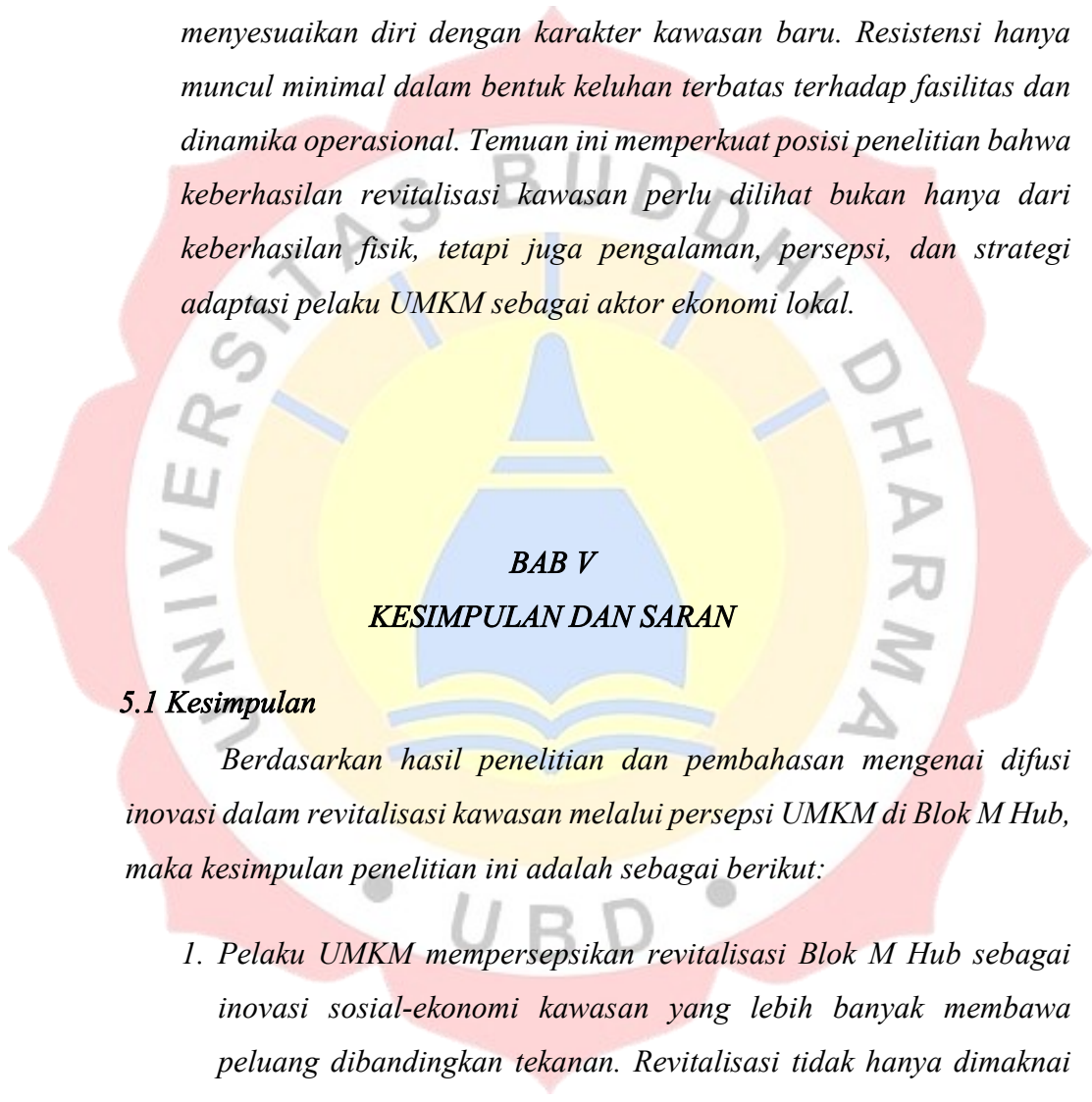


pengunjung, tren viral, persaingan tenant, dan pola kunjungan akhir pekan.

Dengan demikian, respons UMKM terhadap revitalisasi Blok M Hub dapat disimpulkan sebagai respons penerimaan-adaptif. Penerimaan muncul karena manfaat revitalisasi dirasakan nyata, sedangkan adaptasi muncul karena pelaku UMKM harus menyesuaikan diri dengan karakter kawasan baru. Resistensi hanya muncul minimal dalam bentuk keluhan terbatas terhadap fasilitas dan dinamika operasional. Temuan ini memperkuat posisi penelitian bahwa keberhasilan revitalisasi kawasan perlu dilihat bukan hanya dari keberhasilan fisik, tetapi juga pengalaman, persepsi, dan strategi adaptasi pelaku UMKM sebagai aktor ekonomi lokal.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai difusi inovasi dalam revitalisasi kawasan melalui persepsi UMKM di Blok M Hub, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Pelaku UMKM mempersepsikan revitalisasi Blok M Hub sebagai inovasi sosial-ekonomi kawasan yang lebih banyak membawa peluang dibandingkan tekanan. Revitalisasi tidak hanya dimaknai sebagai penataan fisik ruang, tetapi juga sebagai perubahan yang mempengaruhi mobilitas pengunjung, pola pelanggan, kenyamanan kawasan, aktivitas ekonomi, dan strategi usaha. Mayoritas pelaku UMKM menilai bahwa revitalisasi membuat kawasan menjadi lebih nyaman, lebih tertata, lebih ramai, dan lebih menarik bagi pengunjung. Persepsi positif tersebut muncul karena pelaku UMKM*

melihat adanya peningkatan visibilitas usaha, peluang penjualan, serta bertambahnya pelanggan baru, terutama dari kalangan muda dan pengunjung yang dipengaruhi oleh media sosial.

2. Lima atribut inovasi Rogers berperan dalam membentuk respons pelaku UMKM terhadap revitalisasi Blok M Hub. Atribut Relative Advantage tampak melalui manfaat ekonomi, peningkatan pengunjung, dan keterlihatan usaha. Atribut Compatibility terlihat dari kesesuaian kawasan dengan jenis usaha UMKM, khususnya usaha makanan dan minuman yang sesuai dengan karakter pengunjung Blok M Hub. Atribut Complexity Relatif rendah karena pelaku UMKM tidak memandang aturan atau sistem kawasan sebagai hambatan yang terlalu rumit, meskipun masih terdapat kendala operasional seperti fluktuasi pengunjung, keterbatasan fasilitas, dan gangguan teknis. Atribut Trialability tidak dialami secara merata karena sebagian pelaku UMKM beradaptasi secara mandiri tanpa masa uji coba atau pendampingan khusus. Sementara itu, atribut Observability tampak kuat karena manfaat revitalisasi dapat dilihat secara nyata melalui keramaian kawasan, pelanggan baru, peningkatan kenyamanan, dan eksposur media sosial. Berdasarkan kelima atribut tersebut, respons UMKM didominasi oleh penerimaan dan adaptasi, sedangkan resistensi hanya muncul secara minimal dalam bentuk keluhan terhadap fasilitas atau aspek operasional.

3. Tekanan Institusional yang dipersepsikan pelaku UMKM serta faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan membentuk perbedaan pengalaman dan respons terhadap revitalisasi Blok M Hub. Tekanan institusional dipahami sebagai pengalaman pelaku UMKM terhadap aturan kawasan, sistem sewa, SOP, pengaturan lokasi tenant, standar usaha, fasilitas, dan ekspektasi pelanggan, bukan sebagai kebijakan resmi yang diverifikasi dari pengelola kawasan. Tekanan tersebut tidak menjadi faktor utama yang memunculkan penolakan, tetapi lebih banyak dinegosiasikan melalui adaptasi.

Dari sisi Technology–Organization–Environment, faktor teknologi terlihat melalui penggunaan QRIS, media sosial, dan promosi digital; faktor organisasi tampak pada pengalaman usaha, kapasitas usaha, inovasi produk, dan strategi pelayanan; sedangkan faktor lingkungan terlihat dari persaingan tenant, pola kunjungan akhir pekan, karakter konsumen muda, serta pengaruh tren viral. Dengan demikian, keberhasilan revitalisasi Blok M Hub tidak hanya ditentukan oleh perubahan fisik kawasan, tetapi juga oleh bagaimana pelaku UMKM memaknai, menerima, dan menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1. Bagi pemerintah dan pengelola kawasan, revitalisasi kawasan sebaiknya tidak hanya berfokus pada pembaruan fisik, peningkatan estetika, dan penataan ruang komersial, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan pelaku UMKM sebagai bagian dari ekosistem ekonomi lokal. Pemerintah dan pengelola kawasan perlu menyediakan mekanisme komunikasi yang lebih terbuka dengan pelaku UMKM, terutama terkait aturan kawasan, sistem sewa, SOP, fasilitas pendukung, dan strategi pengembangan kawasan. Dengan adanya komunikasi yang lebih jelas, pelaku UMKM dapat memahami perubahan yang terjadi dan menyesuaikan strategi usahanya secara lebih baik.*
- 2. Bagi pengelola kawasan Blok M Hub, perlu dilakukan peningkatan fasilitas pendukung yang berkaitan langsung dengan kenyamanan*

pelaku UMKM dan pengunjung. Beberapa aspek seperti toilet, kebersihan, sirkulasi udara, kualitas sinyal, kenyamanan ruang, keamanan, serta dukungan terhadap transaksi digital perlu diperhatikan sebagai bagian dari keberlanjutan revitalisasi. Selain itu, pengelola kawasan juga dapat menambahkan penerangan di beberapa sudut terutama pada ujung-ujung tenant.

3. Bagi pelaku UMKM, kemampuan adaptasi perlu terus diperkuat agar usaha dapat bertahan dan berkembang di kawasan yang telah direvitalisasi. Pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, kebersihan, inovasi menu, strategi promosi digital, serta penggunaan pembayaran digital seperti QRIS. Selain itu, pelaku UMKM perlu memahami pola kunjungan konsumen, terutama kecenderungan meningkatnya pengunjung pada akhir pekan atau ketika terdapat tren tertentu di media sosial, sehingga strategi stok, pelayanan, dan promosi dapat disesuaikan secara lebih efektif.

4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan melibatkan perspektif pengelola kawasan, pemerintah daerah, komunitas pedagang, atau pihak lain yang berkaitan langsung dengan proses revitalisasi. Keterlibatan informan tersebut dapat memperkaya pemahaman mengenai kebijakan, sistem sewa, SOP, pengaturan tenant, dan strategi pengembangan kawasan secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk melihat perubahan persepsi UMKM dalam jangka waktu yang lebih panjang, atau membandingkan Blok M Hub dengan kawasan revitalisasi lain agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pola penerimaan, adaptasi, dan resistensi UMKM terhadap revitalisasi kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, Jamaluddin Majid, and Nurasiah Hamid. "MSME Business Performance: Affecting Factors of Networking, Work Culture and Reputation." *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 10, no. 1 (2023): 173–86. <https://doi.org/10.24252/minds.v10i1.34973>.
- Arranz, Carlos F. A., and Marta F. Arroyabe. "Institutional Theory and Circular Economy Business Models: The Case of the European Union and the Role of Consumption Policies." *Journal of Environmental Management* 340 (August 2023): 117906. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.117906>.
- Balsas, Carlos J. L. "Qualitative Planning Philosophy and the Governance of Urban Revitalization, a Plea for Cultural Diversity." *Urban Governance* 2, no. 2 (2022): 247–58. <https://doi.org/10.1016/j.ugj.2022.09.003>.
- Bullinger, Katharina. "An Institutional Theory Perspective on Social Innovations for a Circular Built Environment." *Urban, Planning and Transport Research* 13, no. 1 (2025): 2534351. <https://doi.org/10.1080/21650020.2025.2534351>.

- Da Silva, Nubia Adriane, Jaqueline Lilge Abreu, Cristina Orsolin Klingenberg, José Antônio Valle Antunes Junior, and Daniel Pacheco Lacerda. "Industry 4.0 and Micro and Small Enterprises: Systematic Literature Review and Analysis." *Production & Manufacturing Research* 10, no. 1 (2022): 696–726. <https://doi.org/10.1080/21693277.2022.2124466>.
- Dung, Luu Tien, and Tran Thi Hoang Dung. "RETRACTED ARTICLE: Businesses Model Innovation: A Key Role in the Internationalisation of SMEs in the Era of Digitalisation." *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 13, no. 1 (2024): 48. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00391-7>.
- Fadhilah, Atikah Salwa, and Khairunnisa Adhar. "Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Senaken Terhadap Pedagang Dan Pengunjung Berdasarkan Aspek-Aspek Revitalisasi." *COMPACT: Spatial Development Journal* 4, no. 1 (2025): 19–30. <https://doi.org/10.35718/compact.v4i1.8481463>.
- Faiz, Faiz, Viet Le, and Eryadi K. Masli. "Determinants of Digital Technology Adoption in Innovative SMEs." *Journal of Innovation & Knowledge* 9, no. 4 (2024): 100610. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100610>.
- Gu, Hanmin. "Differential Impacts of Urban Revitalization Projects on Land Prices: A Case Study of Seongnam, South Korea." *Cities* 154 (November 2024): 105256. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105256>.
- Hassan, Sohaib S., Konrad Meisner, Kevin Krause, Levan Bzhalava, and Petra Moog. "Is Digitalization a Source of Innovation? Exploring the Role of Digital Diffusion in SME Innovation Performance." *Small Business Economics* 62, no. 4 (2024): 1469–91. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00826-7>.
- Jie, Honglan, Leong Mow Gooi, and Yanchun Lou. "Digital Maturity, Dynamic Capabilities and Innovation Performance in High-Tech SMEs." *International Review of Economics & Finance* 99 (April 2025): 103971. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.103971>.
- Kauppi, Katri, and Davide Luzzini. "Measuring Institutional Pressures in a Supply Chain Context: Scale Development and Testing." *Supply Chain Management: An International Journal* 27, no. 7 (2022): 79–107. <https://doi.org/10.1108/SCM-04-2021-0169>.
- Kim, Seongho, Junyoung Ryu, and Changhyo Yi. "Commercial Gentrification and the Uneven Survival of Local Restaurants: A Comparative Study of Seoul's Neighborhoods." *Journal of Asian Architecture and Building Engineering* 25, no. 4 (2026): 4030–43. <https://doi.org/10.1080/13467581.2025.2556026>.

- Kraus, Sascha, Susanne Durst, João J. Ferreira, Pedro Veiga, Norbert Kailer, and Alexandra Weinmann. "Digital Transformation in Business and Management Research: An Overview of the Current Status Quo." *International Journal of Information Management* 63 (April 2022): 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>.
- Liao, Zhiwei, and Menglan Liu. "Critical Barriers and Countermeasures to Urban Regeneration from the Stakeholder Perspective: A Literature Review." *Frontiers in Sustainable Cities* 5 (June 2023): 1115648. <https://doi.org/10.3389/frsc.2023.1115648>.
- Liu, Chang, and Eleni Bardaka. "Exploring the Effects of Urban Rail on the Survival of Nearby Businesses." *Transport Policy* 169 (August 2025): 209–26. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2025.04.011>.
- Manurung, Claudie Kezia, and Maulana Yusuf. "Evaluasi Model CIPP Implementasi Kebijakan Transit Oriented Development Di Kawasan Blok M – Sisingamangaraja." *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik* 10, no. 1 (2025): 199–217. <https://doi.org/10.25077/jakp.10.1.199-217.2025>.
- Mottee, Lara K., Wei-Ting Hong, and John D. Nelson. "Exploring Aspects of Transport-Induced Gentrification across the Project Lifecycle: An NLP Approach." *Journal of Transport Geography* 128 (October 2025): 104388. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2025.104388>.
- Nakajima, Hiroki, and Akito Murayama. "Inclusive Urban Regeneration Approaches through Small Projects: A Comparative Study of Three Japanese Machizukuri Cases." *Cities* 152 (September 2024): 105241. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105241>.
- Nguyen, Tran Hung, Xuan Cu Le, and Thi Hai Ly Vu. "An Extended Technology-Organization-Environment (TOE) Framework for Online Retailing Utilization in Digital Transformation: Empirical Evidence from Vietnam." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8, no. 4 (2022): 200. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040200>.
- Novianty, Nanda, Iswiyati Rahayu, and Sitna Hajar Malawat. IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERATURAN MENTERI PEKERJAAN UMUM NOMOR 18 TAHUN 2010 TENTANG PEDOMAN REVITALISASI KAWASAN JEMBATAN SEI. ALALAK. 2022. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/14301>.
- Nugraha, Deni Pandu, Budi Setiawan, Robert Jeyakumar Nathan, and Maria Fekete-Farkas. "Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8, no. 4 (2022): 208. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>.

- Pamungkas, Indra Novianto Adibayu, Alila Pramiyanti, and Mohamad Syahriar Sugandi. "Applying a Diffusion Innovation Theory to Identify Novelty in Communication Research." *Cogent Social Sciences* 11, no. 1 (2025): 2564782. <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2564782>.
- Radicić, Dragana, and Saša Petković. "Impact of Digitalization on Technological Innovations in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)." *Technological Forecasting and Social Change* 191 (June 2023): 122474. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122474>.
- Raimbault, Juste. "A Model of Urban Evolution Based on Innovation Diffusion." *arXiv:2004.15023*. Preprint, arXiv, April 30, 2020. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.15023>.
- Satyro, Walter Cardoso, Jose Celso Contador, Jansen Anderson Gomes, et al. "Technology-Organization-External-Sustainability (TOES) Framework for Technology Adoption: Critical Analysis of Models for Industry 4.0 Implementation Projects." *Sustainability* 16, no. 24 (2024): 11064. <https://doi.org/10.3390/su162411064>.
- Scaffidi, Federica, Ezio Micelli, and Matt Nash. "The Role of the Social Entrepreneur for Sustainable Heritage-Led Urban Regeneration." *Cities* 158 (March 2025): 105670. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105670>.
- Sechel, Ioana C., and Florin Mariasiu. "Efficiency of Governmental Policy and Programs to Stimulate the Use of Low-Emission and Electric Vehicles: The Case of Romania." *Sustainability* 14, no. 1 (2021): 45. <https://doi.org/10.3390/su14010045>.
- Sihite, Frans Antoni, and Yunita Pakpahan. "Analysis of the Influence of Revitalization, Technology Use, and Human Resources Competence on MSME Income." *Ilomata International Journal of Management* 4, no. 4 (2023): 632–44. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i4.875>.
- Soetopo, Elia Mahatma Rayhan, Viga Syarafina, Nadya Natasha Alimin, and Haryadi Sudibjo. "FACTORS INFLUENCING THE PERCEPTION OF TECHNOLOGY FIT IN MSMEs' TECHNOLOGY ADOPTION PROCESS." *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 18, no. 1 (2025): 131–46. <https://doi.org/10.35508/jom.v18i1.15300>.
- Sonaesti, Ceratomia, and Edi Purwanto. "REVITALISASI KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG: ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN." *Jurnal Arsitektur ARCADE* 6, no. 1 (2022): 21. <https://doi.org/10.31848/arcade.v6i1.813>.

- Soomro, Raheem Bux, Sanam Gul Memon, Nisar Ahmed Dahri, et al. "The Adoption of Digital Technologies by Small and Medium-Sized Enterprises for Sustainability and Value Creation in Pakistan: The Application of a Two- Staged Hybrid SEM-ANN Approach." *Sustainability* 16, no. 17 (2024): 7351. <https://doi.org/10.3390/su16177351>.
- Sukaryavichute, Elina, Elizabeth Delmelle, and Colleen Hammelman. "Opportunities and Challenges for Small Businesses in New Transit Neighborhoods: Understanding Impacts through In-depth Interviews." *Regional Science Policy & Practice* 13, no. 3 (2021): 1025–42. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12412>.
- Valdez-Juárez, Luis Enrique, Elva Alicia Ramos-Escobar, José Alonso Rui-Zamora, and Edith Patricia Borboa-Álvarez. "Drivers and Pressures of Industry 4.0 That Generate Marketing Innovation and Affect the Innovative Performance of Mexican SMEs: From the Perspective of Open Innovation." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 11, no. 2 (2025): 100541. <https://doi.org/10.1016/j.joitm.2025.100541>.
- Wang, Shaofeng, and Hao Zhang. "Digital Transformation and Innovation Performance in Small- and Medium-Sized Enterprises: A Systems Perspective on the Interplay of Digital Adoption, Digital Drive, and Digital Culture." *Systems* 13, no. 1 (2025): 43. <https://doi.org/10.3390/systems13010043>.
- Zafira, Widhi Suci, and Ardiana Yuli Puspitasari. "Penerapan Prinsip Transit-Oriented Development (TOD) Untuk Mewujudkan Transportasi Yang Berkelanjutan." *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022): 110. <https://doi.org/10.30659/jkr.v2i1.20440>.
- Zhang, Haifeng, and Yevgeniy Vorobeychik. "Empirically Grounded Agent-Based Models of Innovation Diffusion: A Critical Review." *arXiv:1608.08517*. Preprint, arXiv, May 25, 2017. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1608.08517>.
- Zhao, Yingrui, Songhua Hu, and Ming Zhang. "Evaluating Equitable Transit-Oriented Development (TOD) via the Node-Place-People Model." *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 185 (July 2024): 104116. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2024.104116>.
- Creswell, J. W., and J. D. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th Ed.). 6th ed. SAGE Publications, 2023.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing, 2020.
- La, Mani, and Guntoro Budi. *Budaya Dan Desain Komunikasi Kebijakan Publik: Teori Dan Contoh Kasus Aplikasinya*. Cet. 1. Bandung: Remaja Rosdakarya., 2020, n.d.

Miles, M. B., and A. M. Huberman. Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods. SAGE Publications., 1984.

Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations. 3rd ed. Free Press ; Collier Macmillan, 1983.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 2nd ed. 2023.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : Anastasia Djovanya Soyu

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 25 Agustus 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Katolik

Kewarganegaraan : Indonesia

Email : anasoyyuu@gmail.com

Jurusan : Corporate and Marketing Communication



RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD: Penabur Ilmu, Kabupaten Tangerang
2. SMP : Penabur Ilmu, Kabupaten Tangerang
3. SMK : Bonavita, Kota Tangerang

Demikian daftar Riwayat hidup saya ini, saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang

021 5517853/021 5586822 ✉ universitas@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20220400052
Nama Mahasiswa : ANASTASIA DJOVANYA SOYU
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2025/2026 Genap
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : DIFUSI INOVASI DALAM REVITALISASI KAWASAN: PERSEPSI
UMKM DI BLOK M HUB

Tanggal	Catatan	Paraf
13 Maret 2026	Pengarahan Skripsi terkait Sistematika Penulisan	ls
18 Maret 2026	Pengajuan Judul Penelitian	ls
02 April 2026	ACC Judul Lanjut Pengerjaan Penelitian	ls
08 April 2026	ACC Judul Lanjut Pengerjaan Penelitian	ls
23 April 2026	ACC BAB 1 dan Pengerjaan BAB 2	ls
30 April 2026	Pengajuan BAB 2 dan revisi BAB 2	ls
06 Mei 2026	ACC BAB 2 dan Pengerjaan BAB 3	ls
14 Mei 2026	ACC BAB 3 dan Pembuatan Pedoman Wawancara	ls
28 Mei 2026	ACC Pedoman Wawancara dan Lanjut BAB 4	ls
30 Juni 2026	Pengajuan BAB 4 dan Revisi	ls
03 Juli 2026	BAB 4 ACC dan BAB 5 Revisi dan Pengajuan Lampiran	ls
09 Juli 2026	ACC Keseluruhan dan Maju Sidang	ls

Mengetahui

Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.I.Kom

Tangerang, 10 July 2026

Pembimbing



Suryadi Wardiana, M.I.Kom

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang

021 5517853/021 5586822 ✉ universitas@buddhidharma.ac.id

July 08, 2026

Editor Explanation:

Dear **ANASTASIA DJOVANYA SOYU**,

Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	: 20220400052
Faculty	: Sosial dan Humaniora/Ilmu Komunikasi
Title	: DIFUSI INOVASI DALAM REVITALISASI KAWASAN: PERSEPSI UMKM DI BLOK M HUB
Type	: Thesis

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	: 23439
Character Count	: 161511
Similarity Index	: 13
Internet Source	: 12
Publication	: 8
Student Paper	: 0
Exclude quotes	: Off
Exclude bibliography	: Off
Exclude matches	: 0 words

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,
Faculty of Social and Humanities

LAMPIRAN





PEDOMAN WAWANCARA

“Difusi Inovasi Dalam Revitalisasi Kawasan: Persepsi UMKM di Blok M Hub”

1. Informan UMKM

A. Identitas Usaha:

- 1) *Dapatkan Bapak/Ibu menceritakan usaha yang dijalankan di Blok M Hub? Jenis usaha apa yang dijalankan? Siapa target pelanggan utama?*
- 2) *Sudah berapa lama usaha Bapak/Ibu dijalankan di kawasan ini? Apakah usaha sudah ada sebelum revitalisasi atau baru hadir setelah revitalisasi?*
- 3) *Bagaimana kondisi usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah revitalisasi? Perubahan apa yang paling terasa? Apakah terjadi perubahan pelanggan, transaksi, atau pendapatan?*

B. Persepsi Revitalisasi:

- 1) *Bagaimana Bapak/Ibu memaknai revitalisasi Blok M Hub? Mengapa Bapak/Ibu memandang revitalisasi demikian?*
- 2) *Menurut Bapak/Ibu, revitalisasi lebih banyak membawa peluang, tekanan, atau keduanya? Dapatkan Bapak/Ibu memberikan contoh konkret dari pengalaman usaha?*
- 3) *Bagaimana revitalisasi memengaruhi hubungan Bapak/Ibu dengan pelanggan? Apakah perilaku, selera, atau cara berinteraksi pelanggan berubah?*

C. Relative Advantage

- 1) *Apakah revitalisasi memberikan keuntungan dibandingkan kondisi sebelumnya? Keuntungan apa yang paling nyata bagi usaha Bapak/Ibu?*
- 2) *Apakah usaha Bapak/Ibu menjadi lebih kompetitif atau lebih dikenal setelah revitalisasi? Apakah peningkatan tersebut dirasakan langsung atau bertahap?*

D. Compatibility

- 1) *Apakah aturan, fasilitas, dan suasana baru sesuai dengan kebutuhan usaha Bapak/Ibu? Bagian mana yang paling sesuai dan bagian mana yang belum sesuai?*
- 2) *Apakah sistem, aturan, atau suasana baru di Blok M Hub sesuai dengan cara Bapak/Ibu berdagang atau justru menuntut perubahan? Penyesuaian apa yang paling besar harus dilakukan?*

E. Complexity

- 1) *Apa hal yang paling rumit setelah revitalisasi? Apakah aturan baru, pengaturan kios, atau digitalisasi sulit dipahami?*
- 2) *Apa tantangan terbesar yang Bapak/Ibu hadapi setelah revitalisasi? Bagaimana cara Bapak/Ibu mengatasinya?*

F. Triability

- 1) *Apakah Bapak/Ibu diberi kesempatan mencoba sistem baru secara bertahap? Apakah ada pelatihan, sosialisasi, atau pendampingan?*
- 2) *Apakah proses adaptasi dibantu oleh pengelola atau dilakukan secara mandiri? Dukungan apa yang paling membantu selama proses adaptasi?*

G. Obserability

- 1) *Apakah manfaat revitalisasi terlihat nyata dalam usaha Bapak/Ibu? Manfaat apa yang paling mudah diamati?*
- 2) *Apakah dampak revitalisasi juga terlihat pada UMKM lain? Apakah semua UMKM merasakan dampak yang sama?*
- 3) *Apakah Bapak/Ibu melihat adanya peningkatan pengunjung, transaksi, atau citra usaha setelah revitalisasi? Bagaimana perubahan tersebut terlihat dalam aktivitas usaha sehari-hari?*
- 4) *Apakah hasil revitalisasi lebih terlihat sebagai peluang atau sebagai beban bagi usaha Bapak/Ibu? Mengapa Bapak/Ibu menilai demikian?*

H. Institutional Theory

- 1) Apakah ada aturan baru setelah revitalisasi? Aturan apa yang paling memengaruhi usaha Bapak/Ibu?
- 2) Apakah ada tuntutan baru terkait layanan, tampilan, kebersihan, promosi, atau pembayaran digital? Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi tuntutan tersebut?
- 3) Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti strategi pedagang lain? Strategi apa yang ditiru dan mengapa strategi tersebut dianggap penting?

I. TOE – Technology

- 1) Apakah Bapak/Ibu menggunakan QRIS, media sosial, atau aplikasi digital dalam usaha? Apakah teknologi tersebut membantu usaha? Bagian mana yang paling membantu atau menyulitkan?
- 2) Apakah modal, SDM, dan kemampuan usaha Bapak/Ibu cukup untuk beradaptasi setelah revitalisasi? Kendala organisasi apa yang paling besar dihadapi?

J. TOE – Environment

- 1) Bagaimana pengaruh pelanggan, pesaing, dan pengelola terhadap usaha Bapak/Ibu? Faktor lingkungan apa yang paling menentukan keberlangsungan usaha?

K. Respons UMKM

- 1) Setelah revitalisasi, apakah Bapak/Ibu lebih menerima, beradaptasi, atau merasa keberatan? Apa alasan utama dari sikap tersebut?
- 2) Strategi apa yang Bapak/Ibu lakukan agar usaha tetap bertahan? Apakah Bapak/Ibu mengubah produk, harga, promosi, tampilan, atau layanan?
- 3) Apakah Bapak/Ibu pernah mempertimbangkan pindah lokasi atau berhenti usaha? Faktor apa yang memengaruhi pertimbangan tersebut?

2. Informan Pengunjung

E. Pengalaman Berkunjung

- 1) *Seberapa sering Bapak/Ibu mengunjungi Blok M Hub? Apakah frekuensi kunjungan meningkat setelah revitalisasi?*
- 2) *Apa tujuan utama Bapak/Ibu datang ke kawasan ini? Apakah untuk kuliner, belanja, transit, rekreasi, atau tujuan lain?*
- 3) *Apakah Bapak/Ibu pernah mengunjungi kawasan ini sebelum revitalisasi? Apa yang paling diingat dari kondisi sebelumnya?*

E. Persepsi Revitalisasi

- 1) *Bagaimana Bapak/Ibu menilai perubahan Blok M Hub setelah revitalisasi? Perubahan apa yang paling terlihat?*
- 2) *Apakah kawasan terasa lebih nyaman dan tertata setelah revitalisasi? Bagian mana yang paling nyaman atau kurang nyaman?*
- 3) *Apakah revitalisasi membuat kawasan lebih menarik untuk dikunjungi? Mengapa demikian?*

E. Persepsi terhadap UMKM

- 1) *Bagaimana Bapak/Ibu melihat keberadaan UMKM setelah revitalisasi? Apakah UMKM lebih terlihat atau lebih mudah ditemukan?*
- 2) *Apakah revitalisasi memengaruhi minat Bapak/Ibu untuk membeli produk UMKM? Faktor apa yang memengaruhi keputusan membeli?*

E. Pengalaman Konsumen

4. *Apakah Bapak/Ibu pernah membeli produk atau layanan UMKM di kawasan ini? Produk apa yang paling sering dibeli?*
4. *Apa yang membuat Bapak/Ibu memilih UMKM tertentu? Apakah karena harga, kualitas, pelayanan, tampilan kios, promosi, atau lokasi?*
4. *Apakah UMKM terlihat lebih profesional setelah revitalisasi? Apa ciri UMKM yang menurut Bapak/Ibu terlihat profesional?*

4. *Apakah ada perbedaan antara UMKM yang adaptif dan yang belum adaptif? Dapatkah Bapak/Ibu memberikan contoh?*

E. Digitalisasi

1) *Apakah Bapak/Ibu menggunakan pembayaran digital saat berbelanja? Apakah QRIS penting bagi pengunjung? Mengapa?*

2) *Apakah media sosial memengaruhi keputusan Bapak/Ibu untuk berkunjung atau membeli? Platform apa yang paling berpengaruh?*



TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

“Difusi Inovasi Dalam Revitalisasi Kawasan: Persepsi UMKM di Blok M Hub”

Data Informan:

1. Putri : UMKM-01
2. June & Rido : UMKM-02
3. Rif'at : UMKM-03
4. Salma : UMKM-03
5. Doni : UMKM-05
6. Dika : UMKM-06
7. Faiyat : UMKM-07
8. Nara : PENGUNJUNG-01
9. Salva : PENGUNJUNG-02
10. Keylla : PENGUNJUNG-03

I. Informan UMKM

A. Identitas Usaha:

1) Dapatkah Bapak/Ibu menceritakan usaha yang dijalankan di Blok M Hub?

Jenis usaha apa yang dijalankan? Siapa target pelanggan utama?

UMKM-01 : Usaha yang saya jalani ini sudah lama kak, aneka donat yang terbuat dari kentang, Potato Donut Harco.

UMKM-02 : Perkenalkan nama saya June dan rekan saya. Produk yang saya jual aneka minuman yang target utamanya lebih ke kalangan anak muda ya kak. Nama produk kami ini Kopi Masa Depan sesuai nama diatas

UMKM-03 : Perkenalkan nama saya Rif'at, usaha saya ini M Tea yaitu ada Thaitea kita, terus macam-macam minuman anak sekarang cuma lebih utama di Milktea sih kak, banyak menu lain ada yang seger-seger juga Matcha, Coklat.

UMKM-04 : Halo kakk perkenalkan aku Salma. Usahaku ini makanan berat dengan berbagai macam jenis ada Nusantara yaitu Soto Betawi dan Arab yaitu ada Kebab.

UMKM-05 : Usaha yang saya jalankan ini masuknya F&B ya, saya jualan minuman Smooties gitu.

UMKM-06 : Usaha saya ini Makaroni Ngehe namanya, tetapi ada Usus, Makaroni, Bihun, Cimol, Cihu sama Otak-Otak juga.

UMKM-07 : Usaha yang saya ini Puding, Silky Puding dengan berbagai varian rasa dan target kita semua kalangan sih kak karena bisa dikonsumsi siapa aja.

2) Sudah berapa lama usaha Bapak/Ibu dijalankan di kawasan ini? Apakah usaha sudah ada sebelum revitalisasi atau baru hadir setelah revitalisasi?

UMKM-01 : Kita ada tiga cabang kak, ada di Pasar Baru, Kota Tua, dan juga Blok M Hub ini kak. Untuk lamanya sih sekitar yaa, 25 tahunan lebih kak.

UMKM-02 : Usaha kami sudah berjalan satu tahun kak, sebelumnya kita ada ditengah tempat jualan kita kak, cuma sekarang pindah kesini.

UMKM-03 : Sudah dua bulan kak, jadi setelah revitalisasi ini karena cocok sama usaha saya ini.

UMKM-04 : Memulai usaha saya ini sudah tujuh bulan, pemindahan dari atas juga kak setelah dipembangunan dengan lokasi strategis jadi pindah kesini.

UMKM-05 : Sejak Blok M Hub sudah bisa diakses, bulan Januari 2026 berarti terhitung 6 bulan ya kak jadi pas bpembukaan saya renov terus langsung tempatin, ini Blok M Hub B1.

UMKM-06 : Kalau disini pas dari awal buka Januari dan terhitungnya sudah 6 bulan, kalau dari berdirinya 2013 sudah 13 tahun dan sudah banyak cabang.

UMKM-07 : Lamanya saya jualan udah 2 tahun ya kak, di Plaza sudah 1 tahun kalau pindah ke Blok M Hub ini terhitung 7an sampai 8 bulan dari awal buka kak.

3) Bagaimana kondisi usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah revitalisasi? Perubahan apa yang paling terasa? Apakah terjadi perubahan pelanggan, transaksi, atau pendapatan?

UMKM-01 : Perubahannya sih sekarang udah lebih rame aja sih ya, dulu masih agak sepi kayak orang jarang nah sekarang udah lumayan rame, udah banyak orang yang tau juga, kita lebih ramai Weekend sih kak.

UMKM-02 : Karena kita baru setahun ya kak jualan disini jadi pas sesudah revitalisasi, karena sekarang sudah rame jadi membuka peluang lah untuk buka usaha disini.

UMKM-03 : Sesudah ya kak, tapi ikut ngerasain perubahan karna kan sebagai pengunjung ya sebelum memutuskan untuk membuka usaha ini kak.

UMKM-04 : Perubahan pasti lingkungan ya kak karena ada AC lebih nyaman dan ramai juga sama seperti sebelumnya.

UMKM-05 : Saya baru buka di Blok M Hub sih, sebelumnya dipinggir jalan juga sama ramainya.

UMKM-06 : Sesudah revitalisasi kita yang dialami ya buat pelanggan ya begitu kadang sepi dan pasti weekend kita ramai.

UMKM-07 : Lebih ramai disini ya kak, dari pada sebelumnya.

B. Persepsi Revitalisasi:

1) Bagaimana Bapak/Ibu memaknai revitalisasi Blok M Hub? Mengapa Bapak/Ibu memandang revitalisasi demikian?

UMKM-01 : Meningkatkan penjualan sih kak, ya seekitar 80% lumayan ya kak jadi perubahan ini menurut saya membuka peluang banget.

UMKM-02 : Kalau dilihat dari pengunjung yang datang ya kak, sepertinya perubahannya cukup baik dari sebelumnya.

UMKM-03 : hm.. kalau dari nyaman sih saya lebih nyaman jelas yang dibawah ya.

UMKM-04 : Revitalisasi ini sih bagi saya kak [melihat pengunjung] cukup nyaman ya kak, masih terbilang bersih juga jadi kita penjual dan pembeli terbilang nyaman ya kak.

UMKM-05 : Blok M Hub ini ngebuat saya untung sih kak.

UMKM-06 : Kalau dari sekarang sih sudah mulai ramai, kalau dari pertama-tama kan masih sepi.

UMKM-07 : Kalau suasana sih bener, lebih nyaman disini fasilitas juga lebih bagus disini dari pada di Plaza 2, lebih ramai, tertutup juga tempatnya indoor, walaupun agak panas ya.

2) Menurut Bapak/Ibu, revitalisasi lebih banyak membawa peluang, tekanan, atau keduanya? Dapatkah Bapak/Ibu memberikan contoh konkret dari pengalaman usaha?

UMKM-01 : Dari saya sendiri ya kak, jujur ga ada tekanan malah happy-happy aja kak jalaninnya, yaa nyari kesibukan sambil cari duit aja kak.

UMKM-02 : Saya sih ngerasa nyari duit aja sih, jadi lebih terasa membuka peluang jadi ga ngerasa ada tekanan sama diri saya, ya kita berdua kak.

UMKM-03 : Jelas, sangatt - sangat membantu kak peluangnya, apa lagi disini ada peluang besar lah. Kalau tekanan yang besar sih Alhamdulillah belum ada sih.

UMKM-04 : Peluang sebesar 80% ya kak dari penjualan, jadi sudah terlihat kak peluang yang dirasakan untuk saya memutuskan pindah dari tempat atas atau sebelumnya.

UMKM-05 : Membawa peluang karena liat di Sosmed juga jangkauan orangnya waw, apa lagi diatas jadi lebih tertarik mungkin.

UMKM-06 : Membawa peluang untuk membuka cabang disini karena pengunjung masih terus datang ya kak.

UMKM-07 : Lebih banyak disini sih kalau peluang, campuran konsumen kita dari kalangan mana aja, lebih banyak gen z sih.

3) Bagaimana revitalisasi memengaruhi hubungan Bapak/Ibu dengan pelanggan? Apakah perilaku, selera, atau cara berinteraksi pelanggan berubah?

UMKM-01 : Untuk perubahan yaa kak ada aja kak, sekarang anak muda kan lebih cari ayng viral-viral yaa kak, jadi itu sih.

UMKM-02 : Sama aja ya kak dari awal memang kebanyakan pelanggan anak muda ya kak, karena diliat dari namanya juga udah tau nih kak tujuan kita kemana

UMKM-03 : Mungkin karna disini pengunjung banyak jadi kalau untuk pelanggan yang baru yang memang datang ya banyak juga apa lagi kalau MTea ini sempet rame dari Sosial Media datang gitu ya.

UMKM-04 : Baik-baik aja karena lancar semua sampai saat ini, seleranya juga masih sama rasa ga berubah dari sebelumnya, sangat mempertahankan kualitas.

UMKM-05 : Engga sih kak lancar-lancar aja pelanggannya ya banyak yang beli.

UMKM-06 : Pengaruh sih kak paling dari cuaca, kalau hujan ya agak sepi kalau weekend ramai.

UMKM-07 : Ga ad sih kak.

C. Relative Advantage

1) Apakah revitalisasi memberikan keuntungan dibandingkan kondisi sebelumnya? Keuntungan apa yang paling nyata bagi usaha Bapak/Ibu?

UMKM-01 : Keuntungan paling nyataa, apa yaa kayak lebih banyak orang yang tau sih ya aku rasanya, karena ada yang dari sanan dan dari sana.

UMKM-02 : Keuntungan jelas terlihat ya kak untuk kami, karena makin kesini banyak yang tau sepertinya ya.

UMKM-03 : Keuntungan jelas dari pembeli yang datang bertambah.

UMKM-04 : Masih sama kak, banyak yang datang kesini untuk makan karena sama-sama ramai cuma yang membedakan lokasi sama lingkungan lebih bersih aja.

UMKM-05 : Keuntungan kak lumayan banget bagi saya apa lagi weekend udah pasti ramai, dari omset sih 70% modalnya nah 30% untuk sewa ini dan udah sama listrik sepaket dengan sewanya.

UMKM-06 : Memberikan keuntungan sih kak, lumayan.

UMKM-07 : Setelah pindah disini dari pada sebelumnya.

2)Apakah usaha Bapak/Ibu menjadi lebih kompetitif atau lebih dikenal setelah revitalisasi? Apakah peningkatan tersebut dirasakan langsung atau bertahap?

UMKM-01 : Lebih dikenal kak, kalau kompetitif sih engga ada kak aman-aman aja.

UMKM-02 : Dari perubahannya sih yang tadi aku bilang juga kak, udah mulai dilihat lah ya mungkin kalau dikenal banget ya engga juga kak.

UMKM-03 : Lebih ke macam-macam menu ya kak, jadi kompetitif ga ada karena banyak pilihan kayak minuman ini ada jus, kopi dan kalau tea ya baru kita nih kak.

UMKM-04 : Untuk setelahnya pemindahkn dari atas ke bawah pastinya banyak pengunjung baru ya, bertahap tetapi masih menguntungkan.

UMKM-05 : Kalau saya sih engga ya, karena beberapa juga banyak yang jus smoothies yang lain, saya denger sendiri juga rate saya lebih dari mereka lah bintang 5 lah.

UMKM-06 : Kalau dari makaroni baru ada disini aja sih kak, kalau dari yang lain dari segi harga paling murah disini kalau dari yang lainnya agak tinggi harganya.

UMKM-07 : Ya udah sih, ga kompetitif karena semua punya pasarnya sendiri-sendiri ya.

D. Compatibility

1)Apakah aturan, fasilitas, dan suasana baru sesuai dengan kebutuhan usaha Bapak/Ibu? Bagian mana yang paling sesuai dan bagian mana yang belum sesuai?

UMKM-01 : Aturannya ga ada sih ya kak, ya paling fasilitasnya aja sih ya kak kurang disini. Kayak toilet, kemarin udah coba ngomong untuk ditambahin toilet dibelakang sini tapi ya gitu lama diprosesnya ini juga baru banget diprosesnya dibuatin, karna ada yang bantu ngomong langsung sih kak kepihaknya jadi langsung dibuatin, seblumnya agak lama ga digubris-gubris.

UMKM-02 : Ini kak ke toilet agak jauh, jadi kemarin sempet ngasih masukan untuk ditambahin yang lebih deket gitu kak, sama sinyal sih kak biasanya kurang dapet, kalau aturan yang lain ya ga ada paling yaa segimana kita aja kayak harus bersih, rapih gitu aja kak.

UMKM-03 : Kalau untuk fasilitas mengenai transportasi, kebersihan itu sangat memadai tapi ada beberapa yang masih dalam peningkatan lah karena emang awalnya sini kan belum banyak f&b masuk sini ya kak jadi masih dalam tahapan.

UMKM-04 : Aturan itu ga ada ya kak, cuma pasti fasilitas yang saya rasain aja lebih baik.

UMKM-05 : Sesuai kak, walaupun banyak juga ya yang sama smootie.

UMKM-06 : Oh kalau aturan disini ga ada sih kak, Blok M Hub jadi langsung ke managemnt aja.

UMKM-07 : Aturan pasti ada ya, ini kan yang mengelola MRT tapi sejauh ini aturannya masih oke sih kak.

2) Apakah sistem, aturan, atau suasana baru di Blok M Hub sesuai dengan cara Bapak/Ibu berdagang atau justru menuntut perubahan? Penyesuaian apa yang paling besar harus dilakukan?

UMKM-01 : Sejauh ini sesuai aja ya kak, karna ga ada tuntutan lain jadi masih bisa nyesuain aja kak.

UMKM-02 : Suasana baru lebih kerasa ya kak, kita juga baru setahun jadi kalau tuntutan ga ada, ga ribet juga ada aturan-aturan jadi masih aman sih kak.

UMKM-03 : Suasana baru yang berubah tapi kalau sistem atau aturan itu ga ada kak.

UMKM-04 : Sudah sesuai karena tidak ada perubahan besar dari penjualan ataupun pelanggan sebelumnya sampai saat ini.

UMKM-05 : Aturan itu gad ya kak cuma ikutin tadi SOP paling sesuai SOP ya ngisi formulir gitu terus nunggu dikabarin dari pihak management, baru dipanggil kalau misal keterima, terus tempatnya juga kita ga bisa tentuin atau pilih gitu jadi dipilih sama managementnya

UMKM-06 : Suasananya enak sih kak kalau disini.

UMKM-07 : Sesuai kak, masih bisa diikuti juga.

E. Complexity

1) Apa hal yang paling rumit setelah revitalisasi? Apakah aturan baru, pengaturan kios, atau digitalisasi sulit dipahami?

UMKM-01 : Mm.. apa ya kak, kalau rumit secara jualan ya cuma sinyal sih kak tapi rumit dalam lingkungannya ga ada karena yaudah masing-masing aja.

UMKM-02 : Lebih ke apa ya kak, kalau mau beli barang harus ke depan sih agak jauh soalnya.

UMKM-03 : Tantangan rumit, kalau aturankan emang ga ada ya kak disini yang tertulis kayak bersih mh kesadaran masing-masing aja ya kak udah pasti.

UMKM-04 : Rumitnya masih bisa diatasi ya, jadi masih aman aja.

UMKM-05 : Paling rumit sih ga ada ya kak, masih bisa ditanganin.

UMKM-06 : Kalau dari rumit paling dari weekend aja karena lebih ramai pengunjunnya.

UMKM-07 : Selama berjualan disini, ga ada sih kak masih aman.

2) Apa tantangan terbesar yang Bapak/Ibu hadapi setelah revitalisasi? Bagaimana cara Bapak/Ibu mengatasinya?

UMKM-01 : Ga ada tantangannya kak, masih cukup baik semua sejauh ini.

UMKM-02 : Belum ada sih ya kak, karena aku jalaninnya ya enjoyy aja bisa ngatasinnya.

UMKM-03 : Tantangan pasti ada ya walaupun tempat ini terkenal ramai kan tapi belum stabil lah ramainya, paling weekend pasti rame.

UMKM-04 : Tantangan itu diawal aja selebihnya ya udah tau jadi lebih paham cara mengatasinya.

UMKM-05 : Disini ga banyak sistem, jadi emang kita mudah adaptasi ya.

UMKM-06 : Tantangan ga ada ya kak, paling ya itu tadi suasana pas weekend

UMKM-07 : Ga ada tantangan kak, soalnya masih bisa ngatasinnya.

F. Triability

1)Apakah Bapak/Ibu diberi kesempatan mencoba sistem baru secara bertahap? Apakah ada pelatihan, sosialisasi, atau pendampingan?

UMKM-01 : Kalau dikasih sewa dua bulan ini kayaknya cuma pindahan dari atas aja deh kak, jadi kalau baru ga dapet.

UMKM-02 : Pas baru sih ga ada ya kak, karena ya emang langsung sewa aja kyak pada umumnya kak.

UMKM-03 : Kalau itu ga ada kak, kayak biasa aj kitasewa tempat gitu.

UMKM-04 : Kalau kita sendiri ya kak, ramean maksudnya sama temen-temen.

UMKM-05 : Ga ada percobaan atau kesempatan ya kak karena kita langsung aja sewanya.

UMKM-06 : Engga kak karena kita bukan termasuk yang berdampak yang sebelumnya.

UMKM-07 : Dikasih kak, karena mereka juga pegang Plaza cuma bentrok sama ada orang lama disitu jadi saya dikasih Gratis selama 3 bulan, selanjutnya bayar. Disini sih kontrak cuma bisa bayarnya per-bulan ya kak. Untuk perbandingan biaya sewa mirip kayak sebelumnya cuma kalau dibandingkan tempat ya lebih mending disini ya.

2)Apakah proses adaptasi dibantu oleh pengelola atau dilakukan secara mandiri? Dukungan apa yang paling membantu selama proses adaptasi?

UMKM-01 : Kalau saya pas prosesnya semua sendiri kak, langsung ke management langsung gitu tapi kemarin sempet ada salah paham, management yang ngurus sewa saya itu beda dengan management yang disini, makanya saya bingung.

UMKM-02 : Mandiri kak, dari ngurus sewa dan saya tempatin tempat ini.

UMKM-03 : Adaptasi ya sendiri kak, melihat mungkin ini ya kak untuk pengunjung sini anak-anak muda jadi menyesuaikan dengan konsumen yang disini.

UMKM-04 : Kalau kita sendiri ya kak, ramean maksudnya sama temen-temen.

UMKM-05 : Prosesnya juga ga dibantu kita semua sendiri aja dari penyewaan, renovasi juga.

UMKM-06 : Langsung secara mandiri aja kak, karena sewa ke managemnt contact nya

UMKM-07 : Adaptasinya dibantu dari yang dikasih Gratis 3 bulan itu kak jadi sekarang adaptasinya udah lancar jadi menerima.

G. Obserability

1) Apakah manfaat revitalisasi terlihat nyata dalam usaha Bapak/Ibu? Manfaat apa yang paling mudah diamati?

UMKM-01 : Lumayan sih kak, karena ramai pengunjung.

UMKM-02 : Dari penjualan sih kak, terlihatnya disitu.

UMKM-03 : Hm, manfaat ya kak karena kita benar-bener melihat peluang yang pas untuk target jualan MTea ini, owner kita juga spesialis dalam mencoba menu-menu baru gitu jadi karna punya ilmu itu dimanfaatkan juga.

UMKM-04 : Jualan lebih ramai yang pasti satu, yang kedua kita dapat fasilitas memadai kayak bersih, nyaman.

UMKM-05 : Manfaat banget ya kak untuk saya.

UMKM-06 : Manfaatnya karena ramai jadi masih oke ya kak menurut saya.

UMKM-07 : Nyata kak, karena memang lebih banyak disini pembelinya.

2)Apakah dampak revitalisasi juga terlihat pada UMKM lain? Apakah semua UMKM merasakan dampak yang sama?

UMKM-01 : Kalau dari dampak sih kelihatan dari luar aja sih kak, ekonomi gini pasti ada aja yg sepi, ada yang rame jadi sama-sama pasti ngerasain sih kak.

UMKM-02 : Dampak mh kayaknya semua ngerasain ya kak ya, dampak rupiah lemah jadi semua UMKM disini pasti ngerasain sih dan jadi pengaruh juga sama sewa kios, dll.

UMKM-03 : Dampak berkembangnya sih ya merasakan, karena pasti disini yang jualan ada sepi ada ramainya, wajar sih kak.

UMKM-04 : Untuk dampak sih dilihat dari sekarang ya kak semua terlihat ramai ya kak, jadi dampak positif ya.

UMKM-05 : Dampaknya yaa lumayan sih yang lain juga sama.

UMKM-06 : Untuk disekitar saya ini yaa terlihat ramai, apa lagi samping kiri ini mereka makan disini, soalnya susah untuk cari kursi juga ya kak saking ramainya jadi mereka beli dari sana nah makanannya pasti disini.

UMKM-07 : Dampaknya dari tempat sebelumnya Plaza 2 itu beberapa ada yang dari sana pindah kesini karena harga sewa naik di satu pihak, jadi ga ada info apa-apa tiba-tiba keluar invoice dibulan selanjutnya naik.

3)Apakah Bapak/Ibu melihat adanya peningkatan pengunjung, transaksi, atau citra usaha setelah revitalisasi? Bagaimana perubahan tersebut terlihat dalam aktivitas usaha sehari-hari?

UMKM-01 : Kalau citra kita ga dari sosmed sih kak, karna kita kurang aktif ada sih ada ya, jadi yang kesini ya tau udah langganan semua.

UMKM-02 : Meningkat ya kak transaksi, dimana banyak pengunjung juga tapi ya kadang belum tentu karna kita ga pakai promosi lewat sosmed gitu-gitu sih kak.

UMKM-03 : Kalau konten kita udah ada buat naikin citra ya, cuma belum konsisten aja nih. Kita sempet adain prmo untuk awal-awal cuma untuk sekarang kita bikin unik di Cup es nya ya kak lebih menonjol atau berbeda lah.

UMKM-04 : Meningkat sih, seperti tadi berdampak positif untuk semua pasti yang dirasakan sesama penjual ya sama.

UMKM-05 : Pengunjung emang terus dateng ya kak, weekend tuh paling rame banget.

Catatan konteks/nonverbal: Informan menekankan keramaian saat akhir pekan.

UMKM-06 : Meningkat kak semakin hari.

UMKM-07 : Meningkat penjualan dengan pengunjung lebih banyak dan apalagi ini yang punya ownernya konten kreator ya jadi banyak yang datang kesini lewat konten akun Tiktok Rereceh dan media sosial kita ini juga aktif ya kak.

4) Apakah hasil revitalisasi lebih terlihat sebagai peluang atau sebagai beban bagi usaha Bapak/Ibu? Mengapa Bapak/Ibu menilai demikian?

UMKM-01 : mm.. engga sih, ya gini-gini aja kak.

UMKM-02 : Seimbang sih kak peluang ada, ya beban ada juga walaupun dibawa enjoy juga.

UMKM-03 : Sangat berpeluang, dari target kita sudah sesuai dari awal dan bertambah bapak/ibu juga ada yang cobain mampir beli.

UMKM-04 : Yaa walaupun rame sepi pasti merasakan sebagai peluang ya kak, karena kita weekend kita rame juga pengunjungnya.

UMKM-05 : Peluang banget donk kak untuk saya dari yang sebelumnya.

UMKM-06 : Sebagai peluang untuk saya dan mungkin UMKM yang lain juga ya kak.

UMKM-07 : Peluangnya cukup besar dari sebelumnya.

H. Institutional Theory

1) *Apakah ada aturan baru setelah revitalisasi? Aturan apa yang paling memengaruhi usaha Bapak/Ibu?*

UMKM-01 : *Ga ada aturan tertulis sih kak, jadi yaudah emang masing-masing aja.*

UMKM-02 : *Dari awal menetap ga ada aturan yang dikasih tau sih kak.*

UMKM-03 : *Kalau aturan sih pasti ada ya kak, cuma yang ga tertulis harusnya paham ya tempat harus bersih, itukan ga perlu ada aturan juga tau lah.*

UMKM-04 : *Aturan gitu-gitu ga ada ya, biasa aja sih.*

UMKM-05 : *Aturan tadi ga ada ya kak, normal aja sih.*

UMKM-06 : *Aturan ga ada sih kak.*

UMKM-07 : *Tidak ada aturan baru sampai saat ini kak.*

2) *Apakah ada tuntutan baru terkait layanan, tampilan, kebersihan, promosi, atau pembayaran digital? Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi tuntutan tersebut?*

UMKM-01 : *Sebenarnya semua nyesuaiin aja ya kak, dari tempat diliat bersih dan kalau pembayaran emang kita ngikutin perkembangan ya jadi dibikin mudah aja semua.*

UMKM-02 : *Promosi sejauh ini belum ada kak, tapi pembayaran kita udah rata disini pasti ada Qris kak.*

UMKM-03 : *Tidak ada, paling ini sih dibuat tempatnya semenarik mungkin. Kalau pembayaran kita masih terima Cash, Debit ataupun Qris kita terima.*

UMKM-04 : *Sebagai tuntutan kita sih engga, malah kita jadi tau mengikuti perkembangan zaman ini ya dari buat tempat lebih menarik gimana, bayar udah digital rata-rata.*

UMKM-05 : *Tuntutan juga gada kak karena ga merasa ya gitu.*

UMKM-06 : *Tuntutan giaman-gimana ga ada ya, jadi ya kita sewa aja langsung sesuai SOP.*

UMKM-07 : *Ga ada sih kak, semua sama seperti sebelumnya udah pakai Qris juga kami.*

3) *Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti strategi pedagang lain? Strategi apa yang ditiru dan mengapa strategi tersebut dianggap penting?*

UMKM-01 : *Mengikuti sih engga ya kak, strateginya di cita rasa aja sih kak pada umumnya.*

UMKM-02 : *Strategi sih ga ngikutin ya kak cuma, kalau dilihat sekarang sih mau coba adain online ya kak karena beberapa kayaknya ada yang pakai ya, kayak coba Gojek atau semacamnya lah kak karena belum coba ya.*

UMKM-03 : *Strategi kami sudah cukup menarik dan baik sejauh ini kak, karena kita dari penampilan tempat minumannya itu menarik pelanggan selain itu membuat pelanggan bisa balik kesini lagi, pelayanan kita.*

UMKM-04 : *Saya pribadi ga pernah tiru-tiru ya kak kita liat referensi di internet juga udah banyak kalau mau strategi yang unik.*

UMKM-05 : *Startegi saya melihat dulu nih tenan-tenan lain juga pada buka, paling saya juga sebar brosur,, promo gitu kayak yang lain. Tapi kan karena belum banyak yang buka cuma gini-gini aja kayak spanduk didepan aja.*

UMKM-06 : *Strategi kita karena sudah banyak cabang ya kak, jadi dari Media Sosial yang aktif aja kak.*

UMKM-07 : *Kalo strategi sih pakai konten kak Rere ya [menunjukkan akun Tiktok], kalau ngikutin engga ada.*

I. TOE – Technology

1) *Apakah Bapak/Ibu menggunakan QRIS, media sosial, atau aplikasi digital dalam usaha? Apakah teknologi tersebut membantu usaha? Bagian mana yang paling membantu atau menyulitkan?*

UMKM-01 : Kita udah ada Gojek jadi pakai itu kak buat mudahin yg belum bisa kesini tapi mau nyobain atau beli, sudah bisa Qris juga cuma media sosial ga begitu aktif.

UMKM-02 : Cuma pakai Qris aja kak, kalau aplikasi lain belum coba.

UMKM-03 : Untuk pembayaran kita terima semua dari Qris, Debit maupun Cash. Kalau aplikasi lain belum ya.

UMKM-04 : Pakai kak, kalau beli disini bisa pake debit ya yang jarang ada terus Qris dan Cash juga.

UMKM-05 : Transaksi kita disini pakai Qris, Cash sama Debit juga bisa.

UMKM-06 : Iya kak udah bisa Qris, Cash juga bisa.

UMKM-07 : Disini kita udah pakai pembayaran Qris, Debit, Grab dan Gofood, Cuma kalau Grab kita masih non aktif sih kak, Gofood kiyta baru 3 bulanan sih.

2) Apakah modal, SDM, dan kemampuan usaha Bapak/Ibu cukup untuk beradaptasi setelah revitalisasi? Kendala organisasi apa yang paling besar dihadapi?

UMKM-01 : Kalau beradaptasi sih kita udah ya kak, sebagaimana kita berjualan kan sudah lumayan lama ya dan kalau modal sudah lumayan kak selama kita masih menutupi lebih untuk bayar sewa, menurut aku sih sudah cukup baik yaa.

UMKM-02 : Sudah mampu kak kita, selama sewa disini dari awal, karna tempatnya nyaman dan banyak pengunjung jadi ga sepi-sepi banget.

UMKM-03 : Sudah mampu kak, malahan kita akan menambahkan menu baru mungkin ya atau cabang Insyaallah kalau bisa.

UMKM-04 : Cukup bisa beradaptasi kak seperti sebelumnya yang kita masih diatas.

UMKM-05 : Mampu kak untuk adaptasi disini.

UMKM-06 : Cukup kak karena sudah terbukti ya yang kaka tau [tertawa] kalau sudah banyak cabang.

UMKM-07 : Merasa cukup sih kak karena perbedaan biaya sewa juga ga beda jauh dari yang Plaza 2.

J. TOE – Environment

1) Bagaimana pengaruh pelanggan, pesaing, dan pengelola terhadap usaha Bapak/Ibu? Faktor lingkungan apa yang paling menentukan keberlangsungan usaha?

UMKM-01 : Mempengaruhi satu sama lain sebagai sesama penjual ga ada, tapi konsumen lebih terasa rame sepi pas weekdays atau weekend.

UMKM-02 : Tata kelolanya sudah cukup baik kak, cuma ini masih agak panas aja, cuma wajar ya kak namanya tempat ramai dan terbuka yaa.

UMKM-03 : Faktor lingkungan utama yang pasti, selebihnya ya pasti dari pelayanan kita, produk kita aja.

UMKM-04 : Lingkungan baru pasti makin buat orang penasaran pastinya, jadi mempengaruhi penjualan kita sih kak agak mendingkat.

UMKM-05 : Ga ada pengaruh gimana ya kak, masi berjalan baik sampe sekarang ini.

UMKM-06 : Pengaruhnya ya masih abnyak yang beli kesini.

UMKM-07 : Malah kalau pengaruhnya lebih enak sih tempatnya bersih, ga kecil kalau dulu kak cuma bisa takeaway aja karena gang nya kecil ya sekarang bisa makan disini.

K. Respons UMKM

1) Setelah revitalisasi, apakah Bapak/Ibu lebih menerima, beradaptasi, atau merasa keberatan? Apa alasan utama dari sikap tersebut?

UMKM-01 : Ini kan udah ada tiga cabang ya kak, jadi semua pasti diawal itu beradaptasi setiap tempat yang kita pake untuk jualan. Jadi nanti juga jadi bisa menetap ya karna sudah menerima kondisi dan lingkungannya kak.

UMKM-02 : Kalau kita sebagai penjual disini ya kak, beradaptasi lebih utama ya kalau bisa adaptasi kan jadi betah dan menerima aja asalkan masih aman semua, karna tujuannya juga cari uang kan ya kak.

UMKM-03 : Kita pasti beradaptasi ya kak, apa lagi untuk yang sebelumnya ya diatas, Em anak muda gen z nya belum sebanyak ini ya, pasti harus beradaptasi lah ya.

UMKM-04 : Dari saya yang diatas sebelumnya masih beradaptasi tetapi setelah berpindah kesini ya ada adaotasi pasti cuma sudah ke tahap menerima kak.

UMKM-05 : Masih beradaptasi sih kak, soalnya kayak saya mau collab gitu sama yang lain nanti barang saya dititipin ke penjual itu gitu.

UMKM-06 : Sudah cukup beradaptasi ya kak.

UMKM-07 : Udah menerima sih kak karena udah adaptasi ya dari Plaza 2 kesini.

2) Strategi apa yang Bapak/Ibu lakukan agar usaha tetap bertahan? Apakah Bapak/Ibu mengubah produk, harga, promosi, tampilan, atau layanan?

UMKM-01 : Mengubah produk engga tapi justru menambahkan varian rasa dan tampilan jadi lebih menarik, karna rata-rata pembeli kita itu udah yang langganan jadi cukup kita lagi pertahanin aja sekarang ini.

UMKM-02 : Dari awal memutuskan untuk membuka usaha ini, kita udah ikutin standar dari harga, ukuran sama tampilan supaya mengikuti trend atau menarik ke pelanggan anak-anak milenial lah yaa, pas kantong nih gitu.

UMKM-03 : Dari tampilan produk sama layanan kami kak, inginpelanggan tetap kembali lagi membeli produk MTea ini kami akan pertahankan sih kak.

UMKM-04 : Strategi yang saya jalanin ini kak akan menambah lebih ke menu ya, nanti rencana akan ada Sop Iga, ada Gongso Ricebowl ya macem-macem.

UMKM-05 : Saya pake Grab Gojek kitu, sama Sosmed juga, kalo dari aplikasi cuma supaya naikin rating aja sih kak.

UMKM-06 : Cukup dari Sosial Media Makaroni Ngehe ini aja kak.

UMKM-07 : Mempertahankan dari sosial media aja kak karena udah dibantu dengan konten kak Rere tadi.

3)Apakah Bapak/Ibu pernah mempertimbangkan pindah lokasi atau berhenti usaha? Faktor apa yang memengaruhi pertimbangan tersebut?

UMKM-01 : Engga ingin pindah sih kak, masih mau disini aja.

UMKM-02 : Kita udah mulai nyaman kak disini, jadi masih mau jalanin dulu aja pelan-pelan.

UMKM-03 : Masih mau bertahan kak, kalau bisa ya akan tambah cabang aja.

UMKM-04 : Pindah lokasi sih tidak, karena sudah cukup nyaman ya kak.

UMKM-05 : Kontraknya sih disini kita satu tahun setengah ya, cuma denger-denger dari management ini kan mau direnov lagi ya Blok M Hub, diatas nanti ada apartement dan bawahnya pujasera gitu. Saya mh ikut managemnt aja yakarena katanya yang udah bayar ya nanti dipindahin dulu Pasar Raya, ya mungkin masih disini ya semoga ada rezekinya lah ya.

UMKM-06 : Sepertinya ya masih disini ga pindah ya kak, karena masih baru

UMKM-07 : Kayaknya untuk sekarang sih pengen tetep disini, ga bakal pindah lokasi tapi buka toko baru aja, tetep usaha Puding dan disini ya tetep aja disini ga pindah.

II. Informan Pengunjung

A. Pengalaman Berkunjung

1)Seberapa sering Bapak/Ibu mengunjungi Blok M Hub? Apakah frekuensi kunjungan meningkat setelah revitalisasi?

PENGUNJUNG-01 : Aku sih, hampir setiap minggu kesini karena transportasi yang aku pake lewat sini pakai Transjakrta.

PENGUNJUNG-02 : *Aku sama kayak dia, kesini seminggu bisa satu kali karena kita bareng.*

PENGUNJUNG-03 : *Kesini jarang sih kak, paling kalau weekend.*

2) *Apakah tujuan utama Bapak/Ibu datang ke kawasan ini? Apakah untuk kuliner, belanja, transit, rekreasi, atau tujuan lain?*

PENGUNJUNG-01 : *aku kesini yaa paling cuma cari makan, mampir aja terkadang pernah sambil kerja kelompok atau ya sekedar main sih kak.*

PENGUNJUNG-02 : *Sekedar main aja sih kak sama mampir, karena dekat sama kampus dan makanan kampus agak membosankan jadi larinya kesini.*

PENGUNJUNG-03 : *Sekedar main aja, karena dekat sama rumah, cari variasi jajanan lain.*

3) *Apakah Bapak/Ibu pernah mengunjungi kawasan ini sebelum revitalisasi? Apa yang paling diingat dari kondisi sebelumnya?*

PENGUNJUNG-01 : *Sudah pernah kak, sebelum revitalisasi ini karena aku suka ngethrift jadi aku suka ketempat thrift-an yang disini.*

PENGUNJUNG-02 : *Sebelum jadi sekarang, memang sudah kesini dari lama sih, udah cobain apa ya sate taichannya, pokoknya makanan-makananya.*

PENGUNJUNG-03 : *Sesudah ya kak, udah cobain yang viral nih contohnya coklat dubai.*

B. Persepsi Revitalisasi

1) *Bagaimana Bapak/Ibu menilai perubahan Blok M Hub setelah revitalisasi? Perubahan apa yang paling terlihat?*

PENGUNJUNG-01 : *Pengunjung lebih bertambah sih menurut aku, karena variatif yaa terus orang-orang kayaknya kalau kesini banyak yang fomo-fomo gitu.*

PENGUNJUNG-02 : *Pengunjung terlihat lebih banyak yaa kak, karena banyak viral juga jadi mereka tertarik untuk datang kesini.*

PENGUNJUNG-03 : *Pengunjung dari berbagai toko ramai ya kalau dilihat.*

2)Apakah kawasan terasa lebih nyaman dan tertata setelah revitalisasi?
Bagian mana yang paling nyaman atau kurang nyaman?

PENGUNJUNG-01 : Lebih nyaman sekarang sih kak, karena disini juga adem gak terlalu panas, nyaman dan tertata gitu kak apalagi murah-murah.

PENGUNJUNG-02 : Nyaman sekarang kak menurutku, ga carwidi kayak sebelum-sebelumnya ya kalau ramai, adem juga karena pakai AC.

PENGUNJUNG-03 : Nyaman sekarang kak menurutku, ga penuh kayak sebelum-sebelumnya, adem juga karena pakai AC.

3)Apakah revitalisasi membuat kawasan lebih menarik untuk dikunjungi?
Mengapa demikian?

PENGUNJUNG-01 : Lebih menarik kak, karena ga panas sama lebih tertata aja jadi enak diliat walaupun ramai.

PENGUNJUNG-02 : Menarik kak, karena mungkin beberapa juga pada lihat di Media Sosial yaa, jadi pada kunjungin.

PENGUNJUNG-03 : Menarik kak, karena mungkin beberapa juga pasti dari Media Sosial liatnya.

C. Persepsi terhadap UMKM

1)Bagaimana Bapak/Ibu melihat keberadaan UMKM setelah revitalisasi?
Apakah UMKM lebih terlihat atau lebih mudah ditemukan?

PENGUNJUNG-01 : Untuk tenant-tenant disini sih menurutku cukup ya, tapi mungkin biasa ditambahin lagi, sama mudah juga untuk dikunjungi pertempat makanan.

PENGUNJUNG-02 : Bagi aku gampang diliat sih, karena didepan tadi juga udah ada peta gedanya gitu jadi bisa baca dari situ.

PENGUNJUNG-03 : Bagi aku gampang diliat sih, karena dari posisi MRT ini pas banget, tadi habis mampir kesana juga.

2)Apakah revitalisasi memengaruhi minat Bapak/Ibu untuk membeli produk UMKM? Faktor apa yang memengaruhi keputusan membeli?

PENGUNJUNG-01 : Kalau aku kulineran sih nyobain makanan disini yang enak.

***PENGUNJUNG-02** : Lebih ke kulineran kak, sama di Sosial Media kan lagi rame ya Blok M jadi kayak ikut fomo juga gitu sih.*

***PENGUNJUNG-03** : Makanan yang ramai di Sosial Media kan lagi rame ya, adanya di Blok M ini jadi kayak ikut fomo juga gitu sih.*

D. Pengalaman Konsumen

1)Apakah Bapak/Ibu pernah membeli produk atau layanan UMKM di kawasan ini? Produk apa yang paling sering dibeli?

***PENGUNJUNG-01** : Kalau aku jujur makanan, minuman kayak misalnya Matcha, Ayam Renald.*

***PENGUNJUNG-02** : Aku seringnya jajanan kayak ini Bakmie Berkat, minuman Matcha gitu-gitu kak.*

***PENGUNJUNG-03** : Aku seringnya jajanan makanan snack aja kak, manis, asin gitu-gitu.*

2)Apa yang membuat Bapak/Ibu memilih UMKM tertentu? Apakah karena harga, kualitas, pelayanan, tampilan kios, promosi, atau lokasi?

***PENGUNJUNG-01** : Kalau aku lebih ke variatif disini ya kak, sama lebih murah sih kak mungkin lebih murah nya kayak yang ga terlalu mahal banget terus masih terjangkau sama kantong kita mahasiswa ya kak.*

***PENGUNJUNG-02** : Sejauh yang aku lihat sama cobain, harganya terjangkau ya kan murah sesuai kantong kita, terus porsinya juga lumayan mengenyangkan dibujet mahasiswa lah kak.*

***PENGUNJUNG-03** : Sejauh yang aku cobain, harganya pas kantong kita gini kak.*

3)Apakah UMKM terlihat lebih profesional setelah revitalisasi? Apa ciri UMKM yang menurut Bapak/Ibu terlihat profesional?

***PENGUNJUNG-01** : Jujur, mungkin lebih pengalaman aku yaa sama aja sih, leih kayak yaudah ini ramah juga yang sebelumnya ramah.*

***PENGUNJUNG-02** : Pengalaman ku sebelum sama sesudah yaa kak, smaa aja sih masih tetep ramah-ramah penjualnya jadi ga ada yang berubah.*

PENGUNJUNG-03 : Pengalaman ku sesudah kak, penjualnya banget ramah ya kak.

4. Apakah ada perbedaan antara UMKM yang adaptif dan yang belum adaptif? Dapatkah Bapak/Ibu memberikan contoh?

PENGUNJUNG-01 : Kayaknya banyak yaa kak yang sekarang udah pakai Qris dari makanan sampai minuman diharga berapa pun ya kak.

PENGUNJUNG-02 : Hampir semua sih kak mereka udah pakai Qris disini dan juga adaptif ya kak karena pasti pada ngikutin trend semua ya, walaupun cuma penjual minuman itu udah pakai Qris.

PENGUNJUNG-03 : Kayaknya udah semua kak, pakai Qris disini yaa udah adaptif lah kak.

E. Digitalisasi

1) Apakah Bapak/Ibu menggunakan pembayaran digital saat berbelanja? Apakah QRIS penting bagi pengunjung? Mengapa?

PENGUNJUNG-01 : Aku sih lebih pakai Qris kak karena Qris lebih gampang aja sekarang, buakn tipe cash.

PENGUNJUNG-02 : Pakai kak, karena sekarang udah banyak yang menyediakan pemabyaran Qris jadi lebih gampang untuk para gen Z.

PENGUNJUNG-03 : Pakai Qris, tapi ya jaga-jaga ada cash juga kak.

2) Apakah media sosial memengaruhi keputusan Bapak/Ibu untuk berkunjung atau membeli? Platform apa yang paling berpengaruh?

PENGUNJUNG-01 : Kayaknya sekarang lebih cepet Tiktok ya kak, cuma denger juga dari temen mulut ke mulut buat nyobain dateng kesini.

PENGUNJUNG-02 : Dari aplikasi Tiktok, sama dari mulut ke mulut sih lebih seringnya kak.

PENGUNJUNG-03 : Dari aplikasi Tiktok, sama dari temen ya diajak gitu.

DOKUMENTASI WAWANCARA

UMKM-01 (PUTRI)



UMKM-02 (June & Rido)



UMKM-03 (Rif'at)



UMKM-04 (Salma)



UMKM-05 (Doni)



UMKM-06 (Dika)



UMKM-07 (Faiyat)



PENGUNJUNG 01&02

