

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses difusi dan adopsi inovasi BIORAMA sebagai wadah pengembangan UMKM Produk organik di Kabupaten Banyumas. Dalam menghadapi tantangan persaingan pasar, BIORAMA hadir sebagai program yang memperkenalkan inovasi dan strategi baru untuk mengembangkan UMKM tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis tematik untuk menggali bagaimana proses difusi dan adopsi inovasi berjalan di kalangan pelaku UMKM Produk organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BIORAMA memainkan peran penting dalam menyebarkan inovasi melalui saluran komunikasi yang efektif, seperti pelatihan dan pertemuan langsung. Namun, adopsi inovasi oleh pelaku UMKM masih dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan dan sikap terbuka terhadap perubahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan efektivitas adopsi inovasi, perlu adanya pendekatan yang lebih adaptif terhadap karakteristik lokal dan kebutuhan spesifik UMKM organik.

Kata Kunci: BIORAMA, UMKM Produk organik, difusi inovasi, adopsi

ABSTRACT

This study aims to analyze the diffusion and adoption processes of BIORAMA innovation as a platform for the development of organic Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) organic in Banyumas Regency. In the face of market competition challenges, BIORAMA emerges as a program that introduces innovation and new strategies to develop these Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) organic. This research uses a qualitative approach with methods including in-depth interviews, participatory observation, and thematic analysis to explore how the diffusion and adoption processes of innovation unfold among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) organic actors. The findings indicate that BIORAMA plays a crucial role in disseminating innovation through effective communication channels, such as training and direct meetings. However, the adoption of innovation by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) organic actors is still influenced by factors such as limited knowledge and openness to change. This study concludes that to enhance the effectiveness of innovation adoption, a more adaptive approach is needed to address the local characteristics and specific needs of organic Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) organic.

Keywords: BIORAMA, Micro, Small, and Medium Enterprises organic, diffusion of innovation, adoption

