



PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM KEHIDUPAN SOSIAL MASYARAKAT DUPAK MAGERSARI

Riskiya Alma Utari

UIN Sunan Ampel Surabaya

Nihlatul Falasifah

UIN Sunan Ampel Surabaya

Alamat: Jl. Ahmad Yani No. 117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa timur 60237

riskiyaalmau@gmail.com, nihlatul.falasifah@uinsa.ac.id

Abstract *This study aims to examine the role of digitalization as a local economic empowerment strategy through a case study of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Dupak Magersari Village, Surabaya. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, field observations, and documentation of local MSMEs. The results indicate that the digital literacy level of MSMEs in this region remains relatively low, with technology adoption limited to simple social media use for promotion. The main challenges faced include limited access to technological infrastructure, minimal digital literacy, and the absence of sustainable mentoring programs. Nevertheless, some businesses that have adopted digital technology have experienced increased market reach and revenue. This study emphasizes the importance of a collective and community-based approach in the MSME digitalization process to avoid the digital divide and ensure inclusive local economic empowerment. Thus, digitalization is not only a tool for adaptation but also an instrument of socio-economic transformation that is crucial for the well-being of MSMEs.*

Keywords: *Digitalization, MSMEs, Local Economic empowerment city Village, Surabaya*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk meninjau peran digitalisasi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal melalui studi kasus pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kampung Dupak Magersari, Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM di kawasan ini masih tergolong rendah, dengan adopsi teknologi yang terbatas pada penggunaan media sosial sederhana untuk promosi. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi, minimnya pemahaman digital, serta ketiadaan program pendampingan yang berkelanjutan. Meskipun demikian, sebagian pelaku usaha yang telah mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan dalam jangkauan pasar dan pendapatan. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan kolektif dan berbasis komunitas dalam proses digitalisasi UMKM, guna menghindari kesenjangan digital dan memastikan inklusivitas pemberdayaan ekonomi lokal. Demikian, digitalisasi bukan hanya menjadi alat adaptasi, tetapi juga instrumen transformasi sosial-ekonomi yang sangat penting bagi kesejahteraan pelaku UMKM.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Pemberdayaan ekonomi lokal kampung kota, Surabaya

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia disumbangkan oleh sektor UMKM, serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional (Hasibuan & Erianto, 2024). Peran UMKM tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial, karena mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi

kemiskinan, dan memperkuat ekonomi lokal, khususnya di wilayah-wilayah berbasis komunitas seperti kampung kota.

Perkembangan era digital menghadirkan peluang baru bagi UMKM. Digitalisasi terbukti mampu memperluas pasar melalui *e-commerce* dan media sosial, meningkatkan efisiensi operasional lewat aplikasi manajemen usaha, serta memperkuat daya saing melalui inovasi produk (Santoso et al., 2025). Dengan kata lain, transformasi digital dapat menjadi strategi efektif untuk menghubungkan UMKM lokal dengan pasar yang lebih luas dan berkelanjutan. Namun, di tengah era transformasi digital yang berkembang pesat, UMKM di tingkat lokal masih menghadapi berbagai tantangan. Minimnya akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan sumber daya manusia menjadi penghambat utama dalam adaptasi terhadap digitalisasi (Sitompul et al., 2025).

Beberapa referensi menyatakan jika kurangnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya akses teknologi, serta keterbatasan modal sering menjadi penghambat utama bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital (Agustin et al., 2023a). Tantangan ini sangat nyata di komunitas kampung kota yang umumnya memiliki keterbatasan infrastruktur dan tingkat pendidikan yang bervariasi. Padahal, digitalisasi dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan efisiensi operasional. Oleh karena itu, transformasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan bagi keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital (Johan, B. A., & Wati, 2025).

Kampung Dupak Magersari yang terletak di Kelurahan Jepara Kecamatan Bubutan Kota Surabaya merupakan salah satu kawasan padat penduduk dengan karakteristik sosial dan ekonomi khas kampung kota. Wilayah ini memiliki beragam jenis usaha kecil, mulai dari kuliner rumahan, kerajinan tangan, hingga layanan jasa informal. Potensi ekonominya cukup tinggi, banyak pelaku UMKM di wilayah ini yang masih menjalankan usahanya secara konvensional. Rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan minimnya pendampingan menjadi faktor-faktor yang menyebabkan kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemberdayaan ekonomi.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk meninjau secara mendalam proses digitalisasi UMKM di Kampung Dupak Magersari, serta menelaah sejauh mana digitalisasi dapat dijadikan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi persepsi, tantangan, serta kebutuhan pelaku UMKM terhadap adopsi teknologi digital, serta peran pemangku kepentingan seperti pemerintah, komunitas lokal, dan swasta dalam mendukung proses tersebut.

Berbagai penelitian menekankan pentingnya pendekatan berbasis komunitas untuk mengatasi kendala tersebut. Model pemberdayaan yang memadukan pelatihan literasi digital, pendampingan usaha, dan kolaborasi dengan pemerintah maupun sektor swasta dinilai lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan UMKM lokal (Astuti et al., 2024). Dengan pendekatan semacam ini, digitalisasi bukan hanya sekadar penggunaan teknologi, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang berakar dari kekuatan sosial komunitas.

Dengan menempatkan digitalisasi dalam konteks pemberdayaan, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika ekonomi mikro di wilayah kampung kota, serta merumuskan rekomendasi kebijakan dan program intervensi yang berbasis kebutuhan riil masyarakat. Kampung Dupak Magersari dijadikan studi kasus untuk menangkap kompleksitas sekaligus potensi dari transformasi digital UMKM di lingkungan urban yang terpinggirkan secara infrastruktur maupun akses informasi.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, artinya peneliti tidak menggunakan angka atau data statistik, tapi lebih fokus pada pengamatan, wawancara, dan penjelasan secara mendalam tentang apa yang terjadi di lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara jelas dan detail bagaimana UMKM di Kampung Dupak Magersari khususnya di RT 02 RW 09 Kota Surabaya yang menerapkan digitalisasi seperti penggunaan media sosial, *market place*, atau alat digital lainnya sebagai strategi untuk memberdayakan ekonomi masyarakat lokal.

Informan penelitian ditentukan dengan *purposive sampling* yang mana peneliti memilih orang-orang yang dianggap paling bisa memberikan informasi penting, seperti pelaku UMKM, warga lokal, atau pendamping komunitas. Adapun teknik data yang digunakan melalui wawancara mendalam kepada pelaku UMKM, observasi langsung, dan dokumentasi (Affandi et al., 2024). Kemudian setelah data terkumpul, semuanya di analisis dan disusun dalam bentuk uraian atau deskriptif agar mudah dipahami dan dapat menunjukkan dengan jelas peran digitalisasi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan penting terkait implementasi digitalisasi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal bagi pelaku UMKM di Kampung Dupak Magersari, Surabaya (Peneliti, 2025). Hasil dianalisis berdasarkan empat aspek utama: tingkat pemahaman digital, bentuk adopsi teknologi, tantangan yang dihadapi, serta dampak terhadap pemberdayaan ekonomi lokal.

1. Tingkat Literasi dan Pemahaman Digital UMKM

Hasil wawancara dengan 14 pelaku UMKM menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha (sekitar 70%) belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep digitalisasi. Hal ini dibuktikan dari pernyataan pak maskun berusia 45th penjual nasi rames “*Saya jualan lewat WA status, kadang juga ikut bazar. Belum ngerti cara masuk ke Shopee atau Tokopedia,*” (Peneliti, n.d.). Sehingga penggunaan teknologi sebagian besar terbatas pada media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk promosi, dan hanya 2 dari

14 pelaku yang telah menggunakan marketplace digital seperti Tokopedia dan Shopee.

Sebagian besar pelaku UMKM menyatakan tidak mengetahui cara membuat konten promosi yang menarik secara digital, atau mengelola keuangan usaha menggunakan aplikasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital di kawasan ini masih rendah dan menjadi kendala utama dalam transformasi digital.

2. Pola dan Bentuk Adopsi Digitalisasi

Beberapa pelaku UMKM menunjukkan inisiatif dalam memanfaatkan teknologi sederhana, seperti menggunakan Google Maps untuk menandai lokasi usaha dan membuat katalog produk digital melalui Canva. Namun, penggunaan platform *e-commerce* dan pembayaran digital masih sangat terbatas. Hanya segelintir pelaku yang menerima QRIS, dan sebagian besar masih menggunakan metode pembayaran tunai. Selain itu, tidak ada wadah kolektif seperti koperasi digital atau pelatihan komunitas yang sistematis. UMKM cenderung bekerja sendiri-sendiri tanpa sinergi lintas pelaku usaha.

3. Tantangan Implementasi Digitalisasi

Beberapa tantangan utama yang teridentifikasi dalam proses digitalisasi UMKM di Kampung Dupak Magersari antara lain, seperti:

- Keterbatasan Akses dan Infrastruktur, karena banyak pelaku UMKM tidak memiliki perangkat pendukung seperti laptop atau akses internet yang stabil.
- Kemudian rendahnya literasi Digital: minimnya pemahaman dasar teknologi, termasuk penggunaan aplikasi keuangan, *e-commerce*, hingga strategi pemasaran digital.
- Ketiadaan pendampingan atau program pelatihan formal untuk pelaku usaha dari pemerintah daerah atau lembaga pendamping UMKM.
- Adapun karena tingkat Pendidikan yang variatif: Beberapa pelaku usaha, terutama generasi tua, merasa “gagap teknologi” dan enggan belajar karena merasa terlalu sulit.

4. Dampak Digitalisasi terhadap Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Meskipun digitalisasi belum merata, sebagian kecil pelaku UMKM yang sudah mulai mengadopsi teknologi mengalami peningkatan pendapatan dan jangkauan pasar yang lebih luas. Misalnya, satu pelaku kerajinan tangan dandang aluminium yang menjual produk melalui Facebook berhasil mendapatkan pesanan dari luar kota Surabaya (Agustin et al., 2023b). Secara umum, digitalisasi mulai terbukti memiliki dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi, terutama bagi mereka yang mampu mengakses teknologi dan memiliki kemauan belajar. Namun, tanpa pendampingan dan kebijakan yang inklusif, terdapat risiko kesenjangan digital antar pelaku usaha, yang justru dapat memperlebar ketimpangan ekonomi lokal.

Adapun hasil ringkasan temuan penelitian sebagai berikut:

Aspek	Temuan
Literasi Digital	Mayoritas pelaku UMKM belum memahami konsep digitalisasi secara utuh
Bentuk Adopsi	Dominasi penggunaan media sosial, minim penggunaan marketplace dan QRIS
Tantangan	Akses terbatas, rendahnya literasi, tidak ada pendampingan formal
Dampak	Ada peningkatan ekonomi bagi pelaku yang sudah mengadopsi digitalisasi

Tabel 1. observasi dan wawancara di Kampung Dupak Magersari, 2025

b. Upaya Penelitian

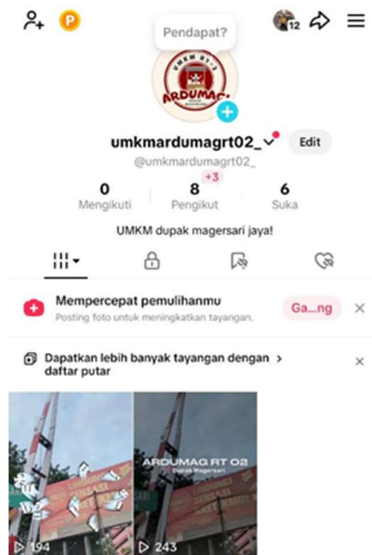
Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pelaku UMKM, peneliti memberikan upaya pemahaman komprehensif mengenai peran digitalisasi dalam memberdayakan UMKM di Kampung Dupak Magersari, Surabaya, dengan mengadakan “Workshop Rebranding dan Digitalisasi Media Sosial.”

Kegiatan tersebut membahas mengenai pembuatan konten digital dan strategi branding produk UMKM. Contohnya seperti; pengenalan identitas visual UMKM, pembuatan logo sederhana menggunakan aplikasi canva, dan teknik pengambilan foto produk, serta strategi pemasaran digital melalui Tiktok.



Gambar 1. Pelatihan Digitalisasi dan Rebranding oleh peneliti 2025

Kegiatan pelatihan digitalisasi diikuti sebanyak 14 pelaku UMKM lokal, yang mayoritas peserta atau pelaku usaha belum memiliki kemasan produk yang layak atau akun media sosial yang dimanfaatkan untuk promosi. Kemudian dalam kegiatan pelatihan, masyarakat berserta fasilitator memfasilitasi pembuatan akun tiktok untuk UMKM RT 02 Kampung Dupak Magersari. Sehingga pelatihan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman digitalisasi dan kemampuan branding produk lokal.



Gambar 1: Akun Tiktok UMKM RT 02 RW 09 Dupak Magersari Surabaya

Demikian, upaya penelitian dilakukan dan hasil menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM terkait strategi digitalisasi dalam usaha memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan pasar UMKM.

c. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM di Kampung Dupak Magersari masih berada pada tahap awal dan bersifat parsial (Peneliti, 2025). Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan digital yang cukup signifikan antara potensi ekonomi lokal dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

1. Digitalisasi sebagai Pintu Masuk Pemberdayaan Ekonomi

Sesuai dengan teori pemberdayaan ekonomi lokal (Robert Chambers, 1995), keberhasilan pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh potensi sumber daya ekonomi, tetapi juga oleh akses terhadap informasi, teknologi, dan jejaring pasar. Dalam konteks ini, digitalisasi sebenarnya memiliki potensi besar untuk mendorong transformasi ekonomi lokal melalui perluasan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan kapasitas pelaku usaha.

Temuan dari lapangan memperkuat hal ini: pelaku UMKM yang telah memanfaatkan platform digital (misalnya Instagram atau *e-commerce*) mengalami peningkatan jangkauan konsumen dan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi mampu menjadi alat pemberdayaan, asalkan pelaku UMKM memiliki akses dan kemampuan untuk menggunakannya.

Namun, dalam praktiknya, sebagian besar pelaku UMKM di Kampung Dupak Magersari belum mampu menjadikan digitalisasi sebagai strategi utama dalam menjalankan usahanya. Banyak dari mereka yang masih mengandalkan sistem pemasaran tradisional dari mulut ke mulut, jualan langsung di rumah, atau mengikuti bazar lokal.

2. Tantangan Struktural dan Kultural dalam Digitalisasi UMKM Kampung Kota

Proses adopsi teknologi digital di lingkungan kampung kota seperti Dupak Magersari tidak bisa dipisahkan dari realitas sosial dan ekonomi masyarakatnya. Berdasarkan teori Diffusion of Innovation yang dikemukakan oleh Everett Rogers (John Qi Dong, 2019), inovasi akan diterima jika memenuhi lima kriteria utama.

Pertama, keunggulan relatif yang artinya inovasi harus lebih baik dibandingkan dengan metode atau solusi sebelumnya; Kedua, *kompatibilitas* dapat diartikan inovasi harus selaras dengan nilai-nilai kebutuhan pengalaman dan kondisi sosial budaya dari calon penggunaannya; Ketiga, *kompleksitas* bahwa inovasi harus mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna; Keempat, *trialability* dapat diartikan inovasi bisa dicoba dalam skala kecil sebelum diadopsi penuh; dan kelima, *observabilitas* dapat dimaknai hasil atau manfaat inovasi dapat dilihat oleh orang lain (Robert W Sanson Fishe, 2004).

Sayangnya, dalam konteks ini, digitalisasi seringkali dianggap terlalu kompleks dan tidak relevan oleh sebagian pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut atau memiliki pendidikan rendah.

Hal ini dibuktikan oleh ketiadaan pendampingan yang sistematis. Pemerintah daerah maupun lembaga pendukung UMKM belum hadir secara aktif untuk membangun ekosistem digital di kawasan tersebut. Tidak adanya pelatihan, program mentoring, atau inkubasi bisnis berbasis teknologi menjadi penghambat serius bagi proses transformasi digital yang inklusif.

3. Risiko Kesenjangan dan Ketimpangan Digital

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah munculnya digital divide atau kesenjangan digital antarpelaku usaha. UMKM yang memiliki modal lebih, akses terhadap perangkat, atau generasi muda yang lebih melek teknologi cenderung lebih cepat mengadopsi sistem digital.

Sebaliknya, UMKM kecil dengan sumber daya terbatas makin tertinggal. Jika tidak diintervensi, hal ini dapat menyebabkan ketimpangan dalam distribusi manfaat ekonomi di tingkat lokal (Amalia et al., 2025).

Dengan demikian, strategi digitalisasi UMKM harus dilihat bukan hanya sebagai penguatan kapasitas ekonomi individu, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang adil dan merata.

Digitalisasi tanpa pendekatan pemberdayaan justru berisiko melanggengkan eksklusi sosial dan ekonomi di level kampung kota.

4. Pentingnya Pendekatan Kolektif dan Berbasis Komunitas

Salah satu kekosongan yang teridentifikasi adalah belum adanya pendekatan kolektif atau komunitas digital yang mendorong kolaborasi antarpelaku UMKM (Nanda & Aristyanto, 2024).

Konsep pemberdayaan ekonomi lokal menekankan pentingnya solidaritas, jejaring sosial, dan kolaborasi antarwarga. Pengembangan koperasi digital, pelatihan

kelompok, serta pemanfaatan ruang komunitas sebagai pusat edukasi digital dapat menjadi strategi kunci untuk mempercepat adopsi digital secara merata.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal, khususnya bagi pelaku UMKM di lingkungan kampung kota seperti Kampung Dupak Magersari, Surabaya. Namun, implementasi digitalisasi di kawasan ini masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi literasi digital, akses teknologi, maupun dukungan kelembagaan.

Mayoritas pelaku UMKM di Dupak Magersari belum sepenuhnya memahami atau mengadopsi teknologi digital dalam proses usaha mereka. Penggunaan digital terbatas pada media sosial dasar, sementara pemanfaatan *marketplace*, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen usaha masih sangat rendah. Tantangan utama yang dihadapi mencakup rendahnya tingkat pendidikan digital, keterbatasan infrastruktur, dan belum adanya program pendampingan atau pelatihan dari pihak pemerintah maupun swasta. Meski demikian, pelaku UMKM yang telah mulai menggunakan teknologi digital menunjukkan adanya peningkatan pendapatan, perluasan pasar, dan peningkatan efisiensi usaha. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi mampu berperan sebagai alat transformasi ekonomi lokal, selama ada intervensi yang tepat dan inklusif.

Dapat disimpulkan bahwa strategi digitalisasi UMKM harus dirancang sebagai bagian dari kebijakan pemberdayaan yang berbasis komunitas, didukung oleh program pelatihan yang berkelanjutan, pendampingan lapangan, serta penyediaan infrastruktur yang memadai. Tanpa pendekatan yang menyeluruh dan partisipatif, digitalisasi justru berisiko memperlebar kesenjangan antara pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi dan mereka yang tertinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023a). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 38–39.
- Amalia, R., Aini, R. Q., Paradita, J., & Mirza BR, A. D. (2025). Bridging The Digital Divide : The Role of Technology in Enhancing Rural SMES in Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 27–34. <https://doi.org/10.17509/jimb.v16i1.82681>
- Astuti, W., Permana, C. T. H., & H., M. (2024). Peran Organisasi Berbasis Masyarakat dalam Inovasi Keberlanjutan Komunitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menuju Kota Cerdas. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 20(4),

547.

- Hasibuan, I. M., & Erianto, R. (2024). Contribution of the Micro, Small and Medium Enterprises (Ukm) Sector To the Indonesian Economy. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 5(1), 580–588.
- Johan, B. A., & Wati, .V.L. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: MENGGALI PELUANG DAN TANTANGAN ERA ONLINE SHOP DI INDONESIA. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(3), 52.
- John Qi Dong. (2019). Moving a mountain with a teaspoon: Toward a theory of digital entrepreneurship in the regulatory environment. *Techological Forecasting and Social Change*, 14(6), 925.
- Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2024). Analisis Potensi Jaringan UMKM Dalam Mendorong Kolaborasi Ekonomi Era Digital Pada masyarakat Miskin Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10(2), 619–628.
<https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.591>
- Peneliti. (2025). Hasil Wawancara dengan Pelaku UMKM. 2025.
- Peneliti. (2025). *Penelitian Kampung Dupak Margerasari*.
- Robert Chambers. (1995). Poverty and livelihoods: Whose reality counts? *Environment & Urbanization. Sage Journals*, 7(1), 189.
- Robert W Sanson Fishe. (2004). Diffusion of innovation theory for clinical change. *Med J Aust*, 180(6), 55.
- Santoso, G., Rasenda, R., Rizal. Moch, Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 29.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(April), 14–15.