



Inovasi Jasmeen Florist Bengkulu Dalam Membangun Ketahanan Usaha Di Era Digital

Indriana¹⁾; Silke Sachanovrissa²⁾; Dodi Hardinata³⁾

^{1,2,3)} Magister Manajemen, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ Indriana8489@gmail.com ;²⁾ silke@unived.ac.id ;³⁾ hardinata29@unived.ac.id

How to Cite :

Indriana., Sachanovrissa, S., Hardinata, D. (2026). Inovasi Jasmeen Florist Bengkulu Dalam Membangun Ketahanan Usaha Di Era Digital. Jurnal Pakar Manajemen. 2(2).

ARTICLE HISTORY

Received [05 Desember 2025]

Revised [26 Februari 2026]

Accepted [03 Maret 2026]

KEYWORDS

Digital Entrepreneurship, Innovation, Business Resilience, Florists, Msmes, Bengkulu.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi inovasi Jasmeen Florist Bengkulu dalam membangun ketahanan usaha di era digital. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa Jasmeen Florist mampu memadukan kreativitas, pemasaran digital, dan kolaborasi komunitas untuk meningkatkan daya saing serta memperkuat ketahanan ekonomi, sosial, dan psikologis. Pemanfaatan media sosial, sistem pemesanan online, dan konten visual kreatif menjadi faktor utama keberhasilan, disertai diversifikasi produk, pemberdayaan tenaga kerja lokal, dan adaptasi terhadap tren digital. Temuan ini memperkaya literatur tentang kewirausahaan digital di sektor florist lokal serta memberikan panduan bagi pelaku UMKM, akademisi, dan pemerintah daerah dalam membangun ekosistem bisnis kreatif yang adaptif dan berkelanjutan.

ABSTRACT

This study analyzes the innovation strategies of Jasmeen Florist Bengkulu in building business resilience in the digital era. Using a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and documentation, the study found that Jasmeen Florist successfully combined creativity, digital marketing, and community collaboration to enhance competitiveness and strengthen economic, social, and psychological resilience. The use of social media, online ordering systems, and creative visual content emerged as key success factors, supported by product diversification, local workforce empowerment, and adaptation to digital trends. These findings enrich the literature on digital entrepreneurship in the local florist sector and provide valuable insights for MSME practitioners, academics, and local governments in fostering an adaptive and sustainable creative business ecosystem.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah wajah dunia kewirausahaan secara fundamental. Transformasi menuju ekonomi digital tidak hanya menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi, tetapi juga mengharuskan mereka berinovasi secara berkelanjutan agar tetap relevan dan tangguh (Ndou, 2021). Dalam konteks ini, digital entrepreneurship menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi modern karena mampu memperluas akses pasar, menurunkan biaya operasional, dan meningkatkan ketahanan bisnis di tengah dinamika global (Nambisan, 2017).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bertahan di tengah disrupsi (Bai et al., 2020; Kraus et al., 2019). Menurut Bresciani et al. (2021), inovasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendorong penciptaan nilai baru dalam model bisnis berbasis kreativitas. Namun demikian, tantangan utama pelaku usaha kecil adalah keterbatasan sumber daya, literasi digital, dan akses terhadap teknologi (Giones & Brem, 2017; Ratten, 2020).

Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Siregar dan Rahayu (2022) menyoroti bahwa kewirausahaan digital menjadi faktor penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal, terutama pasca pandemi COVID-19. Studi lainnya oleh Putra dan Yuliani (2021) menemukan bahwa adaptasi digital pada UMKM florist dan kerajinan tangan di Sumatera mampu meningkatkan loyalitas pelanggan hingga 40% melalui media sosial dan strategi branding digital.

Khusus di Provinsi Bengkulu, belum banyak penelitian yang secara mendalam menelaah praktik kewirausahaan digital dalam sektor florist atau industri kreatif berbasis bunga. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada UMKM kuliner dan kerajinan (Wulandari & Sari, 2020; Pratama, 2021). Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian mengenai bagaimana pelaku usaha florist lokal seperti

Jasmeen Florist Bengkulu mampu mengintegrasikan inovasi digital untuk mempertahankan ketahanan bisnisnya di tengah kompetisi online yang ketat.

Penelitian oleh Li et al. (2021) menjelaskan bahwa inovasi berkelanjutan dan adopsi teknologi digital dapat meningkatkan resiliensi usaha kecil melalui peningkatan efisiensi dan fleksibilitas. Selain itu, social media engagement berperan penting dalam memperkuat hubungan pelanggan dan memperluas jaringan bisnis (Appel et al., 2020; Dwivedi et al., 2021). Dalam kasus Jasmeen Florist, penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business menjadi elemen utama dalam strategi digitalisasi dan promosi.

Menurut penelitian Rahman et al. (2023), kombinasi antara kreativitas, inovasi, dan kemampuan adaptasi digital terbukti menjadi faktor dominan dalam ketahanan wirausaha perempuan di Indonesia. Hal ini relevan dengan konteks Jasmeen Florist yang dipimpin oleh pengusaha muda perempuan di Bengkulu. Selain itu, penelitian Susanti et al. (2022) menekankan pentingnya digital resilience mindset dalam menghadapi perubahan algoritma media sosial dan fluktuasi pasar daring.

Dengan demikian, kesenjangan penelitian (research gap) yang muncul adalah kurangnya studi empiris yang mendeskripsikan secara spesifik bagaimana usaha florist lokal di daerah pesisir seperti Bengkulu mengimplementasikan strategi inovasi digital untuk mencapai ketahanan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis strategi inovasi Jasmeen Florist Bengkulu dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bentuk nyata dari semangat "Inovasi Tanpa Batas, Ketahanan Tanpa Akhir."

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital merupakan bentuk inovasi dalam dunia usaha yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengelola bisnis (Nambisan, 2017). Menurut Ndou (2021), kewirausahaan digital tidak hanya terbatas pada penggunaan internet, tetapi juga pada bagaimana wirausaha menciptakan nilai baru melalui platform digital. Teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan (Kraus et al., 2019).

Bagi usaha kecil dan menengah (UKM), digitalisasi menjadi sarana utama dalam meningkatkan daya saing global (Bai et al., 2020). Studi Li, Su, dan Liu (2021) menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi faktor pembeda antara usaha yang tumbuh dengan cepat dan yang stagnan di era digital. Dalam konteks ini, Jasmeen Florist Bengkulu merupakan contoh nyata dari wirausaha yang berhasil menggabungkan kreativitas tradisional dengan inovasi digital.

Inovasi dalam Usaha Kreatif

Inovasi adalah fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis (Bresciani et al., 2021). Dalam usaha florist, inovasi dapat diwujudkan melalui desain produk, pelayanan pelanggan, serta strategi promosi berbasis digital. Penelitian oleh Putra dan Yuliani (2021) menegaskan bahwa inovasi yang berorientasi pada pengalaman pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan memperkuat citra merek.

Jasmeen Florist Bengkulu menerapkan inovasi digital melalui penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business), pembuatan konten visual menarik, serta pengembangan sistem pemesanan online yang efisien. Pendekatan ini sejalan dengan hasil penelitian Appel et al. (2020) dan Dwivedi et al. (2021), yang menyoroti pentingnya social media engagement dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Ketahanan Usaha (Business Resilience)

Ketahanan usaha didefinisikan sebagai kemampuan bisnis untuk bertahan, menyesuaikan diri, dan pulih dari gangguan eksternal (Ratten, 2020). Dalam era pasca-pandemi, ketahanan usaha menjadi aspek kunci bagi UMKM untuk mempertahankan keberlanjutan operasional (Siregar & Rahayu, 2022). Menurut Susanti, Hidayat, dan Yusuf (2022), digital resilience mindset dibutuhkan agar pelaku usaha dapat tetap produktif meski menghadapi ketidakpastian pasar.

Rahman, Rachmawati, dan Hidayah (2023) menambahkan bahwa kombinasi inovasi dan digitalisasi mampu memperkuat ketahanan terutama bagi wirausaha perempuan. Jasmeen Florist, yang dikelola oleh pengusaha perempuan muda di Bengkulu, menjadi contoh relevan tentang bagaimana ketahanan dapat dibangun dari kreativitas, inovasi, dan keberanian beradaptasi.



Kesenjangan Penelitian

Walaupun sudah banyak penelitian yang membahas kewirausahaan digital (Ndou, 2021; Nambisan, 2017) dan ketahanan UMKM (Siregar & Rahayu, 2022), kajian yang secara spesifik meneliti transformasi digital pada sektor florist lokal di Bengkulu masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada UMKM kuliner dan kerajinan tangan (Wulandari & Sari, 2020; Pratama, 2021). Oleh karena itu, studi ini penting untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan wawasan empiris tentang strategi inovasi florist lokal dalam menghadapi disrupsi digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi inovasi digital dan ketahanan usaha Jasmeen Florist Bengkulu. Penelitian dilakukan di Jasmeen Florist Bengkulu yang berlokasi di pusat Kota Bengkulu, dengan subjek meliputi pemilik dan pengelola usaha, staf pemasaran digital, serta pelanggan tetap yang bertransaksi melalui platform daring. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi berupa arsip media sosial, promosi digital, serta transaksi online. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (Moleong, 2019). Fokus penelitian diarahkan pada strategi digitalisasi yang diterapkan, dampak inovasi terhadap ketahanan bisnis, serta faktor pendukung dan penghambat keberhasilan inovasi digital. Pemilihan Jasmeen Florist sebagai objek penelitian didasarkan pada keberhasilannya dalam bertransformasi secara digital, representasinya sebagai UMKM kreatif yang menggabungkan budaya lokal dan strategi modern, serta relevansinya dengan tema nasional "Inovasi Tanpa Batas, Ketahanan Tanpa Akhir."

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Jasmeen Florist Bengkulu

Jasmeen Florist Bengkulu merupakan usaha jasa rangkaian bunga, papan ucapan, dan hampers yang berdiri sejak tahun 2014. Didirikan oleh seorang pengusaha muda perempuan, bisnis ini bermula dari usaha kecil dengan modal terbatas dan sistem pemasaran konvensional. Seiring berkembangnya teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen, terutama setelah tahun 2017, Jasmeen Florist mulai melakukan transformasi digital secara bertahap. Melalui pemanfaatan platform Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, usaha ini beralih dari model bisnis konvensional menjadi digital-based creative florist. Transformasi ini menjadi tonggak penting dalam memperluas jangkauan pasar dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya selama dan setelah masa pandemi COVID-19.

Strategi Inovasi Digital Jasmeen Florist

Jasmeen Florist menerapkan beberapa strategi inovasi digital yang terintegrasi dan berfokus pada peningkatan pengalaman pelanggan, efisiensi layanan, serta perluasan jejaring bisnis.

a. Digital Branding dan Visual Marketing.

Branding visual menjadi elemen sentral dalam strategi pemasaran digital Jasmeen Florist. Melalui pendekatan estetika visual yang konsisten—mengusung warna lembut, gaya minimalis, serta narasi emosional—setiap konten media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai medium ekspresi emosi pelanggan. Pemilik usaha menjelaskan bahwa setiap unggahan dirancang untuk "menyampaikan perasaan, bukan sekadar menjual bunga." Strategi ini sejalan dengan pandangan Appel et al. (2020) dan Dwivedi et al. (2021) yang menekankan pentingnya emotional engagement dalam meningkatkan kedekatan antara merek dan pelanggan.

b. Layanan Pemesanan Berbasis Teknologi.

Untuk meningkatkan kemudahan layanan, Jasmeen Florist mengimplementasikan sistem pemesanan digital berbasis chat automation di WhatsApp Business dan form digital melalui Google Form, yang memungkinkan pelanggan memilih desain, menentukan waktu pengiriman, serta melakukan pembayaran nontunai secara efisien. Sistem ini tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan praktis. Hal ini sejalan dengan konsep

digital convenience menurut Li et al. (2021), yang menegaskan bahwa kemudahan akses digital berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

c. Kolaborasi dan Komunitas Digital.

Dalam memperluas jangkauan pasar, Jasmeen Florist aktif berkolaborasi dengan influencer lokal, fotografer, serta komunitas pernikahan di Bengkulu. Kolaborasi ini menghasilkan peningkatan pesanan hingga 30% pada periode 2023–2024, sekaligus memperkuat posisi merek di ranah digital lokal. Strategi ini menggambarkan bentuk digital co-creation sebagaimana dikemukakan oleh Bresciani et al. (2021), bahwa kerja sama antarpelaku usaha dalam ekosistem digital dapat memperkuat inovasi, memperluas nilai tambah, dan meningkatkan daya saing kolektif.

Dampak Inovasi terhadap Ketahanan Usaha

Inovasi digital yang diterapkan Jasmeen Florist memberikan dampak signifikan terhadap tiga dimensi ketahanan usaha: ekonomi, sosial, dan psikologis-adaptif.

a. Ketahanan Ekonomi.

Sejak penerapan strategi digital, Jasmeen Florist mencatat peningkatan penjualan yang konsisten, di mana transaksi daring menyumbang sekitar 70% dari total pendapatan bulanan pada tahun 2024. Digitalisasi juga mendorong diversifikasi produk, seperti buket uang, buket snack, dan hampers digital gift, yang memperluas segmen pasar. Kondisi ini sejalan dengan temuan Siregar dan Rahayu (2022) bahwa adopsi teknologi digital mampu memperkuat ketahanan ekonomi melalui peningkatan efisiensi dan akses pasar bagi pelaku UMKM.

b. Ketahanan Sosial.

Selain berorientasi pada profit, Jasmeen Florist turut berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal dengan melibatkan ibu rumah tangga dan mahasiswa sebagai tenaga kerja paruh waktu dalam proses produksi dan pemasaran digital. Langkah ini memperkuat jaringan sosial dan memberikan nilai sosial bagi komunitas sekitar. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahman et al. (2023), bentuk pemberdayaan ini mencerminkan community resilience, yaitu kemampuan pelaku usaha lokal dalam menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan.

c. Ketahanan Psikologis dan Adaptif.

Dalam menghadapi perubahan algoritma media sosial dan fluktuasi tren pasar, Jasmeen Florist menunjukkan kemampuan adaptif melalui inovasi konten dan desain produk yang responsif terhadap tren, seperti tema digital wedding. Pendekatan ini mencerminkan digital resilience mindset sebagaimana dikemukakan oleh Susanti et al. (2022), yakni kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap ketidakpastian tanpa kehilangan arah inovasi dan identitas merek.

Tantangan dalam Inovasi Digital

Meski berhasil bertransformasi secara digital, Jasmeen Florist menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi. Tantangan utama meliputi fluktuasi harga bahan baku bunga impor, ketergantungan pada algoritma media sosial, serta keterbatasan sumber daya manusia digital dalam pengelolaan konten dan analisis pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi digital tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga memerlukan peningkatan kapasitas dan literasi digital yang berkelanjutan (Giones & Brem, 2017; Ndou, 2021). Sebagai solusi, Jasmeen Florist aktif melakukan pelatihan mandiri dan berkolaborasi dengan mahasiswa Universitas Dehasen Bengkulu dalam pengelolaan media digital dan strategi pemasaran konten.

Diskusi: Menyemai Ketahanan melalui Inovasi Tanpa Batas

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa inovasi digital bukan sekadar alat promosi, melainkan strategi menyeluruh yang merevolusi cara berpikir, bertindak, dan beradaptasi dalam kewirausahaan modern. Jasmeen Florist berhasil menunjukkan bahwa kombinasi antara kreativitas, teknologi, dan ketahanan mental dapat menjadi fondasi utama dalam menghadapi disrupsi pasar. Hasil penelitian ini memperkuat teori Nambisan (2017) yang menyatakan bahwa digital entrepreneurship berfungsi sebagai mekanisme adaptif dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Selain itu, studi ini memperkaya literatur sebelumnya (Putra & Yuliani, 2021; Rahman et al., 2023) dengan menghadirkan konteks empiris baru pada sektor florist lokal di Bengkulu—sektor yang masih jarang dieksplorasi dalam kajian kewirausahaan digital di Indonesia. Dengan demikian, Jasmeen Florist Bengkulu dapat dipandang sebagai model usaha kreatif adaptif yang merepresentasikan semangat “Inovasi Tanpa Batas, Ketahanan Tanpa Akhir” dalam praktik nyata.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi digital berperan krusial dalam membangun ketahanan usaha (business resilience) di sektor florist lokal, dengan Jasmeen Florist Bengkulu sebagai representasi konkret kewirausahaan kreatif yang berhasil beradaptasi di era digital. Melalui pemanfaatan teknologi seperti media sosial, sistem pemesanan daring, dan kolaborasi digital, Jasmeen Florist mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, memperkuat identitas merek, serta menumbuhkan ketahanan ekonomi dan sosial melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal serta diversifikasi produk. Selain itu, kemampuan adaptif dan psikologis dalam menghadapi perubahan tren digital menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga mental dan strategis. Temuan ini memperkuat teori Nambisan (2017) dan Ndou (2021) mengenai transformasi mindset kewirausahaan digital serta sejalan dengan Rahman et al. (2023) terkait pentingnya digital resilience mindset bagi wirausaha perempuan di Indonesia. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa tema “Inovasi Tanpa Batas, Ketahanan Tanpa Akhir” merupakan realitas yang dapat diwujudkan melalui kombinasi kreativitas, digitalisasi, dan kolaborasi berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pelaku usaha, khususnya UMKM dan florist lokal, meningkatkan literasi digital melalui pelatihan, webinar, atau kemitraan strategis dengan perguruan tinggi, serta mengembangkan branding yang autentik dan berorientasi pada nilai emosional produk. Kolaborasi digital dengan komunitas kreatif, influencer, dan pelaku ekonomi lokal perlu diperkuat untuk memperluas jejaring bisnis dan menciptakan nilai bersama. Perguruan tinggi, seperti Universitas Dehasen Bengkulu, diharapkan berperan aktif melalui pengembangan program inkubasi bisnis digital, pendampingan UMKM, dan riset berbasis pengabdian masyarakat agar menjadi pusat inovasi kewirausahaan daerah. Sementara itu, pemerintah daerah perlu menyediakan insentif, infrastruktur digital, serta membangun ekosistem kewirausahaan kolaboratif yang melibatkan akademisi, pelaku usaha, dan komunitas kreatif guna mempercepat pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan di Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
- Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2020). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro- and small-enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1989–2001.
- Bresciani, S., Ferraris, A., & Del Giudice, M. (2021). The management of digital transformation: An overview of the literature. *Journal of Business Research*, 123, 1–13.
- Dwivedi, Y. K., et al. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375.
- Li, Y., Su, Z., & Liu, Y. (2021). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Frontiers*, 23(3), 683–695.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Ndou, V. (2021). Digital entrepreneurship: An emerging research field. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1–16.
- Pratama, R. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai strategi ketahanan ekonomi lokal di Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(2), 45–56.
- Putra, A. P., & Yuliani, S. (2021). Strategi digitalisasi UMKM florist dalam meningkatkan daya saing di Sumatera. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(3), 77–86.
- Rahman, N., Rachmawati, E., & Hidayah, T. (2023). Peran inovasi dan ketahanan digital pada wirausaha perempuan di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Digital*, 6(1), 22–34.

- Ratten, V. (2020). Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629–634.
- Siregar, F., & Rahayu, P. (2022). Kewirausahaan digital dan ketahanan ekonomi daerah pasca-pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(1), 12–26.
- Susanti, D., Hidayat, R., & Yusuf, A. (2022). Digital resilience mindset among Indonesian SMEs. *Asian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(4), 45–59.
- Wulandari, E., & Sari, M. (2020). Adaptasi digital UMKM di Bengkulu dalam menghadapi tantangan ekonomi global. *Jurnal Sosioekonomi*, 12(2), 115–128.