

Transformasi Perilaku Adaptasi Digital melalui Edukasi Penggunaan Platform Pemasaran dan Keuangan Digital pada *Female Entrepreneurship*

Wiwik Maryati^{1*}, Dina Eka Shofiana¹, Ahmad Faiz¹

¹Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum

Wonokerto Selatan, Rejoso, Peterongan, Jombang 61481 - Indonesia

*Email Korespondensi: wiwikmaryati@fia.unipdu.ac.id

Submitted: November 6, 2025, **Revised:** July 6, 2026, **Accepted:** July 7, 2026

Accredited by Kemristekdikti No. 204/E/KPT/2022

Abstract - Kedunglumpung Village, located in Mojoagung District, Jombang Regency, has significant potential for the development of female entrepreneurship. Women in this village not only fulfill their roles as homemakers but also actively participate in economic activities by managing their own start-up businesses. However, the growth of these enterprises remains constrained by limited managerial capabilities and a lack of adaptation to digital technology. This study aims to describe the implementation of change management focused on fostering adaptive behavioral transformation toward digitalization as a strategy to strengthen the capacity of women entrepreneurs. A participatory approach was employed through observation, mentoring, and evaluation of the target participants. The findings indicate that education and mentoring in change management significantly enhance entrepreneurs' awareness and readiness to utilize digital technology, particularly in marketing and financial management. Furthermore, a behavioral shift was observed from conventional business practices toward greater openness to innovation and digitalization. Therefore, this initiative not only strengthens the individual capabilities of women entrepreneurs in managing their businesses but also contributes to poverty alleviation efforts through women's empowerment based on digital behavioral transformation at the village level.

Keywords: Change management; Behavioral transformation; Digital adaptation; Female entrepreneurship

Abstrak - Desa Kedunglumpung, Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang memiliki potensi besar dalam pengembangan *female entrepreneurship*. Perempuan di desa ini tidak hanya jadi sebagai ibu rumah tangga, tetapi juga aktif dalam kegiatan ekonomi melalui usaha rintisan yang dikelola sendiri. Namun, perkembangan usaha itu masih terbatas karena rendahnya kemampuan manajerial dan belum adanya adaptasi terhadap teknologi digital. Pengabdian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan manajemen perubahan yang berfokus pada transformasi perilaku adaptif terhadap digitalisasi sebagai upaya penguatan kapasitas pelaku usaha perempuan. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif melalui kegiatan pengamatan, pendampingan, dan evaluasi terhadap mitra sasaran. Hasil kegiatan menunjukkan, edukasi dan pendampingan dalam manajemen perubahan mampu meningkatkan kesadaran dan kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama pada aspek pemasaran dan keuangan. Selain itu, terdapat pergeseran perilaku dari pola kerja konvensional menuju perilaku yang lebih terbuka terhadap inovasi dan digitalisasi. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kemampuan individu dalam mengelola usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap upaya pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan berbasis transformasi perilaku digital di desa.

Kata Kunci: Manajemen perubahan, Transformasi perilaku, Adaptasi digital, Kewirausahaan perempuan

I. PENDAHULUAN

Konsep *change management* pada dasarnya adalah proses sistematis yang dipakai organisasi untuk mengatur perpindahan dari pola lama menuju pola kerja baru yang lebih relevan dengan kebutuhan perkembangan. Fokusnya tidak hanya pada prosedur implementasi strategi, namun lebih jauh menyentuh bagaimana manusia dalam organisasi mampu memahami, menerima, lalu menyesuaikan diri secara mental dan perilaku atas perubahan tersebut (Ishak, 2020). Oleh karena itu, keberhasilan perubahan tidak cukup hanya mengandalkan instruksi manajer atau penyediaan teknologi, tetapi membutuhkan pola komunikasi yang tepat, kepemimpinan yang mampu menggerakkan, serta kesiapan sumber daya secara psikologis dan struktural (Winardi, 2018).

Dalam kerangka digitalisasi, manajemen perubahan menjadi semakin penting karena transformasi digital bukan sekadar mengganti alat manual menjadi aplikasi, tetapi menggeser paradigma kerja, cara berpikir, pembagian tugas, prosedur birokrasi, hingga model layanan dan model bisnis (Westerman et al., 2014). Banyak literatur menyebut bahwa kegagalan transformasi digital umumnya bukan berasal dari kelemahan sistem digitalnya, tetapi lebih dari penolakan individu dan kultur organisasi yang belum siap menerima pola kerja digital (Kotter, 2012). Dengan kata lain, digital transformation adalah isu budaya dan perilaku sebelum ia menjadi isu teknologi.

Karena itu, relevansi manajemen perubahan dalam transformasi digital adalah memastikan bahwa orang yang terlibat memahami alasan kenapa digitalisasi perlu dilakukan, sehingga penerapan teknologi baru tidak bersifat “dipaksakan dari atas”, tetapi diterima, dijalankan, dan kemudian membentuk kebiasaan kerja baru (Susanto, 2017).

Melalui pendekatan *change management*, organisasi dapat menyiapkan kesiapan mental, kesediaan untuk belajar ulang, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih adaptif dan responsif terhadap inovasi digital (Wahyudi & Astuti, 2021). Dampaknya, implementasi digital bukan hanya cepat diadopsi, tetapi juga lebih berkelanjutan dalam jangka panjang.

Desa Kedunglumpung, Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang memiliki potensi besar dalam pengembangan *female entrepreneurship*. Hal ini ditunjukkan oleh adanya pergeseran orientasi peran perempuan di desa tersebut yang tidak hanya berfokus sebagai ibu rumah tangga, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam sektor ekonomi dan industri untuk membantu mencukupi kebutuhan keluarga. Namun demikian, meskipun para perempuan di desa tersebut telah memulai usaha rintisan (*start up business*), masih banyak di antara mereka yang belum memiliki kemampuan manajerial yang memadai, terutama dalam hal adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Akibatnya, usaha yang dijalankan tidak menunjukkan perkembangan yang signifikan (Tambunan, 2019).

Keterbatasan dalam kemampuan manajemen ini tidak hanya bersumber dari aspek sumber daya manusia, tetapi juga dari minimnya pemahaman terhadap strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan modern (Maryati & Suspahariati, 2023). Selama ini, kedua aspek tersebut masih dijalankan secara konvensional, sehingga diperlukan adanya pemahaman baru mengenai pentingnya peran digitalisasi (Maryati & Ida, 2019).

Melalui pendekatan digital, aktivitas usaha dapat berkembang lebih optimal, tidak hanya dalam memperluas segmen pasar, tetapi juga dalam pengelolaan keuangan yang menjadi nadi keberlangsungan usaha.

II. KERANGKA TEORI

Menurut data Badan Pusat Statistik (2020), Kecamatan Mojoagung termasuk dalam kategori daerah dengan tingkat kemiskinan ekstrim, berada pada urutan ketiga setelah Kecamatan Mojowarno dan Plandaan. Oleh karena itu, dibutuhkan langkah nyata untuk mengatasi permasalahan tersebut, salah satunya melalui pemberdayaan masyarakat di Desa Kedunglumpang. Pertimbangan pemilihan desa ini sebagai mitra sasaran didasari oleh potensi kewirausahaan perempuan yang sudah mulai tumbuh (Joewono, 2011). Para ibu rumah tangga di desa ini telah memiliki motivasi untuk mandiri secara ekonomi melalui kegiatan usaha, sehingga perlu diberikan penguatan agar upaya pengentasan kemiskinan dapat berjalan lebih optimal.

Program penguatan *female entrepreneurship* ini difokuskan pada penerapan manajemen perubahan yang menitikberatkan pada transformasi perilaku adaptif terhadap digitalisasi. Melalui edukasi dan pendampingan, para pelaku usaha perempuan didorong untuk memahami pentingnya beradaptasi dengan teknologi digital dalam aktivitas usaha mereka. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam menghadapi perubahan, tetapi juga membantu mereka menyesuaikan pola pikir, sikap, dan perilaku agar lebih terbuka terhadap inovasi dan teknologi.

Menurut Maryati, Dina & Ida (2024), pendampingan manajemen perubahan diharapkan dapat membangun kesadaran bahwa pemanfaatan teknologi digital bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian dari strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Transformasi perilaku adaptif ini juga memperkuat kemampuan dalam mengambil keputusan, mengelola usaha secara lebih efisien, serta meningkatkan peluang pasar melalui strategi digital.

Pemerintah Kabupaten Jombang telah melakukan berbagai strategi untuk pengentasan kemiskinan, seperti bantuan sosial, program fisik untuk mendukung pemerataan perekonomian hingga program penyediaan lapangan kerja, salah satunya melalui penggiatan kewirausahaan (Fridianto, 2024). Dari program kewirausahaan tersebut secara prosentase penduduk miskin di Jombang mengalami penurunan dari 9,15 persen pada 2023 menjadi 8,60 persen pada 2024 (Anonymous, 2024).

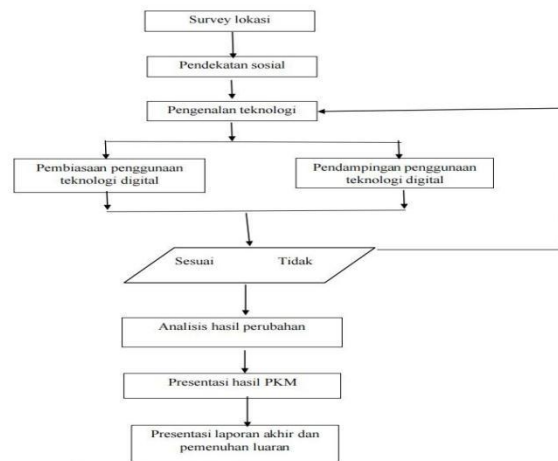
Strategi pengentasan kemiskinan dengan kewirausahaan sebagaimana yang telah dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jombang, khususnya kewirausahaan perempuan juga mendukung kebijakan pemerintah RI dalam tujuan SDGs kelima yakni mencapai kesetaraan gender dengan memberdayakan perempuan melalui *female entrepreneurship*. Selain itu juga tujuan SDGs kedelapan yakni pencapaian pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dan kesempatan kerja yang layak (Ishartono & Santoso, 2016).

III. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam Kegiatan PKM pada mitra sasaran terbagi menjadi dua tahapan utama, yaitu pengamatan dan pendampingan terhadap proses perubahan perilaku adaptif digital. Setelah tahapan tersebut, dilakukan evaluasi terhadap hasil penerapan teknologi dan perubahan perilaku mitra.

Tahapan kegiatan meliputi: (1) Pengamatan perilaku dan manajemen usaha dari aspek perencanaan, pemasaran, dan keuangan; (2) Analisis dan evaluasi kesiapan adaptasi digital; (3) Pengenalan konsep manajemen perubahan yang berfokus pada transformasi perilaku adaptif terhadap teknologi digital; (4) Pendampingan penerapan perilaku adaptif dalam penggunaan platform digital untuk pemasaran dan keuangan; (5) Presentasi hasil kegiatan PKM; (6) Penyusunan laporan akhir dan pemenuhan kewajiban luaran.

Tahapan program PKM digambarkan berikut ini.



Gambar 1. Diagram alir metode

Berdasarkan diagram alir di atas, tahapan yang akan dijalani dalam melaksanakan program ini adalah survei lokasi, yaitu mengidentifikasi dan menentukan mitra yang akan diajak bekerjasama dalam program ini dan menjadi obyek pengguna atas kemanfaatan yang akan diberikan. Pendekatan sosial adalah tahapan program yang akan dilaksanakan setelah ditentukannya lokasi. Tahapan ini dilakukan untuk memberikan kesadaran kepada mitra bahwa ada bagian dalam manajemens usahanya yang perlu diperbaiki, sehingga mitra tergerak untuk melakukan kerjasama dan menjadi lebih baik melalui program ini.

Tahapan pengenalan teknologi adalah tahapan selanjutnya setelah mitra disadarkan bahwa harus ada peningkatan operasional yang dilakukan dalam usahanya. Pada tahap ini mulai diperkenalkan kepada mitra teknologi digital yang dapat mempermudah aktivitas usahanya. Tahapan selanjutnya terbagi menjadi dua, yaitu pembiasaan penggunaan teknologi digital yang diperkenalkan pada tahap sebelumnya dilakukan seiring dengan pendampingan penggunaan teknologi digital.

Kemudian setelah kedua tahapan itu selesai, baru dapat dilihat apakah mitra sesuai ataukah tidak sesuai dengan teknologi yang diperkenalkan tersebut. Apabila tidak sesuai, maka akan kembali ke tahapan pengenalan teknologi. Pengenalan teknologi apabila mitra tidak sesuai dengan yang sudah diperkenalkan sebelumnya, maka dalam hal ini akan dilakukan proses pencarian teknologi baru yang cocok dengan mitra. Apabila sesuai, maka akan lanjut pada tahapan berikutnya.

Tahapan selanjutnya adalah analisis hasil perubahan atau perbaikan, yaitu tahapan untuk melihat hasil dari perubahan yang telah dibuat kepada mitra (dalam hal ini perubahan dari manajemen konvensional ke arah manajemen berbasis e-business). Apakah terdapat perubahan yang lebih baik dimana nantinya akan dinilai dengan indikator keberhasilan. Setelah tahapan tersebut selesai, dilakukan presentasi hasil PKM dan laporan akhir serta pemenuhan luaran.

Partisipasi dan kontribusi terhadap pelaksanaan program dilakukan oleh pemerintah desa setempat yang meliputi: (1) menyediakan fasilitas tempat dan Listrik; (2) menyediakan perangkat yang diperlukan dalam pendampingan program PKM; (3) mengkomunikasikan dan mengumpulkan peserta pendampingan PKM.

Setiap pelaksanaan program perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dari usaha yang dilakukan. Setelah terlaksananya berbagai tahapan tadi maka perlu dicari tahu apakah

ada perbedaan antara sesudah dan sebelum dilakukannya pendampingan terhadap mitra. Kemudian dievaluasi apabila terdapat kekurangan yang membuat pelaksanaan program kurang maksimal sehingga dapat dilakukan perbaikan, baik perbaikan yang dapat dilakukan selama terlaksananya program atau untuk pembelajaran dan bekal program berikutnya.

Pada proses evaluasi ini diikutsertakan mitra yang terkait dengan program sehingga evaluasi dapat dilakukan dan efektif kepada seluruh anggota program. Keberlanjutan program PKM berdampak ini akan ditinjau dari hasil keberhasilan aktivitas *e-business* khususnya pada aspek perencanaan usaha, pemasaran digital dan keuangan digital yang diterapkan kepada mitra. Apabila berhasil dengan baik, tentunya akan diperbaiki lagi untuk penyempurnaan pelaksanaan berikutnya. Keberlanjutan dari program PKM berdampak ini adalah proses aktivitas *e-business* pada pelaku usaha binaan lainnya sehingga tercapai operasional usaha binaan lainnya yang lebih produktif.



Gambar 2. Sosialisasi perencanaan dan digital *marketing*

Dalam pelaksanaan PKM berdampak ini, tim terdiri dari tiga orang dosen yang berperan satu orang dosen sebagai ketua dan dua orang dosen berperan sebagai anggota. Masing-masing dosen mempunyai tugas yang telah dibagi dan dikoordinasikan sebelumnya. Sedangkan mahasiswa yang dilibatkan dalam PKM ini ada 20 orang mahasiswa dengan tugas yang sudah dibagi dan ditentukan sebelumnya. Satu orang sebagai Ketua BEM dalam hal ini bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program dengan mengkoordinasikan semua kegiatan antar tim dan memediasi tim mahasiswa dengan dosen maupun mahasiswa dengan perangkat desa.

Anggota yang lain yang berjumlah 19 orang terbagi dalam tim perencanaan usaha, tim pemasaran digital, tim keuangan digital, dokumentasi dan tim luaran. Potensi keterlibatan 160 mahasiswa akan direkomendasikan sebagai rekognisi. Keterlibatan mahasiswa dalam program PKM ini memberikan pengalaman riil pada mahasiswa yang dapat melengkapi teori-teori yang sudah didapatkan dari perkuliahan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan transformasi adaptasi digital pada pelaku usaha wanita di Desa Kedunglumpang, Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang menunjukkan bahwa perubahan teknologi tidak selalu diterima secara merata. Transformasi menuju digitalisasi pemasaran dan operasional usaha memang mendorong perubahan cara berpikir, cara bekerja, dan cara menjangkau pasar. Namun, dalam realitas sosial di desa tersebut, masih banyak pelaku usaha wanita yang merespon transformasi ini dengan rasa khawatir, ragu, bahkan cenderung menolak.

Mereka memaknai digitalisasi bukan sebagai peluang, namun sebagai ancaman. Kekhawatiran yang muncul bukan tanpa alasan, sebagian pelaku usaha merasa tidak memiliki kemampuan teknis, keterbatasan literasi digital, serta rasa takut salah dalam mengoperasikan aplikasi penjualan online. Kondisi ini mengakibatkan mereka memilih bertahan pada pola

pemasaran yang konvensional, mengandalkan penjualan mulut ke mulut, memasok ke konsumen tetap, dan tetap nyaman dengan cara yang sudah mereka lakukan selama bertahun-tahun. Pandangan bahwa “berubah itu sulit” menjadi penghambat utama terbentuknya kesiapan mental dalam menerima inovasi digital.

Di sisi lain, hasil pengamatan lapangan juga memperlihatkan adanya kelompok pelaku usaha wanita yang justru menunjukkan sikap sebaliknya. Mereka lebih terbuka, lebih adaptif, dan menunjukkan kesiapan menerima digital sebagai peluang yang dapat mendorong percepatan pertumbuhan usaha. Kelompok ini memiliki dorongan internal berupa keingintahuan untuk mencoba hal baru, keinginan untuk memperluas pasar, serta kepercayaan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan. Mereka mulai mempelajari cara membuat konten di media sosial, ikut pelatihan digital marketing, mencoba melakukan promosi di Instagram, TikTok, dan bahkan mencoba memasarkan produk melalui marketplace seperti Shopee.

Dengan melihat contoh figur lain, misalnya teman, tetangga, *influencer* lokal, bahkan UMKM lain yang sukses menjalankan pemasaran digital mereka merasa bahwa adaptasi digital adalah sesuatu yang mungkin, dapat dipelajari, dan dapat membawa perubahan yang nyata bagi perkembangan usaha.

Perbedaan sikap inilah yang memperlihatkan bahwa digitalisasi bukan hanya persoalan akses pada perangkat atau jaringan internet, tetapi sangat berkaitan dengan kesiapan psikologis, lingkungan sosial, serta pemahaman tentang manfaat dari inovasi tersebut. Dua kelompok yang berada di satu desa yang sama ini menggambarkan dualitas dinamika perubahan sebagian takut gagal ketika mencoba sistem baru, sementara sebagian yang lain justru terdorong untuk menggali peluang baru melalui digital.

Dengan demikian, fenomena di Desa Kedunglumpang menunjukkan bahwa transformasi digital tidak bisa dipaksakan dengan satu pendekatan yang sama untuk seluruh pelaku usaha. Intervensi yang dilakukan perlu disesuaikan dengan kesiapan masing-masing kelompok: kelompok yang masih menolak digital membutuhkan pendampingan literasi digital dasar, pendekatan emosional, dan penguatan kepercayaan diri sementara pelaku usaha yang sudah menerima perubahan membutuhkan bimbingan lanjutan.

Selain itu para pelaku usaha wanita kini mulai mengenal penerapan pemasaran digital dengan cara membuat toko online dan mengelola akun sosial media sebagai sarana promosi sekaligus media komunikasi dengan pelanggan. Keberadaan toko *online* memungkinkan mereka menjual produk tanpa hambatan lokasi dan waktu, sehingga konsumen dapat mengakses dan melihat penawaran kapan pun. Sementara itu, sosial media seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business digunakan untuk menampilkan konten promosi, katalog barang, ulasan pelanggan, hingga narasi cerita usaha untuk menumbuhkan kepercayaan.

Akan tetapi, situasi di lapangan memperlihatkan bahwa proses penerimaan terhadap digitalisasi ini tidak berlangsung merata. Ada dua tipe pelaku usaha wanita yang terlihat berbeda dalam merespons perubahan tersebut. Kelompok pertama merupakan perempuan pelaku usaha yang sudah mampu menerima, mempelajari, dan menjalankan strategi pemasaran digital. Mereka mulai membuka toko *online*, rutin mengunggah konten, dan merasakan manfaat berupa meningkatnya jumlah calon pembeli, semakin luasnya jangkauan pasar, serta proses promosi yang lebih efisien tanpa harus melakukan tatap muka.

Sebaliknya, kelompok lainnya masih menunjukkan keraguan dan rasa takut untuk mulai beradaptasi. Mereka menganggap pemasaran digital cenderung rumit, berisiko, dan memerlukan penguasaan teknologi yang belum sepenuhnya mereka pahami. Kekhawatiran seperti takut melakukan kesalahan dalam menggunakan aplikasi, khawatir tertipu, hingga rasa kurang percaya

diri terhadap perubahan baru menjadi faktor penghambat.

Oleh sebab itu, pemanfaatan platform pemasaran digital pada pelaku usaha wanita bukan hanya sekadar persoalan ada atau tidaknya fasilitas teknologi, namun juga dipengaruhi oleh kesiapan psikologis, persepsi terhadap risiko, dan keberanian individu dalam menerima perubahan menuju era digital.



Gambar 3. Pembuatan toko online (*Marketplace*)

Selain pembuatan toko online kini para pelaku usaha wanita mulai diperkenalkan serta diarahkan untuk menggunakan platform keuangan digital seperti aplikasi Kasir Pintar sebagai alat bantu dalam melakukan pembukuan dan memantau kondisi keuangan usaha secara lebih sistematis. Aplikasi tersebut membantu mereka mencatat transaksi harian, mengetahui jumlah stok, melihat laporan laba, hingga memantau arus kas tanpa proses manual yang rumit. Sistem pencatatan yang otomatis ini memberikan gambaran perkembangan usaha yang lebih jelas dan meminimalkan risiko kesalahan tulisan ataupun perhitungan manual.



Gambar 4. Pelatihan keuangan digital

Meski demikian, hasil di lapangan menunjukkan bahwa penerimaan terhadap inovasi keuangan digital ini tidak berjalan sama pada setiap pelaku usaha wanita. Terdapat dua tipe respon yang berbeda. Kelompok pertama merupakan pelaku usaha wanita yang sudah mampu beradaptasi dan memanfaatkan sistem kasir digital ini. Mereka mulai merasakan dampak positif, seperti pencatatan keuangan yang lebih cepat, data transaksi yang tersimpan rapi, serta pemahaman yang lebih terukur mengenai keuntungan usaha.

Namun, kelompok kedua masih menunjukkan rasa ragu dan belum siap berpindah ke metode digital. Mereka masih merasa takut salah menggunakan fitur, khawatir tidak dapat mengoperasikan aplikasi, dan menganggap digitalisasi keuangan terlalu rumit serta berisiko. Rasa kurang percaya diri dan minimnya pengetahuan teknologi menjadi penghambat utama bagi mereka. Dengan kata

lain, pemanfaatan platform keuangan digital pada pelaku usaha wanita bukan hanya ditentukan oleh tersedianya aplikasi, tetapi juga oleh kesiapan psikologis, cara pandang terhadap risiko, dan keberanian mereka untuk bergerak menuju pengelolaan keuangan berbasis digital.

Dorongan rasa ingin tahu (*curiosity*) pada pelaku usaha wanita merupakan aspek psikologis yang berperan dalam proses penerimaan perubahan, termasuk perubahan yang diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital. Perempuan pada umumnya menunjukkan kecenderungan untuk mencari tahu hal baru terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan peluang pengembangan usaha, peningkatan pemasukan, maupun perluasan pasar.

Rasa ingin tahu tersebut menjadi pemicu awal untuk menggali informasi, mencoba hal-hal baru, serta menyesuaikan diri ketika lingkungan bisnis mengalami pergeseran. Dalam dinamika ekonomi digital, *curiosity* bisa menjadi energi internal yang mendorong perempuan belajar dan bereksperimen ketika permintaan pasar bergerak menuju pemanfaatan sistem digital.

Pada konteks pengabdian ini, terdapat kelompok pelaku usaha wanita di Desa Kedunglumpung yang memperlihatkan sikap lebih terbuka terhadap digitalisasi. Kelompok ini relatif cepat beradaptasi karena mereka memiliki kecenderungan mencari informasi mengenai teknologi, aktif mengamati platform digital, dan berani mencoba penggunaan media sosial atau aplikasi keuangan dalam pengelolaan usaha mereka. Mereka memandang transformasi digital bukan sebagai ancaman, tetapi sebagai kesempatan untuk memperbesar peluang usaha, menghemat waktu, dan memperluas jaringan pembeli. Keberanian mencoba dan proses pembelajaran mandiri menjadikan kelompok ini lebih siap mengikuti perubahan.

Sedangkan sebagian pelaku usaha wanita lain di desa yang sama masih menunjukkan keraguan untuk beralih ke sistem digital. Walaupun rasa ingin tahu tetap ada, mereka cenderung mengaitkan teknologi dengan kerumitan, risiko salah penggunaan, serta ketidakpastian hasil. Akhirnya, kelompok ini merasa lebih aman mempertahankan pola usaha konvensional karena sesuai dengan pengalaman yang sudah lama mereka jalankan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok sama-sama memiliki *curiosity*, tetapi arah respons mereka berbeda: sebagian menanggapi rasa ingin tahunya dengan mencoba dan menyesuaikan diri, sementara sebagian lainnya menahan diri karena adanya kekhawatiran serta belum siap beradaptasi dengan pola kerja baru berbasis digital.

V. KESIMPULAN

Penerapan manajemen perubahan terbukti memegang peranan penting dalam keberhasilan proses digitalisasi, karena perubahan tidak hanya berbentuk penyediaan teknologi, melainkan juga menyangkut kesiapan manusia untuk menjalankannya. Perubahan tidak bisa dicapai hanya dengan membuat aturan, tetapi membutuhkan komunikasi, penjelasan makna perubahan, kepemimpinan yang mampu memotivasi, serta kesiapan psikologis individu yang terkena dampak perubahan tersebut. Artinya, keberhasilan transformasi digital sangat ditentukan oleh bagaimana manusia di dalamnya memahami, menerima, dan menjalankan pola kerja baru.

Fenomena pelaku usaha perempuan di Desa Kedunglumpung menunjukkan bahwa respon terhadap perubahan berbasis digital tidak sama antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Sebagian perempuan sudah memanfaatkan media sosial, *platform marketplace*, dan aplikasi keuangan untuk membantu kegiatan usaha mereka. Kelompok ini menilai digitalisasi sebagai peluang untuk memperluas jaringan pembeli, meningkatkan efisiensi, serta membuka akses pasar yang lebih luas. Mereka memilih untuk belajar secara mandiri, mencoba hal baru, dan aktif menyesuaikan diri seiring perkembangan teknologi.

Namun masih ada pelaku usaha perempuan lainnya yang belum yakin untuk beralih ke

sistem digital. Mereka masih memiliki perasaan kurang nyaman dan cenderung mempertahankan metode usaha konvensional karena menganggap teknologi lebih rumit, penuh risiko, dan membutuhkan kemampuan khusus untuk mengoperasikannya. Akibatnya, rasa takut salah dan rasa ragu menjadi penghambat utama, bukan ketidaktersediaan fasilitas digital itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa hambatan transformasi digital juga berasal dari aspek psikologis dan persepsi risiko.

Dengan melihat kondisi tersebut, pendampingan dan peningkatan literasi digital menjadi hal yang dibutuhkan, agar kemampuan individu dapat tumbuh bersama perkembangan teknologi. Rasa ingin tahu alami yang dimiliki perempuan dapat menjadi modal positif untuk memulai proses belajar, bila diarahkan dengan metode pembinaan yang tepat. Oleh sebab itu, transformasi digital akan berjalan lebih efektif apabila dikelola dengan pendekatan manajemen perubahan yang terencana dan berkelanjutan, sehingga digitalisasi benar-benar membawa manfaat bagi pengembangan usaha serta penguatan ekonomi perempuan di Desa Kedunglumpung.

Melihat fenomena di atas, dapat ditemukan adanya kesenjangan antara perkembangan peluang digital yang semakin luas dengan kesiapan perilaku pelaku usaha perempuan dalam menerapkan teknologi tersebut. Konsep manajemen perubahan memang sudah menegaskan bahwa keberhasilan inovasi sangat ditentukan oleh kondisi internal individu dan bagaimana proses perubahan itu dikelola.

Akan tetapi, dalam konteks pelaku usaha mikro wanita di Desa Kedunglumpung, kajian yang secara langsung meneliti hubungan antara rasa ingin tahu (*curiosity*), persepsi risiko, dan kesiapan menerima transformasi digital masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting karena dapat memberikan bukti empiris mengenai perbedaan kesiapan adaptasi di antara kelompok pelaku usaha perempuan, sekaligus mengidentifikasi faktor psikologis yang memengaruhi penerimaan digitalisasi pada usaha mikro perempuan yang berada di wilayah pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. (2024). *Wujudkan Kabupaten Jombang Zero Kemiskinan Ekstrim Ini Langkah Bappeda Jombang*. <https://desakita.co/author/desakita/>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Data Kemiskinan di Kabupaten Jombang*, <https://radarjombang.jawapos.com/nasional/amp/663599360/>
- Fridianto, A. (2024). Targetkan Bebas Kemiskinan Ekstrim: Ini Langkah yang Diambil PJ Bupati Jombang, <https://radarjombang.jawapos.com/author/1187/>
- Ishartono, S. (2016), Sustainable Development Goals (SDGs) dan Pengentasan Kemiskinan, *Social Work Jurnal*, 6(2),154-272.
- Ishak, A. (2020). *Manajemen Perubahan di Era Disrupsi*. Jakarta: Prenada Media.
- Joewono, H. (2011). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional, Sebuah Rekomendasi Operasional, *Jurnal Infokop*,19(1), 1-23.
- Kotter, J. P. (2012). *Leading Change*. Harvard Business School Press.
- Maryati, W. (2023). Pengolahan Mentimun dan Pemasaran Digital sebagai Upaya Optimalisasi Potensi Menuju Desa Matra. *Community Development Journal*, 4(6), 12722-12727. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.23399>.
- Maryati, W., Ida, M. (2019). Peluang Bisnis di Era Digital bagi Generasi Muda dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *Jurnal Mebis*, 14(2), 71-76, <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.62>.
- Maryati, W., Dina, E.S., Ida, M. (2024). Potensi Gen Z sebagai Agen Perubahan dalam

- mengoptimalkan Kinerja UMKM: *Prosiding Immersive, Unesa*.
- Susanto, A. (2017). *Manajemen Strategik*. Rajagrafindo Persada.
- Tambunan, T. (2019). Kewirausahaan Perempuan di Indonesia: Tantangan dan peluang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 1-12.
- Wahyudi, S., & Astuti, A. (2021). Change Readiness dalam Implementasi Transformasi Digital. *Jurnal Manajemen & Organisasi*, 12(3), 249–262.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Winardi. (2018). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Alfabeta.