produk, tetapi dari **perubahan nilai yang dihasilkan layanan.** Di Fotokopi Tacha, nilai baru terletak pada kecepatan, fleksibilitas, dan relevansi digital, yang memperluas jangkauan pasar sekaligus membentuk identitas baru sebagai mitra akademik. Hal ini menunjukkan kemampuan pelaku usaha membaca tanda zaman dan menyesuaikan makna bisnisnya dengan dinamika sosial di sekitarnya, sejalan dengan temuan yang menekankan inovasi sosial dalam konteks UMKM pendidikan (Darmawan et al 2025).

Perubahan sistem operasional dari konvensional ke semi-online menggambarkan **dislokasi ruang ekonomi**, di mana batas antara fisik dan virtual menjadi kabur. Proses pemesanan, pengiriman file, dan konfirmasi cetak kini dapat berlangsung secara daring, sedangkan lokasi fisik tetap berfungsi sebagai simbol kepercayaan dan titik pengambilan dokumen. Fenomena ini sejalan dengan teori spatial reconfiguration (Zieleniec 2018), yang menjelaskan bahwa transformasi teknologi mengubah makna ruang sosial dan praktik di dalamnya. Fotokopi Tacha menciptakan “ruang kerja virtual” yang terintegrasi dengan fisik, menandai transformasi semi-digital yang adaptif terhadap perilaku konsumen digital tanpa menghilangkan nilai sosial lokal. Penyediaan FreeWiFi juga memperkuat integrasi digitalisasi dengan aktivitas akademik,

memudahkan mahasiswa mengakses file dari platform pembelajaran daring dan langsung mencetak di tempat.

Perubahan pola interaksi antara pemilik, karyawan, dan pelanggan menandakan proses **deotorisasi simbolik** terhadap otoritas tradisional. Jika sebelumnya keputusan sepenuhnya di tangan pemilik, kini pelanggan turut menentukan jenis kertas, ukuran, dan format cetak melalui komunikasi digital. Perubahan ini menegaskan pergeseran struktur kekuasaan dari hierarkis menjadi **partisipatif**, selaras dengan perspektif (Amilia et al. 2024) bahwa keberhasilan UMKM ditentukan oleh kemampuan membangun relasi kolaboratif, bukan dominasi pemilik. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sistem semi-online memperkuat loyalitas pelanggan secara emosional, bukan sekadar transaksional, sehingga legitimasi sosial pemilik justru meningkat karena usaha dianggap responsif dan terbuka terhadap kebutuhan konsumen.

Temuan penelitian ini menegaskan kesamaan sekaligus perbedaan dengan beberapa studi terdahulu. (Nugraheni et al. 2024) menekankan bahwa UMKM di Indonesia menjalani digitalisasi secara bertahap akibat keterbatasan sumber daya dan literasi digital, hal ini tercermin di Tacha melalui transformasi selektif dan pragmatis. Namun, berbeda dengan (Lestari et al. 2025) yang melihat digitalisasi semata sebagai efisiensi ekonomi, penelitian ini menegaskan bahwa aspek **sosial dan budaya** lebih dominan. Fotokopi Tacha memanfaatkan teknologi sederhana untuk mempertahankan relasi sosial dan citra pelayanan personal di lingkungan akademik. Temuan ini menawarkan novelty berupa penegasan bahwa digitalisasi usaha mikro dapat bermakna **humanisasi teknologi**, bukan hanya otomasi atau efisiensi ekonomi semata.

Berdasarkan temuan, terdapat tiga rekomendasi utama yaitu: (1.) **Konseptual:** Pelaku usaha mikro harus menafsirkan digitalisasi sebagai proses socio-technical learning, yaitu pembelajaran sosial dan teknologi yang berjalan bersamaan untuk meningkatkan adaptabilitas layanan. (2.) **Metodologis:** Usaha dapat mengembangkan sistem pencatatan dan promosi digital sederhana, seperti pemanfaatan media sosial, aplikasi kasir daring, dan dokumentasi transaksi berbasis QRIS, untuk memperkuat efisiensi dan transparansi. (3.) **Kebijakan:** Pemerintah daerah dan institusi pendidikan tinggi perlu menyediakan program literasi digital dan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi bagi UMKM kampus Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa Fotokopi Tacha berhasil melakukan transformasi bisnis dari sistem konvensional menuju model semi-digital yang efisien. Adaptasi ini meningkatkan efisiensi, menurunkan ketergantungan pada interaksi fisik, sekaligus memperkuat hubungan sosial dan kepercayaan pelanggan. Keberhasilan ini terletak pada kesadaran pemilik terhadap perubahan kebiasaan akademik mahasiswa dan kemampuan membaca tanda zaman. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM tidak harus mahal atau revolusioner; dengan inovasi sederhana dan responsif terhadap konteks sosial, transformasi digital dapat berjalan inklusif, humanis, dan berkelanjutan (Astuti and Rosita 2024).

Simpulan

Transformasi model bisnis Fotokopi Tacha menunjukkan adaptasi strategis terhadap perubahan perilaku mahasiswa dan penetrasi teknologi digital di lingkungan kampus. Proses transformasi berlangsung secara bertahap namun menyeluruh, mencakup tiga aspek utama: layanan, sistem operasional, dan strategi promosi serta pembayaran. Layanan fotokopi yang semula manual beralih menjadi digital printing, memungkinkan proses cetak lebih cepat, fleksibel, dan relevan dengan kebutuhan akademik mahasiswa. Sistem operasional berubah dari konvensional menjadi semi-online, di mana pemesanan dan pengiriman file dilakukan melalui

WhatsApp, sementara sebagian pembayaran mulai menggunakan QRIS, menciptakan efisiensi waktu dan transparansi transaksi.

Strategi promosi beralih dari iklan formal ke word of mouth, yang menekankan kepercayaan dan rekomendasi personal antar mahasiswa. Pergeseran ini tidak hanya meningkatkan efektivitas promosi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antara pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Secara keseluruhan, transformasi ini menunjukkan bahwa digitalisasi pada usaha mikro tidak hanya soal teknologi atau efisiensi, tetapi juga membentuk ulang relasi sosial, pola komunikasi, dan struktur layanan.

Keberhasilan adaptasi Fotokopi Tacha menegaskan bahwa inovasi sederhana dan bertahap seperti pemanfaatan WhatsApp untuk pemesanan dan QRIS untuk pembayaran cukup untuk menghasilkan perubahan signifikan pada operasi dan interaksi dengan pelanggan. Transformasi ini membuktikan bahwa usaha mikro dapat mengimplementasikan digitalisasi secara efektif dengan tetap mempertahankan nilai sosial dan kedekatan personal dalam pelayanan, menunjukkan keseimbangan antara modernisasi teknologi dan konteks sosial lokal. Dengan demikian, Fotokopi Tacha dapat dijadikan contoh bagaimana UMKM di sektor pendidikan mampu melakukan transformasi bisnis yang efisien, adaptif, dan berkelanjutan di era digital.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik Fotokopi Tacha, karyawan, dan pelanggan yang telah berpartisipasi serta memberikan informasi penting selama penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pengampu mata kuliah Penulisan dan Publikasi Karya Ilmiah, yang telah membimbing, memberikan arahan, dan masukan berharga hingga penelitian ini terselesaikan. Penulis juga menghargai bantuan rekan-rekan yang mendukung proses pengumpulan dan analisis data, serta pihak-pihak yang menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan. Tanpa dukungan mereka, penelitian tentang transformasi model bisnis Fotokopi Tacha di era digital ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan temuan yang berarti.

Daftar Pustaka

Amilia, Silvia Nanda, Amelia Humaiza Zahro, Fatimah Salsa, Biela Sari, Putri Maharanie, Maharani Ikaningtyas, and Gunung Anyar. 2024. “Pengembangan Umkm Dalam Strategi Digitalisasi Dan Adaptasi Terhadap Perubahan Era Digital.” 2(4).

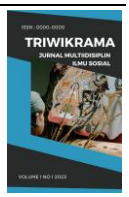
Ananda, Cynthia, Br Tarigan, Hendestri Br Sembiring, Rissa Yulinda, and Siti Marfu. 2025. “Peran Inovasi Operasional Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM.” 2.

Artanto et al. 2022. “Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Membangun Ketahanan Bisnis Di Era New Normal Digitalization of Micro , Small and Medium Enterprises in Building Business Resilience in the New Normal Era.” 3(2): 163–80.

Astuti, Diah, and Rahmi Rosita. 2024. “Pentingnya Transformasi Digital UMKM Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia Politeknik LP3I Jakarta , Indonesia Transformasi Digital Sangat Penting Untuk Keberhasilan Berkelanjutan UMKM Di Toko Online Dapat Menjangkau Audiens Yang Lebih Luas Di Luar Lokasi Fisik Mereka . Dengan.”

Darmawan et al. 2025. “JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL Pengaruh Literasi Digital Dan Gaya Belajar Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Di Era Pembelajaran.” 5: 344–52.

Fadli, Muhammad Rijal. 2021. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” 21(1): 33–



54. doi:10.21831/hum.v21i1.

Fauziah et al. 2025. "MSMEs in Digital Transformation : Determinants of QRIS E-Payment Acceptance." 29(02): 379–99.

Handayani, Amelia Dwi. 2023. "DIGITALISASI UMKM : PENINGKATAN KAPASITAS MELALUI PROGRAM LITERASI DIGITAL." 11(1).

Hasan, Nabila Nisa, Fajar Maulana, Ardiansyah Pratama Wiguna, and Oki Iqbal. 2023. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Efisiensi Operasional UMKM." : 285–91.

Hidayati, Nurul, and Budi Priyono. 2024. "Pengaruh Social Media Marketing , Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Pada UMKM Sprouts Farms." 6(1): 35–42.

Indiarto et al. 2025. "Modernisasi Peralatan Produksi Dan Pelatihan Penggunaannya Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm Kue Sus." 9(1): 1–2.

Julianto, Meutia Sri, and Iman Waskito. 2025. "Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Efesiensi Operasional UMKM Di Kota Mataram." 5: 9380–92.

Lahagu, Delvin Krisnawati, Teti Septiani Lahagu, Teknologi Informasi, Univeristas Nias, and Universitas Negeri Manado. 2024. "PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM." 01(November): 108–13.

Laziva, Muhammad. 2024. "Https://Jurnal.Untan.Ac.Id/Index.Php/MBIC/Index." 7: 1050–79.

Lestari et al. 2025. "Pengaruh Digitalisasi Akuntansi Terhadap Efesiensi Dan Kualitas Laporan Keungan UMKM Di Rantauprapat JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]." 6(3): 2029–36.

Mangifera, Liana, Farid Wajdi, Farah Amalia, and Aulia Uswatun Khasah. 2022. "The Role of Digital Innovation in SMEs : A Financial Performance Perspective." : 157–70.

Mendrofa et al. 2025. "PENGARUH DIGITALISASI PADA PENINGKATAN DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA." 02: 100–108.

Muharir. 2024. "Transformasi Digital : Implikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Era Teknologi." 6(2): 251–66. doi:10.24090/mabsya.v6i2.10445.

Nugraha, Putu Pesa. 2023. "KEUNIKAN MODEL MARKETING DARI MULUT KE MULUT DALAM ERA." 2: 3160–69.

Nugraheni, Rr, Suci Sayekti, Muhamad Rifa, Dyah Agustin, and Widhi Yanti. 2024. "Transformasi Digital Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Usaha Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." 2(1): 30–40.

Nurrohmah, Oom. 2021. "N-JILS Literasi Digital Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru." 4(1): 103–14.

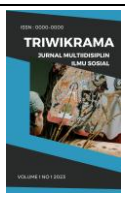
Prihandono et al. 2024. "Impact of Market Competition and Digital Strategy " Digital Transformation to Enhance Indonesian SME Performance : Exploring the Impact of Market Competition and Digital Strategy." doi:10.21511/ppm.22(2).2024.09.

Reuver, De, Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, and Mark De Reuver. 2019. "Delft University of Technology Digitalization , Business Models , and SMEs How Do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs ? Digitalization , Business Models , and SMEs : How Do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs ?" *Telecommunications Policy* 43(9): 101828. doi:10.1016/j.telpol.2019.101828.

Rifani et al. 2025. "Prosiding Seminar Nasional Manajemen." 4(1): 58–70.

Santoso, Gunawan, Moch Rizal, Hari Wiyana, and Siti Nabila Subagja. 2025. "JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital." 01(01): 21–30.

Saptantinah et al. 2025. "Peningkatan Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan



Menengah Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pada UMKM Home Industry Di Desa Genengan Karanganyar." 7(2): 274–82.

Siroj, Rusydi A, Win Afgani, Dian Septaria, Gebriella Zahira, Penelitian Kuantitatif, Pendekatan Ilmiah, and Analisis Data. 2024. "Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 3, 2024 | 11279." 7: 11279–89.

Sitompul et al. 2025. "Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan Dan Strategi Adaptasi Di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia." (April).

Wajuba et al. 2021. "Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital." 1: 62–69.

Zieleniec, Andrzej. 2018. "Lefebvre ' s Politics of Space : Planning the Urban as Oeuvre." 3(3): 5–15. doi:10.17645/up.v3i3.1343.

Zikri, Hadiyan. 2024. "Transformasi Ekonomi Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Dan Daya Saing UMKM Di Indonesia 1." 02(01): 16–25.