Indonesian Journal of Digital Business

Journal homepage: https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB

Adopsi Teknologi Digital dalam Ekosistem UMKM Pedesaan: Studi Kasus Pelaku Usaha di Desa Muara Ritan

*Ummi Nadroh[1], Mashayu Anastasha Saputri[2, *], Anggita Puspa Jelita[3]*

[1]Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia
Correspondence: E-mail: umminadroh@fisip.unmul.ac.id

ABSTRACT

Transformasi digital menjadi peluang bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, namun adopsinya masih menghadapi berbagai hambatan terutama pada wilayah pedesaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses adopsi teknologi digital pada UMKM Desa Muara Ritan serta mengidentifikasi bentuk pemanfaatan, hambatan, dan dukungan dalam penerapannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap delapan informan yang dipilih secara *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM masih berada pada tahap awal, dengan *Facebook* sebagai media pemasaran utama, sedangkan penggunaan *QRIS* belum merata akibat keterbatasan informasi, literasi digital, dan persepsi risiko. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pendampingan berkelanjutan dan dukungan lingkungan dalam memperkuat digitalisasi UMKM pedesaan.

© 2026 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

ARTICLE INFO

Article History:
Submitted/Received 1 October 2026
First Revised 23 October 2026
Accepted 29 October 2026
First Available online 31 October 2026
Publication Date 31 October 2026

Keyword:
Adopsi Teknologi Digital, Digitalisasi Pedesaan, Literasi Digital, UMKM.

1. INTRODUCTION

Transformasi digital membuka peluang bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan mengembangkan model bisnis. Namun, keberhasilannya tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga kapabilitas dan kesiapan organisasi (Li et al., 2018; Priyono et al., 2020; Vial, 2019). Penelitian terdahulu menekankan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian teknologi sebagai faktor penting dalam keputusan adopsi (Ainin et al., 2015; Chatterjee & Kumar Kar, 2020; Rahayu & Day, 2015). Sebaliknya, Li et al. (2018) dan Priyono et al. (2020) menunjukkan bahwa keterbatasan kapabilitas tidak selalu menghambat digitalisasi karena dapat diatasi melalui pembelajaran, modal sosial, dan dukungan eksternal. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh interaksi antara kesiapan internal dan lingkungan usaha.

Perbedaan adopsi juga terlihat antaraktivitas bisnis. Media sosial relatif mudah dimanfaatkan UMKM untuk pemasaran dan komunikasi pelanggan (Ainin et al., 2015; Chatterjee & Kumar Kar, 2020). Namun, penggunaannya belum tentu diikuti penerapan pembayaran digital, *marketplace*, maupun sistem pengelolaan usaha. Priyono et al. (2020) menemukan bahwa sebagian UMKM hanya mendigitalisasi fungsi penjualan, sedangkan lainnya melakukan perubahan bisnis yang lebih luas. Hal ini memperkuat pandangan bahwa penggunaan satu teknologi belum mencerminkan kesiapan digital secara menyeluruh (Li et al., 2018; Priyono et al., 2020).

Pada UMKM pedesaan, adopsi teknologi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial dan kelembagaan lokal (Priyono et al., 2020; You, 2023). Namun, temuan mengenai faktor adopsi belum sepenuhnya konsisten. Purbowo & Trinugroho (2025) menemukan bahwa akses informasi, infrastruktur, dan persepsi pengguna berperan dalam adopsi *QRIS*, sedangkan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Sebaliknya, Tsuraya Choirinnida & Utari (2025) mengidentifikasi rendahnya literasi keuangan, kebiasaan transaksi tunai, dan kepercayaan sebagai hambatan pembayaran digital. Perbedaan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi perlu dipahami berdasarkan karakteristik pelaku usaha, dukungan lingkungan, dan kebiasaan transaksi masyarakat (Purbowo & Trinugroho, 2025; Tsuraya Choirinnida & Utari, 2025; You, 2023).

Fenomena tersebut ditemukan pada UMKM Desa Muara Ritan, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Observasi dan wawancara awal menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha telah memanfaatkan *Facebook* melalui grup Bubuhan Desa Muara Ritan dan Jual Beli Muara Ritan untuk pemasaran. Namun, penggunaan teknologi lainnya belum merata. Sebagian UMKM telah menggunakan *QRIS* melalui dukungan pemerintah desa, sedangkan lainnya masih mengandalkan pembayaran konvensional dan belum optimal memanfaatkan *marketplace* maupun teknologi pengelolaan usaha. Keterbatasan informasi, pemahaman teknologi, dan kekhawatiran terhadap risiko transaksi digital turut menjadi hambatan. Kondisi ini menunjukkan ketidakseragaman adopsi teknologi antaraktivitas bisnis dalam lingkungan desa yang sama.

Penelitian terdahulu telah mengkaji faktor adopsi teknologi, kapabilitas digital, dan pengaruh lingkungan pedesaan(Li et al., 2018; Priyono et al., 2020; Rahayu & Day, 2015; You, 2023). Namun, keterkaitan ketiga aspek tersebut dalam menjelaskan perbedaan adopsi teknologi antaraktivitas bisnis pada ekosistem UMKM pedesaan masih memerlukan kajian lebih lanjut. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses adopsi teknologi digital pada UMKM Desa Muara Ritan dengan mengidentifikasi bentuk pemanfaatan teknologi pada berbagai aktivitas bisnis, memahami faktor pendukung dan penghambat adopsi, serta mengkaji peran kemampuan pelaku usaha, dukungan

pemerintah desa, dan perspektif masyarakat sebagai konsumen. Penelitian ini mengintegrasikan perspektif pelaku usaha dan lingkungan lokal untuk menjelaskan variasi praktik digitalisasi dalam ekosistem UMKM pedesaan.

Kajian Pustaka

Digitalisasi dan Praktik Pemanfaatan Teknologi pada UMKM

Adopsi teknologi digital merupakan proses penerimaan dan penggunaan teknologi dalam aktivitas usaha, yang memiliki cakupan berbeda dari transformasi digital. Verhoef et al. (2021) membedakan *digitization*, *digitalization*, dan *digital transformation* berdasarkan tingkat perubahan yang dihasilkan, sedangkan Vial (2019) memandang transformasi digital sebagai perubahan organisasi yang melibatkan strategi, proses bisnis, dan penciptaan nilai. Dalam perspektif asimilasi teknologi, Zhu et al. (2006) membedakan tahap inisiasi, adopsi, dan penggunaan teknologi secara rutin (*routinization*). Perbedaan konseptual tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi pada aktivitas tertentu belum tentu mencerminkan integrasi teknologi ke dalam keseluruhan proses bisnis (Verhoef et al., 2021; Vial, 2019; Zhu et al., 2006).

Pada UMKM, pemanfaatan teknologi berlangsung dengan bentuk dan cakupan yang beragam. Priyono et al. (2020) mengidentifikasi jalur transformasi digital yang berbeda berdasarkan kematangan digital, kondisi usaha, dan modal sosial, termasuk usaha yang hanya melakukan digitalisasi fungsi penjualan. Sejalan dengan itu, Rahayu & Day (2015) menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* oleh UMKM Indonesia masih banyak terkonsentrasi pada pemasaran dan pengadaan, sementara tingkat adopsi yang lebih tinggi berkaitan dengan manfaat bisnis yang lebih besar. Media sosial juga menjadi sarana pemasaran yang relevan bagi UMKM karena memungkinkan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan melalui teknologi yang relatif mudah diakses (Ainin et al., 2015; Chatterjee & Kumar Kar, 2020). Namun, pemanfaatan media sosial tidak otomatis diikuti penggunaan pembayaran digital atau teknologi pengelolaan usaha karena setiap teknologi memiliki fungsi dan kebutuhan penerapan yang berbeda (Priyono et al., 2020; Rahayu & Day, 2015). Dengan demikian, praktik digitalisasi UMKM perlu dipahami melalui jenis teknologi yang digunakan, tujuan pemanfaatannya, dan keterintegrasiannya dalam aktivitas bisnis.

Proses Adopsi Teknologi dalam Konteks UMKM Pedesaan

Proses adopsi teknologi pada tingkat organisasi dapat dipahami melalui kerangka *Technology–Organization–Environment* (TOE) yang diperkenalkan oleh Tornatzky et al. (1990) Kerangka tersebut menjelaskan bahwa adopsi teknologi berkaitan dengan konteks teknologi, kondisi organisasi, dan lingkungan eksternal (Oliveira & Fraga Martins, 2011; Rahayu & Day, 2015; Zhu et al., 2006). Rahayu & Day (2015) menemukan bahwa persepsi manfaat, kesiapan teknologi, inovativitas, serta kemampuan dan pengalaman teknologi informasi pemilik usaha merupakan determinan adopsi *e-commerce* pada UMKM Indonesia. Namun, keterbatasan kemampuan internal tidak selalu menghambat digitalisasi. Li et al. (2018) menunjukkan bahwa UMKM dapat mengembangkan kapabilitas melalui pembelajaran manajerial, penguatan hubungan sosial, dan dukungan *platform* digital, sedangkan Priyono et al. (2020) menemukan bahwa modal sosial memungkinkan UMKM dengan literasi digital terbatas bekerja sama dengan mitra yang memiliki kemampuan digital lebih baik. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keputusan dan proses penggunaan teknologi berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha sekaligus akses terhadap sumber daya eksternal.

Dalam konteks pedesaan, lingkungan sosial dan kelembagaan turut membentuk praktik adopsi teknologi. You (2023) menunjukkan bahwa perkembangan kewirausahaan *e-commerce* pedesaan dipengaruhi oleh hubungan pelaku usaha dengan jaringan sosial, kondisi

pasar, dan tata kelola ekonomi lokal. Perspektif ini melengkapi penelitian (Li et al., 2018; Priyono et al., 2020) yang menekankan peran modal sosial serta dukungan eksternal dalam pengembangan kapabilitas digital UMKM. Namun, dukungan lingkungan tidak selalu menghasilkan praktik adopsi yang seragam karena kemampuan pelaku usaha dalam mengakses dan memanfaatkan sumber daya juga berbeda (Priyono et al., 2020; You, 2023).

Perbedaan kondisi tersebut juga terlihat dalam penggunaan pembayaran digital. Purbowo & Trinugroho (2025) menemukan bahwa akses informasi, infrastruktur, dan persepsi pengguna berpengaruh terhadap adopsi *QRIS* di pedesaan Sulawesi Barat, sedangkan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Sementara itu, Tsuraya Choirinnida & Utari (2025) mengidentifikasi keterbatasan literasi keuangan, kebiasaan transaksi tunai, serta rendahnya kepercayaan dan dukungan sosial sebagai hambatan penggunaan *QRIS* di pedesaan. Meskipun menggunakan pendekatan analisis berbeda, kedua penelitian tersebut menunjukkan pentingnya mempertimbangkan karakteristik pengguna dan kebiasaan transaksi masyarakat dalam memahami penerimaan pembayaran digital.

2. METHODS

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami praktik adopsi teknologi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks sosial dan kelembagaan setempat. Menurut Yin (2018) studi kasus memungkinkan peneliti mengkaji suatu fenomena secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak sepenuhnya jelas. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 di Desa Muara Ritan, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, yang dipilih karena menunjukkan variasi pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas UMKM. Kasus yang dikaji adalah praktik adopsi teknologi digital pada UMKM di lingkungan desa tersebut, dengan perhatian pada bentuk penggunaan teknologi, pengalaman pelaku usaha, hambatan penerapan, serta dukungan lingkungan lokal.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Muara Ritan dengan objek penelitian berupa pelaku UMKM yang berada di wilayah tersebut. Lokasi penelitian dipilih karena terdapat fenomena adopsi teknologi digital pada UMKM, dimana sebagian pelaku usaha telah mulai memanfaatkan teknologi digital, tetapi penerapannya masih menghadapi berbagai kendala. Pengumpulan data dilakukan pada tahun 2026 melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan proses digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan.

Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan yang memiliki keterlibatan dan pengetahuan mengenai aktivitas UMKM serta proses digitalisasi di Desa Muara Ritan. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan relevansi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu teknik pemilihan informan melalui rujukan dari informan sebelumnya untuk menemukan individu lain yang memiliki informasi relevan dengan tujuan penelitian (Biernacki & Waldorf, 1981). Noy (2008) menambahkan bahwa teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi melalui jaringan sosial informan serta memahami pengalaman dan konteks sosial yang melingkupi fenomena penelitian.

Penelitian ini melibatkan delapan informan yang terdiri atas pelaku UMKM, perwakilan pemerintah desa, anggota Badan Permusyawaratan Desa (BPD), perwakilan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK), serta konsumen. Komposisi informan penelitian disajikan pada Tabel 1.

Table 1. Komposisi Informan Penelitian

No	Kategori Informan	Jumlah
1.	Pelaku UMKM	3
2.	Pemerintah Desa	1
3.	Badan Permusyawaratan Desa (BPD)	1
4.	Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK)	1
5.	Konsumen	2
Total		8

Sumber: Data Primer penelitian, 2026

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

   Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan penelitian untuk memperoleh informasi mengenai kondisi pemanfaatan teknologi digital, bentuk penggunaan media digital, penerapan pembayaran digital, hambatan adopsi teknologi, serta dukungan lingkungan terhadap proses digitalisasi UMKM.

   Wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM, pemerintah desa, BPD, perwakilan PKK, dan konsumen untuk memperoleh berbagai perspektif mengenai proses adopsi teknologi digital di Desa Muara Ritan.
2. Observasi

   Observasi dilakukan untuk melihat kondisi nyata pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM, meliputi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, aktivitas pemasaran melalui grup *Facebook* lokal, penggunaan pembayaran digital, serta aktivitas usaha sehari-hari. Observasi digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan melihat kesesuaian antara informasi yang disampaikan informan dengan kondisi lapangan.
3. Dokumentasi

   Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung penelitian berupa dokumentasi aktivitas usaha, media promosi digital, bukti penggunaan platform digital, serta dokumen terkait kegiatan sosialisasi atau dukungan digitalisasi UMKM.

Penentuan Informan

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *Snowball sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Biernacki & Waldorf, 1981). Pelaku UMKM dipilih karena merupakan pihak yang mengalami secara langsung proses penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Pemerintah desa dan BPD dipilih untuk memperoleh informasi mengenai dukungan kelembagaan serta program yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM. Perwakilan PKK dipilih karena memiliki peran dalam melihat kondisi masyarakat sekaligus keterlibatan sebagai pelaku UMKM. Sementara itu, konsumen dipilih untuk mengetahui penerimaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi digital dalam aktivitas transaksi.

Teknik Analisis Data

Keabsahan data penelitian diperkuat melalui triangulasi sumber dan *triangulasi* teknik. Menurut (Carter et al., 2014; Patton, 1999) *triangulasi* memungkinkan peneliti membandingkan berbagai sumber dan metode pengumpulan data untuk meningkatkan kredibilitas serta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena penelitian. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pelaku UMKM, pemerintah desa, BPD, perwakilan PKK, dan konsumen untuk mengidentifikasi persamaan maupun perbedaan perspektif mengenai pemanfaatan teknologi digital, hambatan adopsi, dan dukungan lingkungan. Sementara itu, *triangulasi* teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait praktik digitalisasi UMKM. Perbedaan informasi yang ditemukan ditelaah berdasarkan konteks dan pengalaman informan agar interpretasi penelitian tidak hanya bergantung pada satu sumber atau teknik pengumpulan data.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Kondisi Awal Adopsi Teknologi Digital UMKM Desa Muara Ritan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa proses adopsi teknologi digital pada UMKM Desa Muara Ritan telah mulai berkembang, tetapi masih berada pada tahap awal. Pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM belum sepenuhnya terintegrasi dalam seluruh aktivitas usaha, melainkan masih terbatas pada kebutuhan tertentu seperti promosi produk dan beberapa bentuk transaksi non-tunai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha dengan pola konvensional, terutama karena karakteristik konsumen yang berasal dari lingkungan sekitar desa. Hubungan langsung antara penjual dan pembeli masih menjadi pola transaksi utama sehingga penggunaan teknologi digital belum dianggap sebagai kebutuhan utama bagi seluruh pelaku usaha (Priyono et al., 2020; Verhoef et al., 2021).

Meskipun demikian, beberapa pelaku UMKM telah mulai memanfaatkan teknologi digital, terutama media sosial sebagai sarana pemasaran. *Facebook* menjadi *platform* yang paling banyak digunakan karena dianggap mudah digunakan dan sesuai dengan karakter masyarakat lokal. Hal ini relevan dengan Ainin et al. (2015) yang mengkaji faktor kesesuaian, efektivitas biaya, interaktivitas, dan kepercayaan dalam penggunaan *Facebook* oleh UMKM. Pelaku UMKM memanfaatkan grup *Facebook* masyarakat desa seperti Bubuhan Desa Muara Ritan dan Jual Beli Muara Ritan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen.

Salah satu pelaku UMKM menjelaskan: “Kalau jualan biasanya posting di *Facebook*, karena di grup desa banyak yang lihat. Kalau ada yang mau biasanya langsung menghubungi” (UMKM 1, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM Desa Muara Ritan tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh kesesuaian teknologi tersebut dengan kondisi pasar yang tersedia. *Facebook* dipilih karena telah memiliki komunitas pengguna yang dekat dengan pelaku usaha sehingga dianggap lebih efektif dibandingkan menggunakan *platform* digital yang membutuhkan kemampuan lebih kompleks. Penelitian Priyono et al. (2020) memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM dapat berlangsung melalui jalur yang berbeda, termasuk penerapan teknologi hanya pada fungsi penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan berlangsung secara bertahap. Pelaku usaha cenderung mengadopsi teknologi yang memberikan manfaat langsung dan mudah diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut sejalan dengan Priyono et al. (2020) yang menjelaskan bahwa UMKM memiliki jalur transformasi digital yang berbeda-beda karena dipengaruhi oleh tingkat kesiapan usaha,

kemampuan internal, serta kondisi lingkungan. Pfister & Lehmann (2023) menekankan pentingnya memperhitungkan nilai tambah dan hasil yang diharapkan dari solusi digital ketika UMKM memutuskan mengadopsi teknologi.

Selain itu, Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital bukan hanya mengenai penggunaan teknologi, tetapi merupakan proses perubahan yang melibatkan kemampuan organisasi dalam menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan dan strategi bisnis. Dalam konteks UMKM Desa Muara Ritan, penggunaan teknologi digital masih berfokus pada fungsi sederhana, yaitu mendukung pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Kondisi tersebut juga memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan UMKM perkotaan. Ketersediaan teknologi belum secara otomatis menyebabkan seluruh pelaku usaha melakukan digitalisasi, karena keputusan penggunaan teknologi masih dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, kemampuan menggunakan teknologi, serta kebutuhan usaha. Hal ini sesuai dengan Rahayu & Day (2015) yang menyatakan bahwa adopsi teknologi UMKM dipengaruhi oleh faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan. Verhoef et al. (2021) membedakan digitalisasi kegiatan tertentu dari transformasi digital yang melibatkan perubahan lebih luas dalam organisasi. Dengan demikian, kondisi awal digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi telah berjalan, tetapi masih berada pada tahap penggunaan teknologi dasar. Media sosial menjadi pintu awal digitalisasi, sementara pemanfaatan teknologi yang lebih kompleks seperti pembayaran digital dan platform penjualan online masih membutuhkan peningkatan kemampuan serta dukungan lingkungan (Priyono et al., 2020).

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran UMKM Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi bentuk adopsi teknologi digital yang paling dominan digunakan oleh UMKM Desa Muara Ritan. Dibandingkan dengan penggunaan *marketplace* atau *platform* bisnis digital lainnya, media sosial seperti *Facebook* lebih banyak dimanfaatkan karena dianggap lebih mudah digunakan dan sesuai dengan karakteristik konsumen lokal. Ainin et al. (2015) secara khusus meneliti penggunaan *Facebook* pada UMKM dan mengaitkannya dengan faktor kesesuaian serta efektivitas biaya. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelaku UMKM menggunakan *Facebook* sebagai media promosi melalui grup masyarakat desa, yaitu Bubuhan Desa Muara Ritan dan Jual Beli Muara Ritan. Grup tersebut menjadi ruang digital yang mempertemukan pelaku usaha dengan masyarakat sekitar sebagai calon konsumen. Melalui media tersebut, pelaku UMKM dapat mempublikasikan produk tanpa memerlukan biaya tambahan dan tanpa kemampuan teknologi yang kompleks.

Salah satu pelaku UMKM menyampaikan: “Biasanya kami jualan lewat *Facebook*, posting di grup desa. Banyak orang yang lihat karena memang masyarakat sini banyak menggunakan *Facebook*.”(UMKM 1, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan *Facebook* bukan hanya didasarkan pada kemudahan penggunaan, tetapi juga karena adanya kesesuaian antara teknologi dengan lingkungan sosial masyarakat. Pelaku UMKM cenderung memilih media digital yang sudah familiar bagi mereka dan telah memiliki jaringan konsumen yang tersedia. Chatterjee & Kumar Kar (2020) juga mengkaji alasan UMKM memanfaatkan pemasaran media sosial, termasuk persepsi kemanfaatan bagi kegiatan usaha. Selain *Facebook*, beberapa pelaku UMKM juga memanfaatkan *Whatsapp* sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Namun, penggunaannya masih terbatas pada status pribadi atau grup tertentu dan belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang terstruktur. Kondisi ini

menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital UMKM Desa Muara Ritan masih berada pada tahap awal, yaitu penggunaan media sosial sebagai alat promosi sederhana.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ainin et al. (2015) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan teknologi. Media sosial menjadi pilihan bagi UMKM karena dapat membantu kegiatan pemasaran dengan biaya yang relatif rendah serta mudah diakses oleh pelaku usaha dengan keterbatasan sumber daya. Chatterjee & Kumar Kar (2020) juga menjelaskan bahwa keputusan UMKM dalam menggunakan *social media marketing* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian teknologi dengan kebutuhan bisnis. Dalam konteks Desa Muara Ritan, *Facebook* dianggap sesuai karena mampu menjangkau konsumen yang sebagian besar berasal dari lingkungan sekitar.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh UMKM masih belum sampai pada tahap pengelolaan pemasaran digital yang lebih kompleks. Pelaku usaha belum banyak memanfaatkan fitur analisis pelanggan, pengelolaan katalog digital, maupun strategi pemasaran berbasis data. Temuan ini dapat dibaca bersama Priyono et al. (2020) yang menunjukkan adanya UMKM yang mendigitalisasi fungsi penjualan tanpa sekaligus mentransformasi seluruh model bisnis. Media sosial masih digunakan terutama untuk mengunggah informasi produk dan menerima pesanan dari konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi tahap awal dalam proses digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan.

Penggunaan teknologi yang sederhana menjadi langkah adaptasi awal sebelum pelaku usaha mampu menerapkan teknologi digital yang lebih kompleks. Hal ini sejalan dengan Scuotto et al. (2017) yang menjelaskan bahwa penggunaan jejaring sosial digital dapat menjadi sarana awal bagi UMKM untuk membangun hubungan dengan lingkungan eksternal dan meningkatkan kemampuan inovasi. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial pada UMKM Desa Muara Ritan menunjukkan bahwa proses digitalisasi telah berjalan melalui teknologi yang paling dekat dengan kehidupan masyarakat. Meskipun masih sederhana, penggunaan *Facebook* dan *Whatsapp* telah memberikan manfaat dalam memperluas penyebaran informasi produk serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen lokal (Verhoef et al., 2021).

Adopsi Pembayaran Digital dan Hambatan Implementasi Teknologi

Selain pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan teknologi pembayaran digital pada UMKM Desa Muara Ritan masih berada pada tahap perkembangan yang berbeda antar pelaku usaha. Sebagian pelaku UMKM telah mulai menggunakan pembayaran digital, sementara sebagian lainnya masih menggunakan transaksi tunai sebagai metode utama karena adanya keterbatasan informasi, kemampuan penggunaan teknologi, serta pertimbangan terhadap risiko transaksi digital. Penelitian Purbowo & Trinugroho (2025) menemukan bahwa akses informasi, infrastruktur, dan persepsi pengguna berkaitan signifikan dengan penerimaan *QRIS* pada masyarakat pedesaan.

Berdasarkan hasil wawancara, salah satu pelaku UMKM telah menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran setelah memperoleh bantuan dan sosialisasi dari pemerintah desa. Hal tersebut menunjukkan bahwa dukungan eksternal dapat menjadi faktor pendorong dalam mempercepat penerimaan teknologi digital oleh pelaku usaha. Namun, penerapan *QRIS* belum dilakukan secara merata oleh seluruh UMKM. Salah satu pelaku usaha menyampaikan bahwa dirinya belum menggunakan *QRIS* karena belum memahami proses pembuatan dan belum memperoleh informasi terkait fasilitas tersebut. Purbowo & Trinugroho (2025) juga

menegaskan pentingnya akses informasi terhadap adopsi *QRIS,* sementara pengaruh langsung literasi keuangan tidak ditemukan signifikan dalam studi tersebut.

"Sebenarnya kalau ada yang membantu mungkin mau, tapi belum tahu cara buatnya. Informasinya belum sampai ke saya." (UMKM 2, 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan adopsi teknologi tidak selalu disebabkan oleh penolakan terhadap teknologi. Sebagian pelaku UMKM memiliki keinginan untuk menggunakan teknologi digital, tetapi masih membutuhkan informasi dan pendampingan agar mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha. Selain keterbatasan informasi, penelitian ini juga menemukan adanya faktor persepsi risiko terhadap penggunaan pembayaran digital. Salah satu pelaku UMKM belum menggunakan transaksi non-tunai karena memiliki kekhawatiran terhadap kemungkinan penipuan serta belum memahami mekanisme transaksi digital. Kondisi ini sejalan dengan Tsuraya Choirinnida & Utari (2025) yang membahas kepercayaan serta kebiasaan bertransaksi tunai sebagai kendala pembayaran digital di pedesaan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap teknologi menjadi faktor penting dalam proses penerimaan pembayaran digital. Temuan tersebut sejalan dengan Rahmawati et al. (2023) yang menunjukkan bahwa sebagian UMKM masih belum menggunakan *QRIS* karena dipengaruhi oleh keterbatasan informasi, rendahnya pemahaman mengenai sistem pembayaran digital, serta kebiasaan menggunakan transaksi tunai. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas pembayaran digital belum secara otomatis mendorong penggunaannya apabila pelaku usaha belum memiliki kesiapan dan kepercayaan terhadap teknologi tersebut.

Temuan ini sejalan dengan Rahayu & Day (2015) yang menjelaskan bahwa keputusan adopsi teknologi UMKM dipengaruhi oleh faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan. Teknologi yang tersedia tidak secara otomatis digunakan apabila pelaku usaha belum memahami manfaat, memiliki kemampuan penggunaan, atau memperoleh dukungan lingkungan yang memadai. Selain itu, Li et al. (2018) menjelaskan bahwa kemampuan digital menjadi salah satu kapabilitas penting dalam transformasi digital UMKM. Keterbatasan kemampuan dalam memahami dan mengoperasikan teknologi dapat menyebabkan pemanfaatan teknologi digital berjalan secara terbatas, meskipun teknologi tersebut telah tersedia.

Dalam konteks Desa Muara Ritan, hambatan pembayaran digital tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga berkaitan dengan kondisi sosial dan karakteristik pasar lokal. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, sebagian masyarakat mulai melihat pembayaran digital sebagai kebutuhan karena memberikan kemudahan, terutama bagi konsumen yang telah terbiasa menggunakan layanan perbankan digital. Namun, transaksi tunai masih tetap digunakan karena dianggap lebih sederhana dan sesuai dengan kebiasaan masyarakat sekitar. Kebiasaan transaksi tunai juga termasuk hambatan yang dibahas oleh (Tsuraya Choirinnida & Utari, 2025).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan kesiapan pengguna dalam menerapkannya. Kahveci (2025) menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM membutuhkan kesiapan organisasi dan kemampuan adaptasi agar teknologi dapat memberikan manfaat secara optimal. Temuan tersebut sejalan dengan Patria et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kesiapan digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan mengoperasikan teknologi tersebut. Kondisi pada UMKM Desa Muara Ritan menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha telah memiliki peluang untuk menggunakan teknologi digital,

tetapi masih membutuhkan peningkatan literasi dan pendampingan agar penerapannya dapat berjalan secara berkelanjutan. Dengan demikian, proses adopsi pembayaran digital pada UMKM Desa Muara Ritan menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya membutuhkan penyediaan fasilitas teknologi, tetapi juga membutuhkan peningkatan literasi digital, penyebaran informasi yang merata, serta pendampingan yang berkelanjutan agar teknologi dapat diterima dan digunakan secara konsisten oleh pelaku usaha (Li et al., 2018; Purbowo & Trinugroho, 2025).

Peran Pemerintah Desa dan Lingkungan dalam Mendukung Digitalisasi UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan tidak hanya dipengaruhi oleh kesiapan pelaku usaha, tetapi juga oleh dukungan lingkungan eksternal, terutama pemerintah desa dan komunitas masyarakat. Dukungan kelembagaan menjadi salah satu faktor yang membantu memperkenalkan teknologi digital kepada pelaku UMKM, meskipun implementasinya masih menghadapi beberapa kendala. Hafeez et al. (2025) menekankan peran aktor eksternal dan kerja sama ekosistem dalam pengelolaan pengetahuan untuk transformasi digital UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemerintah desa, upaya mendukung digitalisasi UMKM telah dilakukan melalui kegiatan sosialisasi terkait penggunaan teknologi digital, salah satunya pengenalan pembayaran digital *QRIS* pada tahun 2024. Program tersebut menunjukkan adanya upaya pemerintah desa dalam memperkenalkan alternatif transaksi yang lebih sesuai dengan perkembangan teknologi.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan program digitalisasi belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat penerapan yang merata di kalangan UMKM. Beberapa pelaku usaha telah memanfaatkan fasilitas yang diberikan, sementara sebagian lainnya belum mengetahui atau belum memahami cara penggunaan teknologi tersebut. Kondisi tersebut juga disampaikan oleh pihak BPD yang menjelaskan bahwa meskipun telah tersedia wadah dan dukungan bagi masyarakat, tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi masih beragam. Priyono et al. (2020) mengaitkan variasi jalur digitalisasi UMKM dengan perbedaan kematangan digital dan modal sosial. Sebagian masyarakat masih merasa bahwa penggunaan teknologi belum menjadi kebutuhan utama karena konsumen mereka masih berasal dari lingkungan sekitar desa.

Hal ini menunjukkan bahwa tantangan digitalisasi bukan hanya berkaitan dengan penyediaan fasilitas, tetapi juga bagaimana membangun kesadaran dan kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan teknologi. Dukungan kelembagaan perlu disertai dengan komunikasi yang efektif dan pendampingan yang berkelanjutan agar informasi mengenai program digitalisasi dapat diterima oleh seluruh pelaku UMKM. Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan perwakilan PKK yang juga merupakan pelaku UMKM. Menurut informan, sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi apabila tidak mendapatkan pendampingan secara langsung. Salah satu informan mengatakan bahwa "Kalau tidak didampingi atau dipantau terus biasanya pelaku UMKM mudah lupa dan tidak konsisten. Banyak yang sebenarnya mau belajar, tetapi tetap perlu diarahkan." (PKK/UMKM, 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pendampingan menjadi aspek penting dalam proses digitalisasi UMKM. Kemampuan menggunakan teknologi tidak hanya membutuhkan informasi awal, tetapi juga proses pembelajaran yang berkelanjutan agar pelaku usaha mampu menerapkan teknologi dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan Hafeez et al. (2025) yang menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM membutuhkan dukungan ekosistem yang melibatkan berbagai pihak, termasuk lembaga pendukung, komunitas, dan lingkungan sosial. Dukungan tersebut berperan dalam menyediakan

pengetahuan, meningkatkan kemampuan digital, serta mengurangi hambatan yang dihadapi pelaku usaha.

Selain itu, Setiyawan et al. (2025) menunjukkan bahwa faktor lingkungan memiliki peran penting dalam keberhasilan transformasi digital UMKM. Penyediaan teknologi tanpa adanya pendampingan dan penguatan kapasitas pengguna dapat menyebabkan teknologi tidak dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, peran pemerintah desa dan lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM Desa Muara Ritan. You (2023) memperlihatkan bahwa hubungan pengusaha *e-commerce* pedesaan dengan jejaring sosial dan pemerintah lokal dapat berbeda menurut konteks wilayah. Digitalisasi tidak cukup dilakukan melalui pemberian fasilitas teknologi, tetapi perlu didukung oleh pendekatan pendampingan yang sesuai dengan kondisi, kemampuan, dan kebutuhan pelaku usaha lokal. Selain itu juga menunjukkan bahwa peran pemerintah dan jejaring lokal dalam pengembangan usaha digital pedesaan bergantung pada konteks kelembagaan masing-masing wilayah.

Digitalisasi UMKM Berbasis Kondisi Lokal

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa proses adopsi teknologi digital pada UMKM Desa Muara Ritan berlangsung secara bertahap dan dipengaruhi oleh interaksi antara teknologi, kemampuan pelaku usaha, serta dukungan lingkungan. Pemanfaatan teknologi digital saat ini masih didominasi oleh penggunaan media sosial, khususnya *Facebook*, karena dianggap sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Priyono et al. (2020) menunjukkan bahwa perbedaan kesiapan UMKM dapat menghasilkan pola digitalisasi yang tidak seragam, termasuk digitalisasi fungsi penjualan saja. Sementara itu, penggunaan teknologi yang lebih kompleks seperti pembayaran digital masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan informasi, kemampuan digital, dan persepsi risiko.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa rendahnya penerapan teknologi digital tidak sepenuhnya disebabkan oleh penolakan pelaku UMKM terhadap teknologi, tetapi lebih berkaitan dengan kesiapan dan kesesuaian teknologi dengan kondisi usaha. Sebagian pelaku UMKM menunjukkan keterbukaan untuk menggunakan teknologi apabila memperoleh informasi dan pendampingan yang memadai. Temuan ini relevan dengan Li et al. (2018) yang membahas pengembangan kapabilitas digital melalui pembelajaran dan dukungan eksternal. Hal tersebut memperkuat pandangan bahwa transformasi digital UMKM merupakan proses adaptasi yang tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga membutuhkan kesiapan manusia dan dukungan ekosistem. Dalam konteks UMKM pedesaan, strategi digitalisasi perlu mempertimbangkan karakteristik masyarakat lokal agar teknologi yang diperkenalkan dapat benar-benar diterapkan dan memberikan manfaat bagi perkembangan usaha. Sagala & Őri (2024) mengidentifikasi digitalisasi bertahap serta pembelajaran berkelanjutan sebagai pendekatan yang relevan bagi UMKM dengan keterbatasan sumber daya.

4. CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM masih bersifat selektif dan kontekstual, bukan semata-mata ditentukan oleh ketersediaan teknologi khususnya di Desa Muara Ritan. Keputusan pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi berkaitan dengan kesesuaian manfaat terhadap kebutuhan usaha, kemampuan pengguna, serta karakteristik pasar dan lingkungan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa belum digunakannya teknologi tertentu tidak selalu mencerminkan penolakan terhadap digitalisasi, tetapi dapat menunjukkan adanya kesenjangan antara kesiapan pelaku usaha dan dukungan

yang tersedia. Dengan demikian, digitalisasi UMKM pedesaan perlu dipahami sebagai proses adaptasi yang tidak selalu berlangsung secara seragam.

Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pergeseran pendekatan digitalisasi dari sekadar penyediaan fasilitas menuju pendampingan yang berkelanjutan dan sesuai kebutuhan pelaku usaha. Pemerintah desa perlu mempertimbangkan kesiapan UMKM dan kebiasaan konsumen dalam merancang program digitalisasi agar teknologi tidak hanya diperkenalkan, tetapi juga digunakan secara konsisten. Mengingat penelitian dilakukan pada konteks desa tertentu dengan jumlah informan terbatas, temuan ini memberikan pemahaman kontekstual yang dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan pada wilayah dan karakteristik UMKM yang lebih beragam

5. REFERENCES

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Mohd Shuib, N. L. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, *115*(3), 570–588. https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205

Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods & Research*, *10*(2), 141–163. https://doi.org/10.1177/004912418101000205

Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The Use of Triangulation in Qualitative Research. *Oncology Nursing Forum*, *41*(5), 545–547. https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547

Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, *53*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103

Hafeez, S., Shahzad, K., Helo, P., & Mubarak, M. F. (2025). Knowledge management and SMEs' digital transformation: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Innovation and Knowledge*, *10*(3). https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100728

Kahveci, E. (2025). Digital Transformation in SMEs: Enablers, Interconnections, and a Framework for Sustainable Competitive Advantage. *Administrative Sciences*, *15*(3), 107. https://doi.org/10.3390/admsci15030107

Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, *28*(6), 1129–1157. https://doi.org/10.1111/isj.12153

Noy, C. (2008). Sampling Knowledge: The Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative Research. *International Journal of Social Research Methodology*, *11*(4), 327–344. https://doi.org/10.1080/13645570701401305

Oliveira, T., & Fraga Martins, M. (2011). Literature Review of Information Technology Adoption Models at Firm Level. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*, *14*, 110.

Patria, H., Alam, M. A. F., Mulyadi, A., & Setyarko, A. (2023). *THE INFLUENCES OF DIGITAL TECHNOLOGY, DIGITAL LITERACY, AND DIGITAL MARKETING ON THE PERFORMANCE OF SMES IN BEKASI*. *6*(1), 2023.

Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. Health Services Research. *Health Services Research*, *34*(5 Pt 2), 1189–1208.

Pfister, P., & Lehmann, C. (2023). Returns on digitisation in SMEs—a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, *35*(4), 574–598. https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1980680

Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *6*(4), 104. https://doi.org/10.3390/joitmc6040104

Purbowo, G., & Trinugroho, I. (2025). Overcoming Barriers to Digital Payment: Insights from *QRIS* Adoption in Rural West Sulawesi. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*, *6*(1), 31–46. https://doi.org/10.34001/jmer.2025.6.06.1-58

Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *195*, 142–150. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423

Rahmawati, A. A., Buchdadi, A. D., & Siregar M. Edo Suryawan. (2023). In The Midst Of Payment System Digitalization, Why Are There Still MSMEs That Have Not Used *QRIS*? Ditengah Digitalisasi Sistem Pembayaran, Mengapa Masih Ada UMKM Yang Belum Menggunakan *QRIS*? In *Journal of Indonesian Management* (Vol. 3, Number 3).

Sagala, G. H., & Őri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: a systematic literature review. *Information Systems and E-Business Management*, *22*(4), 667–719. https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2

Scuotto, V., Del Giudice, M., & Carayannis, E. G. (2017). The effect of social networking sites and absorptive capacity on SMES' innovation performance. *The Journal of Technology Transfer*, *42*(2), 409–424. https://doi.org/10.1007/s10961-016-9517-0

Setiyawan, A., Fanani, G. P. I., & Ramadhan, N. F. (2025). Transformasi digital UMKM: Analisis implikasi kinerja melalui adopsi teknologi berbasis TOE framework. *Journal of Management and Digital Business*, *5*(3), 949–965. https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i3.2197

Tsuraya Choirinnida, I., & Utari, D. (2025). Digital Payment Adoption in Rural Area. *Manajemen Bisnis*, *15*(2), 73–83. https://doi.org/10.22219/mb.v15i2.41923

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, *122*, 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, *28*(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

You, T. (2023). Embeddedness at varying depths: interactions between rural e-commerce entrepreneurs and China's local politico-economic contexts. *The Journal of Chinese Sociology*, *10*(1), 22. https://doi.org/10.1186/s40711-023-00201-9

Zhu, K., Kraemer, K. L., & Xu, S. (2006). The Process of Innovation Assimilation by Firms in Different Countries: A Technology Diffusion Perspective on E-Business. *Management Science*, *52*(10), 1557–1576. https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0487