

Transformasi Pengetahuan Menjadi Kapabilitas: Kerangka Konseptual Implementasi Open Innovation Digital Platform pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Naufal Dzaky Ramadhan^{*,1)}, Tri Sagirani ²

¹⁾ Program Studi Bisnis Digital, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

²⁾ Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: 25630300015@dinamika.ac.id

Abstract. *Digital transformation has increased organizations' dependence on external knowledge as a source of innovation. However, emerging businesses often face resource constraints that limit their ability to transform external knowledge into new organizational capabilities. This study aims to develop a conceptual framework for implementing Open Innovation Digital Platforms (OIDPs) to support the transformation from knowledge ecosystems to capabilities ecosystems in emerging coffee businesses through a dynamic capabilities perspective. The research adopts a conceptual paper approach with illustrative case analysis and literature synthesis related to OIDPs, dynamic capabilities, open innovation, and knowledge ecosystems. The findings suggest that OIDPs function as enabling mechanisms that facilitate knowledge sharing, knowledge integration, and co-creation processes to transform external knowledge into organizational capabilities. This transformation is strengthened by dynamic capabilities, including scanning, sensing, seizing, integrative, and transformative capabilities. The study proposes a conceptual framework and an implementation roadmap to support the development of innovation, digital, analytical, collaboration, and transformative capabilities. Although developed within the context of emerging coffee businesses, the proposed framework may be adapted to other emerging businesses culinary facing similar challenges in innovation and digital transformation. This study contributes to the OIDP literature by linking knowledge ecosystems, dynamic capabilities, and capabilities ecosystems within the context of emerging businesses.*

Keywords - *Open Innovation Digital Platform; Dynamic Capabilities; Knowledge Ecosystem; Capabilities Ecosystem; emerging coffee business.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara organisasi menciptakan nilai, membangun inovasi, dan mempertahankan daya saing di tengah lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Pada era ekonomi digital, kemampuan perusahaan untuk bertahan tidak lagi hanya ditentukan oleh sumber daya internal yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan memperoleh, mengintegrasikan, dan mentransformasikan pengetahuan dari lingkungan eksternal menjadi kapabilitas organisasi baru (Ellström et al., 2022) (Al-Moaid & Almarhdi, 2024). Perubahan tersebut mendorong pergeseran paradigma inovasi dari pendekatan tertutup (*closed innovation*) menuju inovasi terbuka (*open innovation*). Organisasi semakin bergantung pada kolaborasi dengan pelanggan, komunitas, mitra bisnis, institusi pendidikan, maupun aktor eksternal lainnya dalam proses penciptaan nilai (Guadamillas Gómez & Isabel González Ramos, 2022)

Pendekatan *open innovation* dalam organisasi berkembang semakin signifikan seiring dengan kemunculan berbagai platform digital yang memungkinkan pertukaran pengetahuan secara lebih cepat dan luas. Dalam konteks ini, *Open Innovation Digital Platforms* (OIDPs) berperan sebagai infrastruktur digital yang memfasilitasi interaksi antaraktor, berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*), integrasi sumber daya, serta penciptaan inovasi bersama (*co-creation*) (Abbate et al., 2022). Berbeda dengan platform digital yang berorientasi pada transaksi semata, OIDPs memungkinkan organisasi membangun ekosistem inovasi melalui kolaborasi dan pembelajaran bersama, sehingga menciptakan peluang bagi pengembangan kapabilitas baru.

Literatur menunjukkan bahwa OIDPs tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi mekanisme yang mendukung transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* (Abbate et al., 2022)(Hutton et al., 2021)(Wang et al., 2023). *Knowledge ecosystem* berfokus pada proses pertukaran dan penciptaan pengetahuan antaraktor, sedangkan *capabilities ecosystem* menekankan kemampuan

organisasi dalam mengubah pengetahuan tersebut menjadi kapabilitas yang dapat menghasilkan inovasi dan nilai baru. Nilai strategis suatu ekosistem digital tidak lagi hanya ditentukan oleh jumlah pengetahuan yang tersedia, tetapi oleh kemampuan organisasi untuk mengorkestrasi, mengintegrasikan, dan memanfaatkan pengetahuan menjadi tindakan nyata (Teece, 2007). Transformasi tersebut menjadi semakin relevan bagi bisnis tahap awal (*emerging coffee businesses*), pada penelitian ini akan berfokus pada sektor makanan dan minuman yang menghadapi tekanan tinggi terkait perubahan preferensi konsumen, tren digital, serta persaingan pasar yang semakin cepat salah satunya dalam bisnis kopi. Pada konteks bisnis kopi tahap awal, tantangan utama tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk, tetapi juga kemampuan memahami perilaku pelanggan, membangun komunitas, menciptakan diferensiasi, dan mengembangkan model bisnis yang adaptif. Sebagian besar usaha kopi rintisan memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari sisi modal, akses teknologi, maupun kapasitas inovasi internal. Kondisi tersebut menyebabkan proses inovasi sering kali masih bergantung pada intuisi pemilik usaha dan pengalaman terbatas, sehingga memperlambat kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar (Ellström et al., 2022) (Al-Moaid & Almarhdi, 2024).

Perkembangan media sosial, komunitas digital, dan platform kolaboratif membuka peluang bagi bisnis kopi tahap awal untuk memperoleh pengetahuan eksternal dari pelanggan, komunitas pecinta kopi, kreator konten, akademisi, maupun pelaku industri lainnya (Franco-Riquelme et al., 2025). Pengetahuan tersebut berpotensi menjadi sumber inovasi (Jia et al., 2023)(Xing et al., 2024) ketika mampu diintegrasikan secara efektif melalui mekanisme *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*. Saat ini masih terdapat keterbatasan penelitian yang menjelaskan bagaimana bisnis tahap awal, khususnya pada sektor kopi dan usaha kuliner berskala kecil, dapat mengimplementasikan OIDs secara realistis untuk mentransformasikan pengetahuan eksternal menjadi kapabilitas organisasi baru. Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai OIDs dan *dynamic capabilities* berfokus pada organisasi besar atau perusahaan yang telah memiliki sumber daya inovasi relatif matang (Abbate et al., 2022)(Chesbrough et al., 2007)(Al-Moaid & Almarhdi, 2024). Kajian yang secara khusus menghubungkan OIDs, transformasi *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem*, dan pengembangan kerangka implementasi pada bisnis kopi tahap awal masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya pendekatan konseptual yang tidak hanya menjelaskan hubungan teoritis antar konsep, tetapi juga menyediakan panduan implementasi yang lebih aplikatif bagi usaha tahap awal. Penelitian ini tidak hanya mengadopsi konsep *Open Innovation Digital Platform* dan *dynamic capabilities* yang telah dibahas pada penelitian yang ada sebelumnya, tetapi juga mengembangkan integrasi konseptual antara *knowledge ecosystem*, *dynamic capabilities*, dan *capabilities ecosystem* dalam konteks bisnis tahap awal. Selain kontribusi teoritis berupa pengembangan kerangka konseptual, penelitian ini menawarkan kontribusi praktis melalui roadmap implementasi yang dirancang untuk membantu bisnis kopi tahap awal maupun usaha kuliner lain dalam membangun kapabilitas berbasis pembelajaran eksternal dan kolaborasi digital. Dengan demikian, kebaruan penelitian terletak pada pengembangan framework implementatif yang menjembatani teori OIDP dengan kebutuhan transformasi digital pada usaha kecil. Penelitian ini juga bertujuan menjelaskan bagaimana mekanisme *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation* berkontribusi terhadap pembentukan kapabilitas organisasi baru dalam konteks usaha dengan keterbatasan sumber daya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan artikel konseptual (*conceptual paper*) dengan analisis studi kasus kualitatif. Pendekatan tersebut dipilih karena tujuan utama penelitian bukan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris, melainkan untuk mengembangkan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana *Open Innovation Digital Platform* (OIDP) dapat mendukung transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* pada bisnis kopi tahap awal melalui mekanisme *dynamic capabilities*. Pendekatan konseptual ini digunakan untuk mengintegrasikan berbagai konsep teoritis yang telah berkembang dalam literatur yang ada sebelumnya, termasuk *open innovation*, *knowledge ecosystem*, *capabilities ecosystem*, *dynamic capabilities*, dan *co-creation*. Menurut Jaakkola (Jaakkola, 2020) artikel konseptual bertujuan mengembangkan pemahaman baru melalui sintesis teori, pengorganisasian ulang konsep, serta pembangunan kerangka yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena tertentu. Dalam penelitian ini, pendekatan konseptual digunakan untuk menghasilkan model implementasi OIDP yang lebih aplikatif bagi usaha kopi tahap awal maupun bisnis kuliner skala kecil dengan karakteristik serupa.

Desain Penelitian

Desain penelitian disusun melalui empat tahapan utama, yaitu:

1. Identifikasi dan sintesis literatur mengenai OIDP, *dynamic capabilities*, *knowledge ecosystem*, *capabilities ecosystem*, dan *open innovation*.
2. Analisis konteks bisnis kopi tahap awal, khususnya tantangan inovasi, keterbatasan sumber daya, dan kebutuhan transformasi digital.
3. Pengembangan hubungan konseptual antar konstruk, yaitu bagaimana proses *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation* berkontribusi terhadap pembentukan kapabilitas organisasi baru.
4. Penyusunan kerangka implementasi yang menggambarkan tahapan transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* melalui pemanfaatan OIDP.

Tahapan tersebut dirancang untuk menghasilkan kerangka konseptual yang tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga dapat diterapkan secara praktis pada bisnis tahap awal.

Secara umum, alur penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Sumber Literatur dan Sintesis Konseptual

Penelitian ini menggunakan sumber literatur yang berasal dari artikel jurnal internasional bereputasi yang membahas topik terkait *Open Innovation Digital Platforms*, *dynamic capabilities*, *knowledge ecosystem*, *capabilities ecosystem*, *open innovation*, dan *co-creation*. Pemilihan literatur dilakukan berdasarkan beberapa kriteria utama, yaitu relevansi terhadap topik penelitian, kontribusi konseptual terhadap pengembangan teori, kualitas dan reputasi publikasi, serta kebaruan literatur untuk menangkap perkembangan terkini terkait transformasi digital dan inovasi terbuka. Kriteria tersebut digunakan untuk memastikan sintesis konseptual yang dihasilkan dibangun di atas landasan teoritis yang relevan dan kuat. Proses sintesis konseptual dilakukan dengan mengidentifikasi keterkaitan antar konsep utama yang meliputi:

1. *Open Innovation Digital Platform* (OIDP) sebagai mekanisme kolaborasi dan pertukaran pengetahuan;
2. *Knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation* sebagai proses transformasi pengetahuan;
3. *Dynamic capabilities* (*sensing*, *scanning*, *seizing*, *integrative*, dan *transformative capabilities*) sebagai kemampuan organisasi dalam merespons perubahan;
4. *Capabilities ecosystem* sebagai hasil pengembangan kapabilitas baru melalui integrasi pengetahuan eksternal.

Sintesis dilakukan dengan membandingkan, menghubungkan, dan mengorganisasikan konsep-konsep tersebut menjadi kerangka yang menjelaskan proses transformasi kapabilitas pada bisnis kopi tahap awal.

Studi Kasus Ilustratif

Sebagai konteks penerapan kerangka konseptual, penelitian ini menggunakan NowKopi sebagai studi kasus yang dapat menjadi ilustratif dalam penelitian ini. NowKopi merupakan bisnis kopi tahap awal yang masih berada pada fase pengembangan awal dengan beberapa varian produk minuman kopi. Pemilihan kasus dilakukan bukan untuk menghasilkan generalisasi empiris, melainkan sebagai representasi konteks usaha kecil yang menghadapi tantangan umum terkait keterbatasan sumber daya, inovasi produk, pengembangan komunitas, dan adaptasi digital.

Penggunaan studi kasus ilustratif bertujuan untuk membantu menjelaskan bagaimana konsep OIDP dapat diterapkan secara realistis pada bisnis kopi tahap awal atau bisnis kuliner pada umumnya. Fokus penelitian tidak terletak pada evaluasi performa bisnis tertentu, tetapi pada pengembangan pemahaman mengenai pemanfaatan dan implementasi kerangka konseptual dalam situasi nyata. Pendekatan ini sejalan dengan artikel konseptual yang menggunakan contoh kasus untuk memperjelas hubungan antar konsep dan meningkatkan relevansi praktis dari kerangka yang dikembangkan.

Pengembangan Kerangka Konseptual

Tahap akhir penelitian difokuskan pada pengembangan kerangka konseptual implementasi OIDP. Kerangka tersebut disusun berdasarkan integrasi antara teori inovasi terbuka, *dynamic capabilities*, dan konsep transformasi ekosistem. Kerangka yang diusulkan menjelaskan proses berikut: *external knowledge*, *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*, *dynamic capabilities*, *ecosystem capabilities*, dan *new*

organizational capabilities. Melalui kerangka tersebut, penelitian menjelaskan bagaimana pengetahuan eksternal dapat diubah menjadi kapabilitas baru, termasuk *innovation capability*, *digital capability*, *analytical capability*, *collaboration capability*, dan *transformative capability*. Selain menghasilkan kontribusi teoritis, kerangka yang dikembangkan juga dilengkapi dengan roadmap implementasi yang bertujuan membantu bisnis kopi tahap awal maupun pelaku usaha kuliner lainnya dalam mengadopsi strategi inovasi terbuka secara lebih sistematis.

Validitas Konseptual dan Kontribusi Penelitian

Untuk menjaga konsistensi konseptual, kerangka yang dikembangkan dibangun berdasarkan sintesis literatur yang memiliki keterkaitan teoritis kuat dengan ODP dan *dynamic capabilities*. Validitas penelitian tidak diukur melalui pengujian statistik, melainkan melalui koherensi teoritis, konsistensi logika antar konsep, dan relevansi praktis terhadap praktik konteks bisnis tahap awal pada NowKopi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Bisnis Kopi Tahap Awal dan Kebutuhan Pengetahuan Eksternal

Perkembangan industri kopi dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa produk kopi tidak lagi diposisikan hanya sebagai komoditas konsumsi, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup, identitas sosial, dan pengalaman pelanggan. Perubahan tersebut mendorong peningkatan jumlah bisnis kopi baru, termasuk usaha kopi tahap awal (*emerging coffee businesses*) yang umumnya beroperasi dengan sumber daya terbatas tetapi menghadapi tekanan inovasi yang tinggi. Berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki akses terhadap riset pasar, tim inovasi, dan sumber daya teknologi yang lebih matang, bisnis kopi tahap awal sering kali mengandalkan pengalaman pemilik usaha, intuisi pasar, serta interaksi langsung dengan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan. Kondisi ini menyebabkan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar menjadi sangat dipengaruhi oleh akses terhadap pengetahuan eksternal dan kemampuan mengubah pengetahuan tersebut menjadi tindakan strategis.

Pada konteks usaha kopi tahap awal, tantangan utama umumnya meliputi:

1. Keterbatasan sumber daya inovasi internal, seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan kemampuan analisis pasar.
2. Perubahan preferensi konsumen yang cepat, terutama pada kelompok pelanggan muda yang cenderung mengikuti tren visual, pengalaman konsumsi, dan identitas merek.
3. Persaingan produk yang tinggi, di mana diferensiasi tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga pengalaman pelanggan, cerita produk, dan keterlibatan komunitas.
4. Ketergantungan pada intuisi pemilik usaha, sehingga keputusan bisnis belum sepenuhnya berbasis data atau pengetahuan kolektif.
5. Keterbatasan akses terhadap ekosistem inovasi, seperti komunitas, mitra kolaborasi, maupun sumber pembelajaran eksternal.

Dalam kondisi tersebut, kemampuan memperoleh pengetahuan dari luar organisasi menjadi semakin penting. Pengetahuan eksternal dapat dipahami sebagai informasi, pengalaman, tren, atau wawasan yang berasal dari aktor di luar organisasi dan berpotensi digunakan untuk mendukung proses inovasi. Pada bisnis kopi tahap awal, pengetahuan eksternal tidak hanya berasal dari pelanggan, tetapi juga komunitas kopi, media sosial, kreator digital, pelaku industri, institusi pendidikan, hingga pelaku usaha lain.

Jenis pengetahuan eksternal yang relevan bagi bisnis kopi tahap awal dapat dikategorikan menjadi beberapa bentuk sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Pengetahuan Eksternal pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Jenis Pengetahuan	Sumber	Potensi Pemanfaatan
Tren konsumsi	Media sosial, komunitas	Pengembangan produk
Preferensi pelanggan	<i>Review, polling</i>	Penyesuaian rasa dan layanan
Pengetahuan pemasaran digital	Kreator konten	Strategi promosi
Insight perilaku konsumen	Interaksi pelanggan	Segmentasi pasar
Inovasi produk	Komunitas kopi, mitra	<i>Co-creation</i>
Branding dan visual	Desainer, komunitas kreatif	Diferensiasi merek

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengetahuan eksternal pada bisnis kopi tidak terbatas pada aspek produk, tetapi juga mencakup perilaku pelanggan, strategi pemasaran, dan pembentukan identitas merek. Dengan demikian, tantangan utama bukan lagi sekadar memperoleh informasi, tetapi bagaimana informasi tersebut diolah menjadi kapabilitas organisasi baru. Pada titik ini, konsep *knowledge ecosystem* menjadi relevan.

Knowledge ecosystem menggambarkan lingkungan kolaboratif yang memungkinkan berbagai aktor bertukar pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya (Abbate et al., 2022)(Stoeber & Kanbach, 2025). Dalam konteks bisnis kopi tahap awal, ekosistem tersebut dapat terdiri dari pelanggan, komunitas digital, kreator konten, akademisi, pelaku UMKM, maupun komunitas pecinta kopi. Pelanggan dapat memberikan masukan mengenai preferensi rasa, komunitas kopi memberikan wawasan terkait tren konsumsi, sementara kreator digital menyampaikan perspektif mengenai perilaku pasar dan strategi komunikasi. Interaksi tersebut menghasilkan aliran pengetahuan yang berpotensi mendukung inovasi apabila mampu diintegrasikan secara efektif. Namun demikian, keberadaan *knowledge ecosystem* tidak secara otomatis menghasilkan inovasi atau pertumbuhan bisnis. Pengetahuan yang terkumpul hanya akan menjadi informasi pasif apabila tidak diikuti oleh kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan, memanfaatkan, dan mentransformasikannya menjadi tindakan strategis. Oleh karena itu, bisnis kopi tahap awal membutuhkan mekanisme yang mampu menjembatani proses transformasi dari pengetahuan menuju kapabilitas.

Dalam penelitian ini, OIDP diposisikan sebagai mekanisme yang memungkinkan proses tersebut terjadi. OIDP menyediakan ruang interaksi digital yang memungkinkan organisasi memperoleh pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya melalui kolaborasi, serta mengembangkan inovasi bersama berbagai aktor dalam ekosistem. Dengan kata lain, OIDP berpotensi menjadi penghubung antara *knowledge ecosystem* dan pembentukan *capabilities ecosystem*. Temuan konseptual ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis kopi tahap awal tidak semata ditentukan oleh kualitas produk awal yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan organisasi membangun sistem pembelajaran eksternal yang berkelanjutan. Perspektif tersebut memperluas cara pandang terhadap inovasi pada usaha kecil, yaitu dari pendekatan berbasis sumber daya internal menuju pendekatan berbasis ekosistem dan kolaborasi. Selain relevan bagi bisnis kopi, pola transformasi ini berpotensi diterapkan pada berbagai usaha kuliner tahap awal lain yang menghadapi karakteristik serupa, seperti keterbatasan sumber daya, kebutuhan inovasi cepat, dan ketergantungan pada perubahan preferensi konsumen. Hasil sintesis konseptual menunjukkan bahwa kemampuan bisnis tahap awal dalam memperoleh dan mengakses pengetahuan eksternal melalui ekosistem digital berpotensi memperkuat proses transformasi menuju pembentukan kapabilitas organisasi baru.

OIDP sebagai Mekanisme Transformasi Pengetahuan menuju Kapabilitas

Transformasi digital telah mengubah cara organisasi memperoleh dan mengelola pengetahuan. Pada pendekatan inovasi tradisional, proses pengembangan produk dan pengambilan keputusan cenderung dilakukan secara internal dengan keterlibatan terbatas dari pihak eksternal. Namun, meningkatnya kompleksitas pasar dan percepatan perubahan preferensi konsumen menyebabkan organisasi, termasuk bisnis tahap awal, semakin sulit bergantung hanya pada sumber daya internal. Kondisi tersebut mendorong munculnya pendekatan inovasi terbuka yang memungkinkan organisasi mengakses pengetahuan dari berbagai aktor di luar organisasi.

Dalam konteks tersebut, *Open Innovation Digital Platform* (OIDP) berfungsi sebagai infrastruktur yang memfasilitasi pertukaran pengetahuan, interaksi kolaboratif, dan penciptaan nilai bersama (*co-creation*) (Jia et al., 2023)(Qiu & Chang, 2025)(Ciampi et al., 2022) OIDP tidak hanya dipahami sebagai platform teknologi, tetapi juga sebagai mekanisme sosial dan organisasi yang memungkinkan berbagai pihak berpartisipasi dalam proses inovasi.

Pada bisnis kopi tahap awal, OIDP dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti:

1. komunitas digital berbasis media sosial;
2. forum pelanggan;
3. platform kolaboratif;
4. komunitas pecinta kopi;
5. ruang diskusi berbasis aplikasi pesan;
6. kolaborasi dengan institusi pendidikan atau kreator digital.

Pemanfaatan OIDP memungkinkan bisnis kecil mengakses sumber pengetahuan yang sebelumnya sulit diperoleh akibat keterbatasan sumber daya internal. Dalam perspektif ini, OIDP berperan sebagai penghubung antara organisasi dengan ekosistem eksternal yang terdiri atas pelanggan, komunitas, kreator, akademisi, dan aktor lain. Penelitian ini mengusulkan bahwa transformasi pengetahuan menuju kapabilitas pada bisnis kopi tahap awal terjadi melalui tiga proses utama, yaitu: *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*.

Ketiga proses tersebut tidak berlangsung secara terpisah, tetapi membentuk siklus pembelajaran yang berkelanjutan.

Knowledge Sharing: Tahap Pertukaran Pengetahuan dalam Ekosistem

Knowledge sharing merupakan proses awal ketika organisasi memperoleh wawasan, pengalaman, atau informasi dari berbagai sumber eksternal (Abbate et al., 2022)(Franco-Riquelme et al., 2025)(Xing et al., 2024). Pada tahap ini, pengetahuan dipertukarkan melalui interaksi antaraktor dalam ekosistem digital.

Dalam konteks bisnis kopi tahap awal, proses knowledge sharing dapat terjadi melalui:

1. komentar pelanggan mengenai rasa produk;
2. ulasan konsumen pada media sosial;
3. diskusi dengan komunitas kopi;
4. interaksi dengan kreator konten;
5. observasi tren konsumsi digital;
6. kolaborasi informal dengan pelaku usaha lain.

Sebagai gambaran, pelanggan dapat memberikan masukan terkait tingkat kemanisan produk atau preferensi terhadap desain kemasan. Di sisi lain, komunitas kopi mungkin memberikan wawasan mengenai tren konsumsi baru, sedangkan kreator digital dapat menawarkan perspektif mengenai perilaku pasar muda. Pada tahap ini, organisasi belum menghasilkan inovasi baru. Pengetahuan yang diperoleh masih berupa informasi mentah (*raw knowledge*) yang memerlukan proses interpretasi lebih lanjut. *Knowledge sharing* memiliki peran penting karena memperluas akses organisasi terhadap perspektif eksternal dan mengurangi ketergantungan pada pengalaman internal semata. Kerangka yang diusulkan memperlihatkan bahwa intensitas *knowledge sharing* melalui ODP dapat memperluas akses organisasi terhadap sumber pengetahuan eksternal yang relevan untuk mendukung inovasi dan pembelajaran organisasi.

Knowledge Integration: Transformasi Informasi menjadi Wawasan Strategis

Pengetahuan eksternal yang terkumpul tidak secara otomatis menghasilkan inovasi. Informasi dari berbagai sumber perlu diproses, dipilih, dan dihubungkan agar membentuk pemahaman yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan (Jia et al., 2023)(Teece, 2018). Tahap ini disebut sebagai *knowledge integration*, yaitu kemampuan organisasi menggabungkan berbagai bentuk pengetahuan menjadi wawasan strategis (*strategic insight*).

Pada bisnis kopi tahap awal dapat memperoleh informasi berikut:

1. pelanggan menginginkan produk rendah gula;
2. media sosial menunjukkan meningkatnya minat terhadap minuman estetik;
3. data penjualan menunjukkan pembeli didominasi kelompok usia muda.

Secara terpisah, informasi tersebut memiliki nilai terbatas. Namun ketika diintegrasikan, organisasi dapat mengembangkan pemahaman baru mengenai kebutuhan pasar. Hasil integrasi dapat menghasilkan keputusan pengembangan varian kopi rendah gula dengan desain visual yang lebih menarik untuk segmen pelanggan muda. Dengan demikian, *knowledge integration* membantu organisasi berpindah dari mengumpulkan informasi menjadi membangun wawasan strategis. Tahap ini menunjukkan bahwa nilai pengetahuan tidak hanya terletak pada jumlah informasi yang dimiliki, tetapi pada kemampuan organisasi menghubungkan berbagai sumber informasi menjadi keputusan. Kemampuan organisasi dalam melakukan *knowledge integration* mampu memengaruhi kapasitasnya untuk mengubah pengetahuan eksternal menjadi wawasan strategis yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan inovasi.

Co-Creation: Penciptaan Nilai Bersama melalui Kolaborasi

Tahap berikutnya adalah *co-creation*, yaitu proses ketika organisasi dan aktor eksternal secara bersama-sama menghasilkan inovasi, produk, atau nilai baru (Abbate et al., 2022)(Xing et al., 2024). Berbeda dengan pendekatan tradisional yang menempatkan pelanggan hanya sebagai konsumen, *co-creation* memosisikan pelanggan dan komunitas sebagai mitra dalam proses inovasi. Dalam konteks bisnis kopi tahap awal, *co-creation* dapat diwujudkan melalui:

1. pengembangan produk berdasarkan *voting* komunitas;
2. kolaborasi desain kemasan;
3. uji coba rasa bersama pelanggan;
4. pengembangan kampanye pemasaran berbasis komunitas.

Pada tahap ini, pelanggan tidak lagi hanya memberikan masukan, tetapi ikut berpartisipasi dalam pembentukan produk atau pengalaman konsumsi. Proses menunjukkan bahwa inovasi menjadi hasil interaksi kolektif, bukan semata keputusan internal organisasi. Melalui *co-creation*, bisnis tahap awal berpotensi mempercepat inovasi sekaligus membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan pelanggan. Keterlibatan aktor eksternal dalam proses *co-creation* berpotensi memperkuat pengembangan kapabilitas inovasi dan kolaborasi melalui penciptaan nilai bersama. Model tersebut menunjukkan bahwa OIDP bukan hanya alat berbagi informasi, tetapi mekanisme yang memungkinkan organisasi mentransformasikan pengetahuan eksternal menjadi kapabilitas baru. Dengan kata lain, OIDP berfungsi sebagai jembatan antara *knowledge ecosystem* dan pembentukan *capabilities ecosystem*.

Transformasi tersebut menjadi dasar bagi peran *dynamic capabilities* dalam memperkuat proses perubahan dari pengetahuan menuju kapabilitas organisasi baru. Pembahasan ini menunjukkan bahwa OIDP dapat dipahami sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan antara *knowledge ecosystem* dan *capabilities ecosystem* melalui proses *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*.

Dynamic Capabilities sebagai Penggerak Transformasi menuju Capabilities Ecosystem

Meskipun OIDP memungkinkan organisasi memperoleh akses terhadap pengetahuan eksternal, keberadaan pengetahuan tersebut tidak secara otomatis menghasilkan inovasi maupun kapabilitas baru. Organisasi memerlukan kemampuan untuk mengenali perubahan, memahami peluang, mengambil tindakan strategis, mengintegrasikan berbagai sumber daya, dan melakukan transformasi agar tetap relevan dalam lingkungan yang dinamis (Al-Moaid & Almarhdi, 2024)(Teece, 2018). Kemampuan tersebut dikenal sebagai *dynamic capabilities*.

Konsep *dynamic capabilities* menjelaskan kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya internal maupun eksternal untuk merespons perubahan lingkungan. Dalam konteks bisnis tahap awal, *dynamic capabilities* menjadi semakin penting karena organisasi sering menghadapi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian pasar yang tinggi. Penelitian ini mengusulkan bahwa proses transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* dimediasi oleh lima kemampuan utama, yaitu: *scanning capability*, *sensing capability*, *seizing capability*, *integrative capability*, dan *transformative capability*. Kelima kemampuan tersebut bekerja sebagai mekanisme adaptif yang membantu organisasi mengubah pengetahuan menjadi tindakan strategis.

Scanning Capability: Kemampuan Mengidentifikasi dan Mengakses Pengetahuan Eksternal

Scanning capability merujuk pada kemampuan organisasi untuk secara aktif mencari, memantau, dan mengakses informasi dari lingkungan eksternal yang berpotensi menghasilkan peluang baru (Abbate et al., 2022). Pada tahap ini, organisasi berupaya memperluas cakupan pengetahuan melalui observasi terhadap tren pasar, perilaku pelanggan, perkembangan teknologi, maupun aktivitas kompetitor. Dalam konteks bisnis kopi tahap awal, aktivitas scanning dapat dilakukan melalui:

1. pemantauan tren konsumsi pada media sosial;
2. observasi strategi pemasaran kompetitor;
3. interaksi dengan komunitas kopi;
4. mengikuti perkembangan preferensi pelanggan;
5. kolaborasi dengan komunitas kreatif atau institusi pendidikan.

Dalam bisnis kopi, tahap ini dapat menemukan bahwa pelanggan muda mulai menunjukkan preferensi terhadap minuman dengan kadar gula lebih rendah, pengalaman visual yang kuat, atau produk yang memiliki narasi identitas tertentu. Pada tahap ini, organisasi belum melakukan inovasi, tetapi mulai mengumpulkan sinyal perubahan dari lingkungan. *Scanning capability* berfungsi memperluas akses terhadap sumber pengetahuan yang berpotensi mendukung proses inovasi berikutnya. Kemampuan organisasi melakukan *scanning* terhadap lingkungan eksternal dapat memperluas kapasitas organisasi dalam memperoleh pengetahuan yang relevan bagi proses inovasi.

Sensing Capability: Kemampuan Mengenali Peluang Strategis

Setelah memperoleh informasi dari lingkungan eksternal, organisasi perlu memahami makna strategis dari perubahan tersebut. Proses ini disebut sebagai *sensing capability*, yaitu kemampuan mengenali peluang maupun ancaman berdasarkan informasi yang tersedia (Abbate et al., 2022)(Xing et al., 2024). Pada bisnis kopi tahap awal, *sensing capability* dapat terlihat ketika organisasi memahami bahwa:

1. meningkatnya perhatian terhadap minuman rendah gula merupakan peluang pengembangan produk;
2. perubahan perilaku pelanggan pada media sosial menunjukkan kebutuhan akan pengalaman konsumsi yang lebih personal;
3. tren visual tertentu dapat memengaruhi preferensi pembelian.

Sensing memungkinkan organisasi berpindah dari mengetahui perubahan menjadi memahami implikasi perubahan. Kemampuan ini membantu organisasi menentukan area inovasi yang memiliki potensi nilai terbesar. Kemampuan sensing memungkinkan organisasi mengenali peluang strategis yang muncul dari perubahan perilaku pasar maupun dinamika lingkungan eksternal.

Seizing Capability: Kemampuan Mengubah Peluang menjadi Tindakan Strategis

Mengenali peluang tidak cukup apabila organisasi tidak mampu mengambil tindakan. Oleh karena itu, *seizing capability* merujuk pada kemampuan mengalokasikan sumber daya dan mengambil keputusan strategis untuk memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi (Al-Moaid & Almarhdi, 2024)(Teece, 2018). Dalam bisnis kopi tahap awal, *seizing* dapat diwujudkan melalui:

1. pengembangan varian produk baru berdasarkan *insight* pelanggan;
2. perubahan strategi promosi;
3. peluncuran produk edisi terbatas;
4. penerapan model interaksi baru dengan komunitas pelanggan.

NowKopi dapat mengembangkan produk kopi rendah gula setelah mengidentifikasi perubahan preferensi konsumen melalui proses *scanning* dan *sensing*. Tahap ini menunjukkan perubahan dari memahami peluang menjadi mengimplementasikan inovasi. Kemampuan *seizing* berpotensi memperkuat kapasitas organisasi dalam mentransformasikan peluang yang telah diidentifikasi menjadi inovasi yang dapat diimplementasikan.

Integrative Capability: Kemampuan Menggabungkan Pengetahuan menjadi Nilai Baru

Integrative capability menggambarkan kemampuan organisasi dalam menghubungkan berbagai bentuk pengetahuan, aktor, dan sumber daya sehingga menghasilkan inovasi baru (Stoeber & Kanbach, 2025). Dalam konteks OIDP, kapabilitas ini menjadi sangat penting karena inovasi jarang muncul dari satu sumber pengetahuan tunggal. Sebaliknya, inovasi sering kali dihasilkan melalui integrasi berbagai perspektif baik dari pelanggan, komunitas kopi, kreator digital dan juga data penjualan.

Tahap ini menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya mengumpulkan pengetahuan, tetapi juga mengorkestrasi pengetahuan tersebut menjadi sumber nilai. *Integrative capability* memainkan peran penting dalam menghubungkan pengetahuan eksternal dengan pembentukan kapabilitas organisasi baru melalui integrasi sumber daya dan perspektif yang beragam.

Transformative Capability: Kemampuan Mengubah Model Bisnis dan Ekosistem

Transformative capability merupakan kemampuan organisasi untuk melakukan perubahan mendasar terhadap proses, struktur, maupun model bisnis sebagai respons terhadap dinamika lingkungan (Abbate et al., 2022)(Jia et al., 2023). Pada bisnis kopi tahap awal, transformasi dapat terjadi ketika organisasi berkembang dari: penjual produk menjadi komunitas inovasi berbasis pelanggan. Contoh yang lain adalah produsen kopi menjadi ekosistem kolaboratif berbasis OIDP. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya memperbaiki produk, tetapi juga mengubah cara menciptakan nilai. *Transformative capability* membuat organisasi mulai bergerak menuju *capabilities ecosystem*, yaitu kondisi ketika kemampuan berkolaborasi, belajar, dan berinovasi menjadi aset strategis utama. Kemampuan transformasi organisasi berpotensi mempercepat perubahan dari ekosistem berbasis pengetahuan menuju ekosistem berbasis kapabilitas yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Dinamika Transformasi: Dari *Knowledge Ecosystem* menuju *Capabilities Ecosystem*

Penelitian ini mengusulkan bahwa transformasi menuju *capabilities ecosystem* terjadi secara bertahap. Pada tahap awal, organisasi memperoleh pengetahuan dari berbagai aktor eksternal melalui OIDP (Abbate et al., 2022). Kondisi tersebut membentuk *knowledge ecosystem*, di mana fokus utama terletak pada pertukaran informasi dan pembelajaran bersama. Ketika organisasi mulai mengenali peluang (*sensing*); mencari pengetahuan baru (*scanning*); mengambil tindakan (*seizing*); mengintegrasikan sumber daya (*integrative*); melakukan transformasi (*transformative*) maka pengetahuan tidak lagi berfungsi sebagai sumber informasi

semata, tetapi berkembang menjadi kemampuan organisasi yang dapat menghasilkan inovasi berkelanjutan. Dengan demikian, *capabilities ecosystem* muncul ketika organisasi mampu mengubah proses pembelajaran kolektif menjadi kapabilitas yang menciptakan nilai.

Model ini menunjukkan bahwa *dynamic capabilities* berfungsi sebagai mekanisme utama yang menghubungkan pengetahuan dengan pembentukan kapabilitas baru. Hasil konseptual dari penelitian ini menunjukkan bahwa *dynamic capabilities* berperan sebagai mekanisme mediasi yang menghubungkan OIDP dengan proses transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem*.

Kerangka Konseptual Implementasi *Open Innovation Digital Platform* pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Berdasarkan sintesis konseptual yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini mengusulkan sebuah kerangka implementasi *Open Innovation Digital Platform* (OIDP) untuk menjelaskan bagaimana bisnis kopi tahap awal dapat mentransformasikan pengetahuan eksternal menjadi kapabilitas organisasi baru. Kerangka tersebut dikembangkan melalui integrasi konsep *knowledge ecosystem*, *dynamic capabilities*, *co-creation*, dan *capabilities ecosystem*. Kerangka yang diusulkan berangkat dari asumsi bahwa bisnis tahap awal umumnya menghadapi keterbatasan sumber daya internal, sehingga pengembangan inovasi memerlukan akses terhadap sumber pengetahuan eksternal. Dalam konteks tersebut, OIDP berfungsi sebagai mekanisme yang memungkinkan organisasi memperoleh, mengintegrasikan, dan memanfaatkan pengetahuan dari berbagai aktor eksternal.

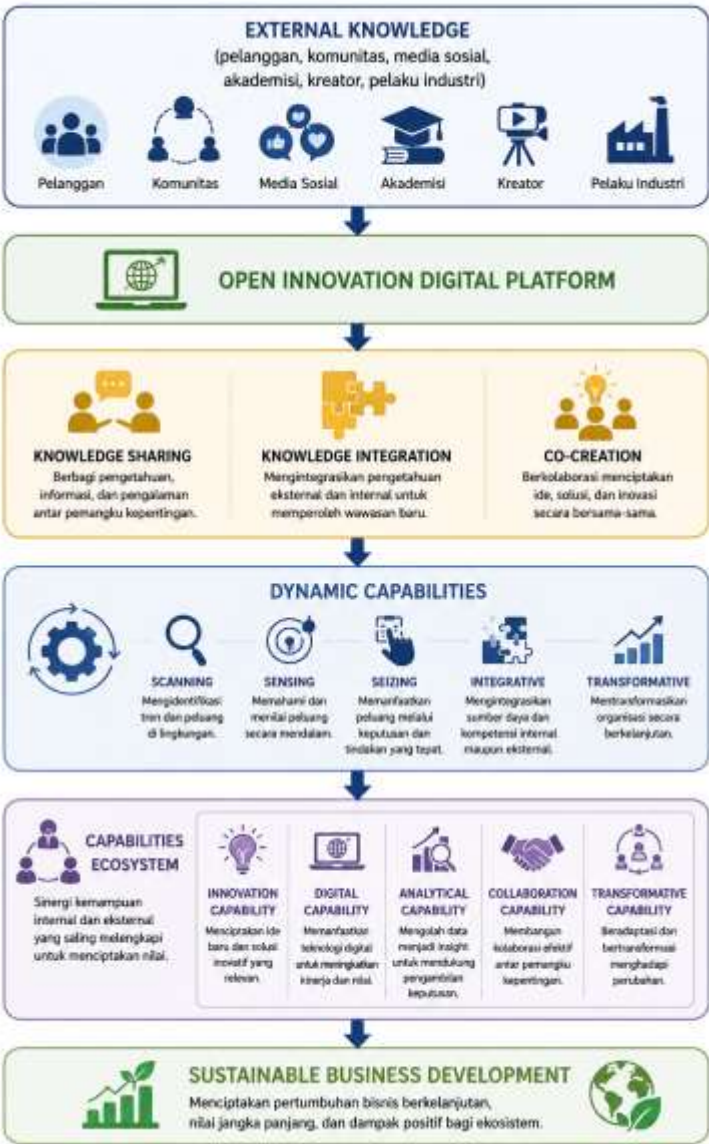
Pengetahuan eksternal (*external knowledge*) dapat berasal dari berbagai sumber, seperti pelanggan, komunitas digital, pelaku industri, kreator konten, institusi pendidikan, maupun data interaksi pelanggan. Pengetahuan tersebut kemudian diproses melalui tiga mekanisme utama, yaitu *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*. Proses transformasi pengetahuan tidak berlangsung secara otomatis. Organisasi membutuhkan *dynamic capabilities* untuk mengidentifikasi peluang (*scanning* dan *sensing*), menangkap peluang (*seizing*), mengintegrasikan sumber daya (*integrative capability*), serta melakukan perubahan organisasi (*transformative capability*). Melalui proses tersebut, pengetahuan yang sebelumnya bersifat eksternal mulai berkembang menjadi kapabilitas organisasi yang lebih permanen. Kapabilitas yang terbentuk dapat berupa:

1. *innovation capability*, yaitu kemampuan menghasilkan inovasi produk atau layanan;
2. *digital capability*, yaitu kemampuan memanfaatkan teknologi dan platform digital;
3. *analytical capability*, yaitu kemampuan mengubah data menjadi keputusan strategis;
4. *collaboration capability*, yaitu kemampuan membangun kolaborasi lintas aktor;
5. *transformative capability*, yaitu kemampuan melakukan perubahan model bisnis.

Dalam jangka panjang, akumulasi kapabilitas tersebut membentuk *capabilities ecosystem*, yaitu kondisi ketika kemampuan organisasi untuk belajar, beradaptasi, dan berkolaborasi menjadi sumber keunggulan kompetitif utama.

Dengan demikian, transformasi yang terjadi tidak hanya mengubah cara organisasi memperoleh informasi, tetapi juga mengubah cara organisasi menciptakan nilai.

Kerangka konseptual yang diusulkan dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada Gambar 1 menunjukkan bahwa OIDP berperan sebagai mekanisme mediasi antara pengetahuan eksternal dan pembentukan kapabilitas baru. Pada tahap awal, organisasi berada pada kondisi *knowledge ecosystem*, di mana interaksi lebih berfokus pada pertukaran informasi, melalui *dynamic capabilities*, organisasi bergerak menuju *capabilities ecosystem* yang ditandai oleh kemampuan berinovasi dan beradaptasi secara berkelanjutan. Kontribusi utama kerangka ini terletak pada upaya menghubungkan konsep OIDP dan *dynamic capabilities* dengan konteks bisnis kopi tahap awal yang memiliki keterbatasan sumber daya. Selain itu, kerangka tersebut berpotensi diadaptasi oleh usaha kuliner lain dengan karakteristik serupa, terutama usaha yang berada pada fase awal perkembangan dan menghadapi tantangan transformasi digital. Hasil sintesis konseptual menunjukkan bahwa implementasi OIDP yang diperkuat oleh *dynamic capabilities* berpotensi mempercepat pembentukan *capabilities ecosystem* pada bisnis tahap awal.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Implementasi ODP pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Roadmap Implementasi ODP pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Meskipun kerangka konseptual memberikan gambaran hubungan antar konsep, implementasi pada bisnis tahap awal memerlukan tahapan yang lebih operasional. Penelitian ini mengusulkan roadmap implementasi bertahap agar transformasi menuju *capabilities ecosystem* dapat dilakukan secara realistis. Roadmap dibangun berdasarkan asumsi bahwa bisnis tahap awal memiliki keterbatasan sumber daya sehingga pengembangan dilakukan secara bertahap.

Tabel 2. Roadmap Implementasi ODP pada Bisnis Kopi Tahap Awal

Fokus	Aktivitas Utama	Target	Kapabilitas yang Berkembang
Tahap 1 (1–3 bulan) <i>Listening & Community Building</i>			
Membangun akses terhadap pengetahuan eksternal dan komunitas	Membangun komunitas digital, mengumpulkan umpan balik pelanggan, survei preferensi, observasi tren, dokumentasi pengetahuan	≥100 interaksi pelanggan; basis data awal; identifikasi preferensi; komunitas awal terbentuk	<i>Collaboration capability, analytical capability, scanning capability, knowledge acquisition capability</i>
Tahap 2 (4–6 bulan) <i>Knowledge Sharing & Co-Creation</i>			
Melibatkan pelanggan dan komunitas dalam inovasi	<i>Feedback session, voting</i> produk, uji coba produk, kolaborasi komunitas, dokumentasi ide	Minimal 1 ide produk baru; peningkatan partisipasi; terbentuk mekanisme knowledge sharing	<i>Innovation capability, collaboration capability, knowledge sharing capability, sensing capability</i>

Fokus	Aktivitas Utama	Target	Kapabilitas yang Berkembang
Tahap 3 (7–9 bulan) <i>Knowledge Integration & Data-Based Decision</i>			
Mengubah informasi menjadi wawasan strategis	Integrasi data pelanggan, analisis perilaku, keputusan berbasis data, dokumentasi pembelajaran	Customer persona; peningkatan repeat purchase sebesar 10%; identifikasi peluang inovasi	<i>Analytical capability, digital capability, integrative capability, knowledge management capability</i>
Tahap 4 (10–12 bulan) <i>Transformation toward Capabilities Ecosystem</i>			
Transformasi menuju organisasi berbasis pembelajaran dan kolaborasi	Penguatan komunitas, co-creation berkala, identitas merek berbasis komunitas, strategi pertumbuhan	Repeat purchase +20% ; engagement komunitas >30%; 2 kolaborasi eksternal dan 1 inovasi/semester	<i>Transformative capability, collaboration capability, innovation capability, ecosystem capability, adaptive capability</i>

Roadmap implementasi menunjukkan bahwa transformasi menuju capabilities ecosystem berlangsung secara bertahap melalui akumulasi pembelajaran, interaksi eksternal, dan pengembangan kapabilitas organisasi. Tahapan dimulai dari pembentukan akses pengetahuan eksternal hingga transformasi menuju ekosistem inovasi berbasis kolaborasi.

Tantangan dan Risiko Implementasi *Open Innovation Digital Platform* pada Bisnis Tahap Awal

Meskipun OIDP menawarkan potensi besar dalam mendukung transformasi pengetahuan menjadi kapabilitas organisasi, implementasinya pada bisnis tahap awal tidak terlepas dari berbagai tantangan. Transformasi menuju *capabilities ecosystem* merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh kondisi internal organisasi, keterbatasan sumber daya, serta dinamika partisipasi aktor eksternal. Dalam konteks bisnis kopi tahap awal ataupun usaha kuliner skala kecil, tantangan implementasi OIDP perlu dipahami sebagai bagian dari proses pembelajaran organisasi. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengakses teknologi digital, tetapi juga oleh kapasitas organisasi mengelola interaksi, pengetahuan, dan perubahan.

1. Rendahnya Partisipasi Komunitas dalam Proses *Co-Creation*

OIDP sangat bergantung pada keterlibatan aktor eksternal, termasuk pelanggan, komunitas, dan mitra kolaborasi. Namun demikian, partisipasi komunitas tidak selalu terbentuk secara otomatis.

Pada bisnis tahap awal, keterbatasan jumlah pelanggan aktif dapat menyebabkan rendahnya interaksi dalam:

diskusi produk; survei pelanggan; *feedback digital*; dan pengembangan inovasi bersama. Organisasi dapat menyediakan ruang partisipasi melalui media sosial atau komunitas digital, tetapi tingkat respons pelanggan mungkin tetap rendah. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan keterbatasan pengetahuan yang diperoleh sehingga proses *co-creation* tidak berjalan optimal. Dengan demikian, tantangan utama tidak hanya membangun komunitas, tetapi mempertahankan keterlibatan komunitas secara berkelanjutan.

2. Keterbatasan Kapasitas Internal untuk Mengolah Pengetahuan

Pengetahuan eksternal yang melimpah tidak secara otomatis menghasilkan inovasi apabila organisasi tidak memiliki kemampuan untuk mengolah informasi tersebut.

Bisnis tahap awal umumnya menghadapi keterbatasan berupa sumber daya manusia; kemampuan analisis; waktu; dan kapasitas teknologi. Akibatnya, organisasi mungkin mampu mengumpulkan banyak *feedback*, tetapi mengalami kesulitan dalam mengubah informasi menjadi keputusan strategis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan OIDP tidak hanya dipengaruhi oleh akses terhadap pengetahuan, tetapi juga oleh kemampuan internal untuk melakukan *knowledge integration*.

3. Ketidaksesuaian antara Preferensi Pelanggan dan Kapasitas Produksi

Proses *co-creation* dapat menghasilkan berbagai ide inovatif dari pelanggan maupun komunitas. Namun, tidak semua ide dapat diimplementasikan secara realistis. Sebagai contoh, pelanggan dapat mengusulkan: varian premium; kemasan khusus; dan bahan baku tertentu. Namun, keterbatasan biaya dan kapasitas produksi dapat menyebabkan organisasi sulit merealisasikan usulan tersebut. Situasi tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan antara ekspektasi komunitas dan kemampuan organisasi.

4. Risiko Ketergantungan terhadap Tren Jangka Pendek

Lingkungan digital memungkinkan organisasi memperoleh akses cepat terhadap tren konsumsi. Meskipun demikian, orientasi berlebihan terhadap tren dapat menyebabkan organisasi kehilangan identitas merek jangka panjang. Bisnis tahap awal yang terus menyesuaikan diri dengan tren tanpa mempertimbangkan posisi merek berisiko mengalami: inkonsistensi produk; perubahan identitas merek; dan rendahnya loyalitas pelanggan. Dengan demikian, organisasi perlu menyeimbangkan antara adaptasi terhadap tren dan pembangunan karakter bisnis jangka panjang.

5. Kesulitan Mempertahankan Transformasi Organisasi

Transformasi menuju *capabilities ecosystem* membutuhkan perubahan tidak hanya pada produk, tetapi juga pada pola pikir organisasi. Pada tahap ini, organisasi perlu berpindah dari: orientasi produk menuju orientasi pembelajaran dan kolaborasi. Perubahan tersebut sering kali menjadi tantangan terbesar karena memerlukan komitmen jangka panjang.

Tantangan menunjukkan bahwa implementasi OIDP bukan sekadar adopsi teknologi digital, tetapi proses transformasi organisasi yang membutuhkan kesiapan sumber daya, budaya kolaborasi, dan kemampuan adaptif. Berdasarkan pembahasan tersebut, penelitian ini mengusulkan bahwa risiko implementasi perlu dipandang sebagai bagian dari proses pembentukan *dynamic capabilities*. Dengan kata lain, kemampuan organisasi menghadapi tantangan justru dapat memperkuat proses pembelajaran menuju *capabilities ecosystem*. Keberhasilan implementasi OIDP dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola keterbatasan sumber daya, mempertahankan partisipasi komunitas, serta mengadaptasi proses transformasi internal secara berkelanjutan.

Implikasi Teoretis dan Praktis dari Kerangka yang Diusulkan

Kerangka konseptual yang dikembangkan dalam penelitian ini memberikan implikasi pada dua aspek utama, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis.

1. *Theoretical implications*

Penelitian sebelumnya cenderung membahas OIDP pada organisasi yang memiliki sumber daya lebih matang. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi menuju *capabilities ecosystem* juga berpotensi terjadi pada bisnis kecil melalui proses pembelajaran eksternal dan pengembangan kapabilitas adaptif. Selain itu, penelitian ini mengusulkan bahwa *dynamic capabilities* tidak hanya berfungsi sebagai respons terhadap perubahan lingkungan, tetapi juga sebagai mekanisme transformasi pengetahuan menjadi kapabilitas organisasi baru.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, kerangka yang dikembangkan dapat digunakan sebagai panduan awal bagi: bisnis kopi tahap awal; UMKM kuliner; usaha makanan dan minuman; inkubator bisnis; mahasiswa kewirausahaan; dan juga pelaku ekonomi kreatif.

Framework memungkinkan organisasi memahami tahapan implementasi OIDP secara bertahap, mulai dari pengumpulan pengetahuan eksternal hingga pembentukan *capabilities ecosystem*. Dengan demikian, kontribusi praktis penelitian tidak terbatas pada bisnis kopi, tetapi berpotensi diterapkan pada berbagai usaha kuliner tahap awal yang menghadapi tantangan serupa terkait inovasi, keterbatasan sumber daya, dan transformasi digital. Implikasi penelitian untuk praktik dan kebijakan, bagi pelaku usaha kuliner tahap awal, hasil penelitian ini menekankan pentingnya membangun mekanisme pembelajaran eksternal melalui komunitas digital dan kolaborasi lintas aktor sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis. Bagi institusi pendidikan, inkubator bisnis, dan program pemberdayaan UMKM, kerangka yang dikembangkan dapat digunakan sebagai referensi dalam merancang program penguatan kapabilitas inovasi berbasis OIDP. Sementara itu, bagi pembuat kebijakan, hasil penelitian mengindikasikan perlunya dukungan terhadap pengembangan ekosistem digital kolaboratif yang dapat memperluas akses usaha kecil terhadap pengetahuan, komunitas, dan inovasi.

SIMPULAN

Penelitian ini mengembangkan kerangka konseptual implementasi *Open Innovation Digital Platform* (OIDP) untuk menjelaskan transformasi dari *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* pada bisnis kopi tahap awal melalui perspektif *dynamic capabilities*. Temuan utama menunjukkan bahwa OIDP berfungsi sebagai mekanisme yang memungkinkan organisasi memperoleh dan mentransformasikan pengetahuan eksternal melalui proses *knowledge sharing*, *knowledge integration*, dan *co-creation*. Transformasi tersebut diperkuat oleh *dynamic capabilities*, yaitu *scanning*, *sensing*, *seizing*, *integrative*, dan *transformative capabilities*, yang berkontribusi terhadap pembentukan kapabilitas baru seperti *innovation capability*, *digital capability*, *analytical capability*, dan *collaboration capability*. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang menghubungkan OIDP, *dynamic capabilities*, dan transformasi *knowledge ecosystem* menuju *capabilities ecosystem* dalam konteks bisnis tahap awal. Selain kontribusi teoritis, penelitian ini menawarkan roadmap implementasi yang dapat menjadi panduan awal bagi bisnis kopi maupun usaha kuliner lain dengan karakteristik serupa. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena kerangka yang dikembangkan masih bersifat konseptual dan belum diuji secara empiris. Selain itu, studi kasus ilustratif yang digunakan tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi pada konteks bisnis yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melakukan validasi empiris terhadap kerangka yang diusulkan melalui studi kasus, survei, atau pendekatan *mixed methods*, serta mengeksplorasi implementasi OIDP pada berbagai sektor usaha kecil untuk memahami pengaruh karakteristik industri dan tingkat kematangan digital terhadap pembentukan *capabilities ecosystem*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbate, T., Codini, A., Aquilani, B., & Vrontis, D. (2022). From Knowledge Ecosystems to Capabilities Ecosystems: When Open Innovation Digital Platforms Lead to Value Co-creation. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(1), 290–304. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00720-1>
- Al-Moaid, N. A. A., & Almarhdi, S. G. (2024). Developing dynamic capabilities for successful digital transformation projects: the mediating role of change management. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00446-9>
- Chesbrough, H. W., Appleyard, M. M., Chesbrough, H. W., & Appleyard, M. M. (2007). *Open Innovation and Strategy*. 50, 57–76.
- Ciampi, F., Faraoni, M., Ballerini, J., & Meli, F. (2022). The co-evolutionary relationship between digitalization and organizational agility: Ongoing debates, theoretical developments and future research perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 121383. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2021.121383>
- Ellström, D., Holtström, J., Berg, E., & Josefsson, C. (2022). Dynamic capabilities for digital transformation. *Journal of Strategy and Management*, 15(2), 272–286. <https://doi.org/10.1108/JSMA-04-2021-0089>
- Franco-Riquelme, J. N., Tejero, A., Rubalcaba, L., & Ordieres-Meré, J. B. (2025). Measuring the Connection Between Open Innovation, Dynamic Capabilities, and LinkedIn in Tech-Based Companies. *Journal of the Knowledge Economy*, 16(4), 15540–15578. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02343-8>
- Guadamillas Gómez, F., & Isabel González Ramos, M. (2022). *The Effect of Digitalization on Innovation Capabilities through the Lenses of the Knowledge Management Strategy*. <https://doi.org/10.3390/admsci12040144>
- Hutton, S., Demir, R., & Eldridge, S. (2021). How does open innovation contribute to the firm's dynamic capabilities? *Technovation*, 106, 102288. <https://doi.org/10.1016/J.TECHNOVATION.2021.102288>
- Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: four approaches. *AMS Review*, 10(1), 18–26. <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00161-0>
- Jia, H.-J., Zhuang, Z.-Y., Xie, Y.-X., Wang, Y.-X., & Wu, S.-Y. (2023). Research on Dynamic Capability and Enterprise Open Innovation. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 2, p. 1234). <https://doi.org/10.3390/su15021234>
- Qiu, P., & Chang, B. (2025). The impact of digital transformation on open innovation performance: The intermediary role of digital innovation dynamic capability. *PLOS ONE*, 20(3), e0317785. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0317785>
- Stoeber, T., & Kanbach, D. K. (2025). Innovating beyond boundaries: enhancing firms' dynamic capabilities through open innovation. *Management Review Quarterly*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11301-025-00510-y>
- Teece, D. J. (2007). Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <http://www.jstor.org/stable/20141992>
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/J.LRP.2017.06.007>
- Wang, N., Wan, J., Ma, Z., Zhou, Y., & Chen, J. (2023). How digital platform capabilities improve sustainable innovation performance of firms: The mediating role of open innovation. *Journal of Business Research*, 167, 114080. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2023.114080>
- Xing, X., Zhu, C., Lin, Y., & Liu, T. (2024). Can digital platform empowers inbound and outbound open innovation? From the perspective of the innovation ecosystem. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1384. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03523-2>