

ABSTRAK

Dalam menghadapi tantangan era industri 4.0, perusahaan perlu beradaptasi agar dapat bertahan dan bersaing, salah satunya melalui transformasi digital. Bio Farma sebagai salah satu pemimpin industri vaksin di Indonesia tengah menjalani proses transformasi digital. Melalui penunjukan dari Kementerian BUMN sebagai induk Holding BUMN Farmasi (Bio Farma Group), perusahaan ini membawahi Kimia Farma, Indofarma, dan INUKI. Untuk mendukung transformasi ini, Bio Farma membentuk Direktorat Transformasi dan Digital (kini Direktorat Wakil Utama) guna mengoordinasikan inisiatif digital di seluruh lini perusahaan dan mempercepat adopsi digitalisasi secara terintegrasi dari hulu ke hilir.

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi tantangan transformasi digital di Bio Farma. Metodologi penelitian yang digunakan adalah *mixed method* dengan model *exploratory sequential design*, melalui wawancara terhadap 5 (lima) narasumber dan penyebaran kuesioner kepada 327 (tiga ratus dua puluh tujuh) karyawan Bio Farma Group. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan analisis faktor.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam, penyebaran kuesioner, serta referensi-referensi melalui dokumen internal, jurnal, artikel, dan teori-teori yang berkaitan dengan transformasi digital di suatu organisasi. Hasil wawancara dianalisis untuk menghasilkan sejumlah kata kunci yang menggambarkan tantangan utama, yang kemudian dikembangkan menjadi item kuesioner. Selanjutnya, data kuantitatif dianalisis menggunakan metode *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk menentukan faktor apa saja yang menjadi tantangan dari transformasi digital di Bio Farma Group.

Hasil analisis menunjukkan adanya 13 (tiga belas) faktor utama tantangan transformasi digital di Bio Farma Group, yaitu: *digital capability, strategy, technology, organization & culture, digital efficiency, digital readiness, customer, digital research, investment perception, operations, collaboration, investment review, dan digital priority*. Temuan ini mencerminkan bahwa tantangan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek strategis, budaya organisasi, kesiapan internal, serta efektivitas kolaborasi dan pengelolaan investasi digital.

Penelitian ini berkontribusi dalam pemetaan faktor-faktor strategis yang dapat menjadi rujukan bagi perusahaan, khususnya BUMN di sektor kesehatan, dalam menghadapi tantangan transformasi digital. Temuan ini diharapkan menjadi dasar bagi manajemen Bio Farma Group dalam merumuskan kebijakan yang tepat, seperti peningkatan efisiensi digital, penguatan kapabilitas internal, optimalisasi kolaborasi, dan evaluasi investasi berkelanjutan, guna membangun fondasi transformasi yang adaptif dan berkelanjutan.

Kata kunci: transformasi digital, tantangan, Bio Farma Group, *exploratory factory analysis*