SKRIPSI

ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI DAN PERILAKU DALAM MENGADOPSI DIGITAL PADA PELAKU UMKM OLAHAN HASIL PANGAN DI KECAMATAN RASAU JAYA

OLEH:

SITI NOROL JANNAH
NIM. C1021221010

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
2026

SKRIPSI

ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI DAN PERILAKU DALAM MENGADOPSI DIGITAL PADA PELAKU UMKM OLAHAN HASIL PANGAN DI KECAMATAN RASAU JAYA

OLEH:

SITI NOROL JANNAH
NIM. C1021221010

Skripsi Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang Pertanian

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
2026

ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI DAN PERILAKU DALAM MENGADOPSI DIGITAL PADA PELAKU UMKM OLAHAN HASIL PANGAN DI KECAMATAN RASAU JAYA

Tanggung Jawab Yuridis Material pada:

Siti Norol Jannah
NIM. C1021221010

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal: 29 Januari 2026 Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura Nomor: 545/UN22.3/HK.03/2026

Tim Penguji:

Pembimbing Pertama	Pembimbing Kedua
Dr. Dewi Kurniati, SP., MM	Nia Permatasari, SP., M.Si
NIP. 197708102000122001	NIP. 198903052024212001
Penguji Pertama	**Penguji Kedua**
Dr. Komariyati, SP, MP	Dr. Maswadi, SP., M.Sc
NIP. 197006042002122001	NIP. 198105162005011001

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura

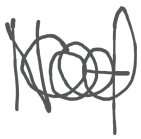
Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, MP, IPU
NIP. 196505301989032001

HASIL KARYA ILMIAH SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Saya menyatakan bahwa skripsi "**Analisis Kesenjangan Persepsi dan Perilaku Dalam Mengadopsi Digital Pada Pelaku UMKM Olahan Hasil Pangan di Kecamatan Rasau Jaya**", adalah karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan dan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Saya melimpahkan hak cipta dari skripsi saya kepada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.

Pontianak, Januari 2026

Penulis,



Siti Norol Jannah

NIM. C1021221010

MOTTO

“Jangan pernah menyerah, teruslah belajar, bertumbuh, dan berproses”
-Siti Norol Jannah-

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
-QS. Al-Insyirah: 6-

“Keberhasilan bukan milik orang pintar, tetapi milik mereka yang terus berusaha.”
- B. J. Habibie-

“Berani bermimpi, berani bertindak, dan berani bertanggung jawab.”
- Najwa Shihab-

“Education is the most powerful weapon which you can use to change the world”
-Nelson Mandela-

“The important thing is not to stop questioning”
-Albert Einstein-

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Siti Norol Jannah, lahir di Balai Karangan, Kecamatan Sekayam, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat pada tanggal 20 Agustus 2003. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Moch. Sulaiman dan Ibu Tri yuliana. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 02 Beduai dan dinyatakan lulus pada tahun 2016. Penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di MTS Hidayatullah Kembayan dan dinyatakan lulus pada tahun 2019. Kemudian, melanjutkan di SMA Negeri 01 Beduai dan dinyatakan lulus pada tahun 2022. Hingga akhirnya, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Tanjungpura Pontianak melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) dan diterima di Fakultas Pertanian di tahun yang sama. Penulis memilih Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis. Penulis juga ikut serta dalam Magang Reguler di Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak di tahun 2025.

RINGKASAN SKRIPSI

Digitalisasi telah menjadi fenomena global yang mengubah cara manusia dalam berinteraksi, bertransaksi, dan berproduksi. Digitalisasi merupakan proses transformasi dari bentuk fisik (manual) menjadi bentuk digital (*online*) melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mempercepat, mempermudah, serta meningkatkan efektivitas seluruh aspek interaksi sosial, terutama di bidang ekonomi. Perubahan ini sangat berdampak pada sektor pertanian dan dunia usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang saat ini dituntut untuk terus beradaptasi guna memastikan keberlanjutan dan daya saing usaha di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan observasi awal di Kecamatan Rasau Jaya, ditemukan sebuah paradoks perilaku yang signifikan. Para pelaku usaha mikro olahan hasil pangan pada dasarnya memiliki persepsi positif dan sadar akan manfaat digitalisasi untuk keuntungan usaha. Namun, dalam praktik bisnisnya, terjadi ketergantungan yang tinggi pada saluran distribusi konvensional. Kondisi tersebut dapat memunculkan kesenjangan antara persepsi terhadap digitalisasi dan perilaku dalam mengadopsinya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur kesenjangan antara persepsi dan perilaku dalam mengadopsi digital, khususnya pada aspek pemasaran dan transaksi pembayaran pelaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian di Kecamatan Rasau Jaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian di Kecamatan Rasau Jaya, dan mengingat jumlah populasi yang relatif kecil (≤100), sehingga penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (sensus), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi pelaku usaha mikro olahan hasil pangan di Kecamatan Rasau Jaya terhadap adopsi digital, pada aspek pemasaran digital memiliki mean total sebesar 4,06 dan pembayaran digital dengan mean total sebesar 3,95. Nilai mean tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap pemasaran digital maupun pembayaran digital berada pada kategori positif. Sementara itu, tingkat perilaku pada pelaku usaha mikro dalam mengadopsi pemasaran digital berada pada kategori cukup dengan nilai mean total sebesar 3,06.

Sedangkan, perilaku pembayaran digital berada di tingkat kategori kurang, dengan mean total sebesar 1,91. Selisih antara nilai persepsi dan perilaku tersebut menunjukkan adanya kesenjangan pada aspek pemasaran digital sebesar 1,00 atau setara dengan 20,00% dan pembayaran digital sebesar 2,04 atau 40,8%. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif pelaku usaha mikro olahan hasil pangan di Kecamatan Rasau Jaya terhadap kedua aspek adopsi digital belum diikuti oleh perilaku nyata dalam mengadopsi digital tersebut. Kesenjangan ini mengindikasikan adanya hambatan dalam proses implementasi adopsi digital, baik dari sisi keterampilan, literasi digital, maupun keberlanjutan pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha mikro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"***Analisis Kesenjangan Persepsi dan Perilaku dalam Mengadopsi Digital pada Pelaku UMKM Olahan Hasil Pangan di Kecamatan Rasau Jaya***"* tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai langkah awal untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura Kota Pontianak. Tidak lupa juga penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu, atas rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. HJ. Denah Suswati, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Novira Kusrini, SP., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Imelda, SP., M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Dewi Kurniati, SP., MM., selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dengan penuh kesabaran pada setiap proses dalam penyusunan skripsi ini.
5. Nia Permatasari, SP., M.Si selaku Dosen Pembimbing Kedua, yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dengan penuh ketelitian pada setiap proses dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Komariyati, SP, MP selaku Dosen Penguji Pertama, yang telah memberikan saran dan masukan berharga selama proses ujian sehingga membantu penulis dalam menyempurnakan penulisan skripsi ini.
7. Dr. Maswadi, SP., M.Sc selaku Dosen Penguji Kedua, yang telah mengarahkan dan memberikan masukan berharga dalam penulisan skripsi ini.
8. Orang tua penulis, yaitu Bapak Moch. Sulaiman dan Ibu Tri Yuliana, yang selalu memberikan dukungan, cinta, kasih dan doa untuk kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
9. Kakak dan Adik tersayang, yaitu Siti Sela Intan Drianti, M. Imam Solihin Saputra, M Ilham Firdaus, dan M. Syaki Akbar, serta seluruh keluarga yang

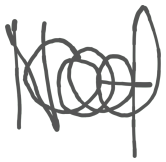
selalu mendukung, memotivasi, serta menghadirkan rasa aman, tenang, dan semangat baru dalam proses penulisan skripsi ini.

10. Sahabat-sahabat tersayang dan rekan mahasiswa, yang telah memberikan nasihat, dukungan, serta semangat yang terus mengiringi hingga skripsi ini selesai.

Penulis telah berusaha secara maksimal dalam menyelesaikan skripsi ini dan selalu berkoordinasi dengan pihak yang dapat membimbing serta memberikan arahan. Semoga skripsi ini dapat menjadi tambahan ilmu serta wawasan bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Pontianak, Januari 2026

Penulis,



Siti Norol Jannah

NIM. C1021221010

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN SYARAT ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
MOTTO v
RIWAYAT HIDUP vi
RINGKASAN SKRIPSI vii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
BAB II 5
KERANGKA PEMIKIRAN 5
A. Tinjauan Pustaka 5
1. Konsep Dasar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) 5
2. Konsep Digitalisasi 7
3. Persepsi terhadap Teknologi Digital 10
4. Konsep Adopsi Digital 15
5. Perilaku Adopsi Digital 18
6. Kesenjangan Persepsi dan Perilaku UMKM 22
B. Penelitian Terdahulu 24
C. Kerangka Konsep 27
BAB III 29
METODE PENELITIAN 29

A. Tempat dan Waktu Penelitian 29
B. Jenis Penelitian 29
C. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data 30
1. Sumber Data 30
2. Metode Pengumpulan Data 30
3. Populasi dan Sampel 31
D. Variabel Penelitian 32
1. Definisi Operasional 32
2. Pengukuran Variabel 36
E. Analisis Data 38
1. Analisis Tingkat Persepsi Pelaku Usaha Mikro Terhadap Adopsi Digital 38
2. Analisis Tingkat Perilaku Usaha Mikro Dalam Adopsi Digital 40
3. Analisis Kesenjangan *(Gap Analysis)* 42
BAB IV 44
HASIL DAN PEMBAHASAN 44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 44
B. Karakteristik Responden 45
C. Analisis Tingkat Persepsi Pelaku Usaha Mikro Terhadap Adopsi Digital 50
1. Modus, Median, dan Mean, Per Indikator Persepsi 50
2. Mean Per Variabel dan Kategorisasi Tingkat Persepsi 60
D. Analisis Tingkat Perilaku Pelaku UMKM Terhadap Adopsi Digital 64
1. Modus, Median, dan Mean, Per Indikator Perilaku 64
2. Mean Per Variabel dan Kategorisasi Tingkat Perilaku 76
E. Kesenjangan Persepsi dan Perilaku Dalam Adopsi Digital 79
BAB V 84
KESIMPULAN DAN SARAN 84
A. Kesimpulan 84
B. Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 93

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1 Kriteria UMKM Berdasarkan Aset, Omzet, dan Tenaga Kerja 5
Tabel 2 Penellitian Terdahulu 24
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Persepsi 33
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel Perilaku 34
Tabel 5 Skala Likert Persepsi Menggunakan Lima Tingkatan Jawaban 36
Tabel 6 Skala Likert Perilaku Menggunakan Lima Tingkatan Jawaban 36
Tabel 7 Kategorisasi Tingkat Persepsi Adopsi Digital 39
Tabel 8 Kategorisasi Tingkat Perilaku Adopsi Digital 41
Tabel 9 Karakteristik Responden 45
Tabel 10 Jenis *Platform* Digital yang digunakan 48
Tabel 11 Persepsi Kebermanfaatan Pemasaran Digital 50
Tabel 12 Persepsi Kemudahan Penggunaan Pemasaran Digital 52
Tabel 13 Persepsi Kepercayaan Pemasaran Digital 53
Tabel 14 Persepsi Kebermanfaatan Pembayaran Digital 55
Tabel 15 Persepsi Kemudahan Penggunaan Pembayaran Digital 57
Tabel 16 Persepsi Kepercayaan Pembayaran Digital 59
Tabel 17 Tingkat Persepsi Adopsi Digital 60
Tabel 18 Perilaku Kebermanfaatan Pemasaran Digital 64
Tabel 19 Perilaku Kemudahan Penggunaan Pemasaran Digital 66
Tabel 20 Perilaku Kepercayaan Pemasaran Digital 68
Tabel 21 Perilaku Kebermanfaatan Pembayaran Digital 70
Tabel 22 Perilaku Kemudahan Penggunaan Pembayaran Digital 72
Tabel 23 Perilaku Kepercayaan Pembayaran Digital 74
Tabel 24 Tingkat Perilaku Adopsi Digital 76

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Kerangka Konsep 28

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 93
Lampiran 2 Karakteristik Responden 98
Lampiran 3 Persepsi Responden Terhadap Adopsi Digital 99
Lampiran 4 Perilaku Responden dalam Adopsi Digital 100
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian di Kecamatan Rasau Jaya 101

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digitalisasi telah menjadi fenomena global yang mengubah cara manusia dalam berinteraksi, bertransaksi, dan berproduksi. Digitalisasi merupakan proses transformasi dari bentuk fisik (manual) menjadi bentuk digital (*online*) melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang bertujuan untuk mempercepat, mempermudah, serta meningkatkan efektivitas seluruh aspek interaksi sosial, terutama di bidang ekonomi (S. Ramadhani et al., 2024; Christover et al., 2023). Perubahan ini sangat berdampak pada sektor pertanian dan dunia usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang saat ini dituntut untuk terus beradaptasi guna memastikan keberlanjutan dan daya saing usaha di tengah pasar yang semakin kompetitif (Sitorus, 2025; Muharir, 2024).

Digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan melalui perluasan visibilitas produk, terutama pada aspek pemasaran dan transaksi pembayaran (Rasid et al., 2021; Sivia & Soleha, 2022). Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih belanja secara *online* dan menggunakan metode pembayaran *non*-tunai menuntut pelaku usaha untuk segera bertransformasi ke ekosistem digital (A. D. Saputri et al., 2025). Hal ini didasarkan pada keunggulan sistem digital yang menawarkan solusi transaksi cepat, aman, dan efisien tanpa batasan geografis, sehingga meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja (Lestari et al., 2025).

Peluang bisnis berbasis digital dapat dipraktikkan oleh UMKM di Indonesia, yang memiliki peran krusial dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan lapangan kerja (Pratamansyah, 2024). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM tahun 2022 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 61,07% atau senilai Rp.8.573,89 triliun dan pada tahun 2023 jumlah UMKM mencapai sekitar 65,4 juta yang memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB. Sedangkan, di tahun 2024 jumlah UMKM diperkirakan mencapai lebih dari

65 juta. Selain itu, UMKM juga berperan sebesar 97% terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran (Hapsari et al., 2024; Ramadani et al., 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa optimalisasi dan keberlanjutan UMKM merupakan agenda krusial nasional dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Pratamansyah, 2024).

Namun, di tengah besarnya peluang serta peran UMKM tersebut, adopsi teknologi digital tidak selalu berjalan selaras dengan potensi yang ada. Meskipun pelaku UMKM secara umum mulai memiliki persepsi positif terhadap manfaat digitalisasi, kenyataannya penerapan aksi nyata atau perilaku di lapangan masih menghadapi hambatan. Hal ini dapat berkontribusi pada munculnya kesenjangan atau ketidakseimbangan antara persepsi positif dengan implementasi teknologi yang seringkali dipicu oleh rendahnya literasi digital hingga resistensi terhadap perubahan pola kerja (Ramadhani et al., 2025; Evangeulista et al., 2023). Kesenjangan digital ini merupakan tantangan krusial, bukan hanya karena masalah infrastruktur, melainkan juga karena ketidakmampuan masyarakat untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi secara optimal. Pelaku usaha yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi digital, akan menghadapi tantangan dalam hal efisiensi dan kinerja usaha (Nurain et al., 2024).

Fenomena kesenjangan digital ini tampak nyata pada UMKM sektor pangan seperti pertanian dan makanan di Kabupaten Kubu Raya, khususnya di Kecamatan Rasau Jaya. Kecamatan Rasau Jaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki UMKM olahan hasil pangan berbasis pertanian yang cukup berkembang dan berpotensi untuk dipasarkan hingga ke luar daerah. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di Kecamatan Rasau Jaya, terutama pada aspek pemasaran dan pembayaran digital masih belum optimal. Perpaduan antara potensi usaha yang dimiliki dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital tersebut menjadikan Kecamatan Rasau Jaya sebagai wilayah yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut di antara wilayah lain yang sempat diamati dalam konteks penelitian ini.

Kecamatan Rasau Jaya memiliki sumber daya lokal dan potensi pertanian yang cukup tinggi sekitar 40,3% dari luas desa serta didukung oleh mayoritas penduduknya yang bekerja sebagai petani (Angrayni et al., 2020), sehingga

menghasilkan banyak produk olahan rumah tangga (*home industry*) seperti keripik singkong, keripik pisang, rengginang ubi, kerupuk ubi, dan opak. Pemerintah Kabupaten Kubu Raya juga aktif mendorong kemajuan UMKM dan terus mendukung pelaku usaha untuk *go* digital melalui berbagai kebijakan dan program pelatihan yang membantu meningkatkan literasi digital serta daya saing UMKM, sehingga akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Supriyanto, 2023). Namun, survei dari Kementerian Koperasi dan UKM serta beberapa dari studi akademik menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM tersebut masih rendah. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi UMKM terkait digitalisasi yang berbeda dengan implementasinya (Yosefina & Fa'ah, 2025).

Berdasarkan observasi awal di Kecamatan Rasau Jaya, ditemukan sebuah paradoks perilaku yang signifikan. Para pelaku usaha mikro pada dasarnya memiliki persepsi positif dan sadar akan manfaat pemasaran serta pembayaran digital, seperti dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Secara teknis, mereka juga telah terbiasa menggunakan perangkat *smartphone* untuk aktivitas sosial sehari-hari. Namun, dalam praktik bisnisnya, terjadi ketergantungan yang tinggi pada saluran distribusi konvensional. Sebagian besar pelaku usaha mikro masih memilih sistem "titip jual" di toko fisik atau menjual seluruh produknya kepada pedagang perantara dengan harga yang relatif lebih rendah di bawah harga pasar.

Kondisi tersebut dapat memunculkan fenomena kesenjangan antara persepsi terhadap digitalisasi dan perilaku aktual dalam mengadopsinya. Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas digitalisasi pemasaran dan transaksi pembayaran pada UMKM, namun belum banyak studi yang secara spesifik menganalisis seberapa besar persepsi yang sudah baik tidak otomatis berubah menjadi perilaku nyata pada pelaku UMKM (Yosefina & Fa'ah, 2025). Padahal, memahami kesenjangan antara persepsi dan perilaku dalam adopsi digital khususnya pemasaran dan transaksi pembayaran sangat penting untuk merancang intervensi yang tepat sasaran.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur kesenjangan antara persepsi dan perilaku dalam mengadopsi digital, khususnya pada aspek pemasaran dan transaksi pembayaran pelaku usaha mikro

olahan hasil pangan berbasis pertanian di Kecamatan Rasau Jaya. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi dasar empiris dalam perumusan kebijakan yang lebih efektif untuk mendorong transformasi digital yang berkelanjutan di wilayah rural.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat persepsi pelaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian terhadap adopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya?
2. Bagaimana tingkat perilaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian dalam mengadopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya?
3. Bagaimana kesenjangan antara persepsi dan perilaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian terhadap adopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis tingkat persepsi pelaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian terhadap adopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya.
2. Menganalisis tingkat perilaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian dalam mengadopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya.
3. Menganalisis kesenjangan antara persepsi dan perilaku usaha mikro olahan hasil pangan berbasis pertanian terhadap adopsi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran di Kecamatan Rasau Jaya.