

ABSTRACT

The MSMEs Digital Program is an innovation that will become a new opportunity for businesses to expand their market through various available digital platforms including Shopee Export. This study purpose to describe the process of diffusion with innovation adoption of the MSMEs Go Digital program to analyze the readiness of Handicraft Craftsmen in West Bandung Regency in adopting digital innovations. This study uses Rogers (2003) Innovation Diffusion theory, to help describe, understand the process of dissemination and acceptance of innovation with four important elements of innovation diffusion and five important elements of innovation adoption with the addition of the readiness stage as seen from internal and external environmental factors (Suprihati, 2021; Sari & Santoso, 2019). This research focuses on Handicraft Craftsmen fostered by the National Crafts Council of West Bandung Regional District. The data in this study were collected through in-depth interviews, observation and documentation. And then analyzed using the study case method with the uniqueness that the researcher emphasizes lies in the context of time and product, with a qualitative descriptive research approach. Based on the research results, it was found that; Shopee Export was chosen by the West Bandung Regency Government regarding the program owned by Shopee is in accordance with the MSMEs Go Digital program. In the process of diffusion and adoption of innovation, the Shopee Export Program is communicated through interpersonal communication, digital media and collaboration with local communities. The duration of the program is three days with the addition of the Shopee open class system to maximize training. In the Shopee Export program, there are innovators and adopters with various tasks. This training was carried out as a solution to the consequences of the Covid-19 pandemic. Based on the findings in this study, internal environmental readiness refers to support from several parties in the innovation adoption process and the external environment is related to digital competition pressures.

Keywords: *Diffusion of Innovation, Adoption of Innovation, Readiness of SMEs, E-commerce, COVID-19.*

ABSTRAK

Program UMKM Go Digital merupakan inovasi yang akan menjadi kesempatan baru bagi pelaku usaha untuk memperluas pasarnya melalui berbagai platform digital yang tersedia termasuk Shopee Ekspor. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses difusi dan adopsi inovasi program Shopee Ekspor dan menganalisis kesiapan Pengrajin Kerajinan Tangan di Kabupaten Bandung Barat dalam mengadopsi inovasi digital. Pada penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi milik Rogers (2003), untuk membantu menggambarkan dan memahami proses penyebaran dan penerimaan inovasi dengan empat elemen penting difusi inovasi dan lima elemen penting adopsi inovasi dengan tambahan tahap kesiapan yang dilihat dari faktor lingkungan internal dan eksternal (Suprihati, 2021; Sari & Santoso, 2019). Penelitian ini terfokus pada Pengrajin Kerajinan Tangan binaan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Bandung Barat. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode studi kasus dengan keunikan yang ditekankan oleh peneliti terletak pada konteks waktu dan produk, dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa; Shopee Ekspor dipilih oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat karena program yang dimiliki Shopee sesuai dengan program UMKM Go Digital. Pada proses difusi dan adopsi inovasi Program Shopee Ekspor di komunikasikan melalui komunikasi interpersonal, media digital dan kolaborasi dengan komunitas lokal. Waktu pelaksanaan program tersebut tiga hari dengan tambahan sistem *open class* Shopee untuk memaksimalkan pelatihan. Dalam program Shopee Ekspor terdapat inovator dan adopter dengan tugas yang beragam. Pelatihan ini dilaksanakan sebagai solusi dari akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan temuan pada penelitian ini terdapat kesiapan lingkungan internal mengacu pada dukungan dari beberapa pihak dalam proses adopsi inovasi dan lingkungan eksternal berkaitan dengan tekanan persaingan digital.

Kata kunci: Difusi Inovasi, Adopsi Inovasi, Kesiapan UKM, *E-commerce*, COVID-19.