

**DIFUSI INOVASI PROGRAM PROMOSI INVESTASI (PROMIS)
SEBAGAI UPAYA PENGENALAN UMKM UNGGULAN DAERAH
(Studi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)**

(Skripsi)

Oleh

**Lily Rahmawati
2216041006**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

DIFUSI INOVASI PROGRAM PROMOSI INVESTASI (PROMIS) SEBAGAI UPAYA PENGENALAN UMKM UNGGULAN DAERAH (Studi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)

OLEH

LILY RAHMAWATI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses difusi inovasi Program Promosi Investasi (PROMIS) yang dilaksanakan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Program ini merupakan inovasi berbasis konten digital yang bertujuan meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM melalui produksi video promosi yang sistematis dan terstandar. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data berlandaskan pada lima dimensi difusi inovasi menurut Everett M. Rogers, yaitu *Relative Advantage*, *Compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *Observability*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PROMIS memiliki *Relative Advantage* yang kuat karena mampu memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan nilai jual produk, serta membuka peluang jejaring usaha dan kerja sama baru. Dari aspek *Compatibility*, inovasi ini sangat sesuai dengan kebutuhan UMKM yang membutuhkan promosi digital dan pendampingan sistematis. Pada dimensi *complexity*, program ini dinilai mudah diikuti berkat penjelasan rinci, komunikasi yang responsif, serta alur kerja yang sederhana. *Trialability* tercermin dari adanya sesi briefing, latihan, dan uji coba yang memberi kesempatan bagi UMKM untuk menyesuaikan diri sebelum perekaman berlangsung. Sementara itu, *Observability* tampak dari hasil nyata berupa peningkatan penjualan, perluasan pasar, serta pengakuan publik terhadap kualitas produk UMKM.

Kata kunci: Difusi Inovasi, PROMIS, DPMPTSP, UMKM, Promosi Digital

ABSTRACT

DIFFUSION OF THE INVESTMENT PROMOTION PROGRAM (PROMIS) AS AN EFFORT TO INTRODUCE REGIONAL SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (A Study of the Investment and Integrated Services Agency of East Ogan Komering Ulu Regency)

BY

LILY RAHMAWATI

This study aims to analyze the diffusion process of the Investment Promotion Program (PROMIS) implemented by the Investment and Integrated Services Agency (DPMPTSP) of East Ogan Komering Ulu Regency. This program is a digital content-based innovation that aims to increase the visibility and competitiveness of MSMEs through the systematic and standardized production of promotional videos. The research uses a qualitative method with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis is based on the five dimensions of innovation diffusion according to Everett M. Rogers, namely Relative Advantage, Compatibility, Complexity, Trialability, and Observability. The results of the study show that PROMIS has a strong Relative Advantage because it is able to expand the market reach of MSMEs, increase product sales value, and open up new business networking and cooperation opportunities. In terms of Compatibility, this innovation is highly suited to the needs of MSMEs that require digital promotion and systematic assistance. In terms of complexity, this program is considered easy to follow thanks to detailed explanations, responsive communication, and a simple workflow. Trialability is reflected in the briefing sessions, training, and trials that give MSMEs the opportunity to adjust before recording takes place. Meanwhile, Observability is evident from the tangible results in the form of increased sales, market expansion, and public recognition of the quality of MSME products.

Keywords: Innovation Diffusion, PROMIS, DPMPTSP, MSMEs, Digital Promotion

**DIFUSI INOVASI PROGRAM PROMOSI INVESTASI (PROMIS)
SEBAGAI UPAYA PENGENALAN UMKM UNGGULAN DAERAH
(Studi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)**

Oleh

LILY RAHMAWATI

Skripsi

Sebagai Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA ADMINISTRASI NEGARA

Pada

Jurusan Administrasi Negara

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

**: DIFUSI INOVASI PROGRAM PROMOSI
INVESTASI (PROMIS) SEBAGAI UPAYA
PENGENALAN UMKM UNGGULAN
DAERAH (Studi Pada Dinas Penanaman
Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)**

Nama Mahasiswa

: Lily Rahmawati

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216041006

Jurusan

: Ilmu Administrasi Negara

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dr. Dra. Dian Kagungan, M.H.
NIP. 196908151997032001

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara

Dr. Susana Indriyati Caturiani, S.IP.,M.SI.
NIP. 19700914 200604 2001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Dr. Dra. Dian Kagungan, M.H.



Penguji Utama

: Dr. Simon Sumanjoyo H, S.A.N, M.PA.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Sc.
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 20 Januari 2026
Yang membuat pernyataan,



Lily Rahmawati
2216041006

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Lily Rahmawati, lahir di Bandar Lampung pada 29 Februari 2004. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, putri dari Bapak Sarwani dan Ibu Mariun. Pendidikan dasar ditempuh di SD Negeri Sugih Waras pada tahun 2010. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Belitang Madang Raya pada tahun 2016, dan kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Belitang pada tahun 2019.

Saat ini, penulis sedang menempuh pendidikan sebagai mahasiswi pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) sejak tahun 2022. Selama masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan organisasi, khususnya di lingkungan internal kampus. Penulis tergabung sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Administrasi Negara (HIMAGARA) pada bidang Kajian Pengembangan Keilmuan untuk periode 2023–2024. Selain itu, sejak Juni 2023 penulis juga aktif sebagai anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas. Dalam rangka pengabdian kepada masyarakat dan pengembangan kompetensi akademik, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2025 di Desa Hara Banjar Manis, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Selanjutnya, pada bulan Juli hingga Agustus, penulis mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung.

MOTTO

Allah memang tidak menjajikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: "Fa inna ma'al - usri yusra" yang artinya

"setiap kesulitan pasti ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah 94:5-6)

"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al-Baqarah 2:286)

"Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu"

(Umar bin Khatab)

"Akan ada cahaya bagi mereka yang berusaha"

"jangan menuntut dirimu untuk berlari, percayalah kemenangan adalah hasil tabungan perubahan inchi dari diri sendiri yang dikumpulkan setiap hari "

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'alamiin.

Puji syukur kepada Allah SWT dengan limpahan Rahmat-Nya. Dengan hati yang tulus dan kerendahan hati, karya sederhana ini kupersembahkan kepada orang-orang terkasihku:

Ayahanda Sarwani dan Ibunda Mariun tercinta

Terima kasih atas cinta, doa yang tak pernah terputus, dan pengorbanan yang tak terhitung. Keringat dan air mata kalian adalah semangat dalam setiap langkahku.

Semoga aku bisa menjadi kebanggaan dan penyejuk hati kalian.

Saudaraku tersayang, Ganta, Rafa . Terima kasih atas tawa, dan doa yang selalu hadir di saat aku butuh tempat bersandar.

Kalian adalah rumah kedua dalam setiap perjuangan ini.

Dosen Pembimbing, Dosen pembahas, dan seluruh pengajar, Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan kesabaran yang telah menjadi lentera dalam perjalanan akademikku.

Saudara, sahabat, serta teman-temanku, Terimakasih untuk tawa di tengah lelah, peluk saat hampir menyerah, dan semangat di setiap langkah. perjalanan ini lebih indah karena kalian.

Diriku sendiri, Terima kasih untuk setiap langkah bertahan atas segala Keputusan, kamu pantas untuk tersenyum atas untuk setiap aksi di setiap hari

SANWACANA

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:

"Difusi Inovasi Program Promosi Investasi (Promis) Sebagai Upaya Pengenalan Umkm Unggulan Daerah (Studi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.A.N.) pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.

Dalam proses skripsi ini, penulis telah mendapat pengalaman yang luar biasa dan pihak-pihak yang telah banyak membantu penyelesaian skripsi ini, baik bantuan moril, materi, berupa petunjuk, bimbingan, nasehat dan saran yang bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Susana Indriyati Caturiani, S.IP.,M.SI. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Dra. Dian Kagungan, M.H. selaku dosen pembimbing utama. Terima kasih atas saran, nasihat, bimbingan selama proses pengerjaan skripsi, waktu, serta kesabaran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga keikhlasan dan ketulusan ibuk dalam mendidik mendapatkan keberkahan dari Allah SWT dan semoga kesehatan dan rezeki selalu dilimpahkan kepada Ibuk.
4. Bapak Dr. Simon Sumanjoyo, H, S.A.N, M.PA selaku dosen pembahas. Terima kasih atas arahan, saran, kritik, masukan, nasihat serta waktu yang telah diluangkan untuk membantu penulis. Semoga Bapak selalu diberkahi kesehatan dan dimudahkan dalam menjalani kehidupan.

5. Bapak Prof. Yulianto, M.S. selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Negara. Terima kasih atas semua ilmu yang telah penulis peroleh selama proses perkuliahan. Semoga dapat menjadi amal jariyah dan menjadi bekal yang berharga dalam kehidupan penulis ke depannya.
7. Mba Wulan, Mba Uki, dan Mba Vivi selaku Staff Jurusan Ilmu Administrasi Negara yang banyak membantu kelancaran administrasi skripsi hingga terselesaikan.
8. Pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Oku Timur Khususnya Bapak Herlimansyah S.E selaku Kepala Bidang Perencanaan Pengembangan Iklim Dan Promosi Penanaman Modal, Kak Abdul Jabar S. selaku Analisis Investasi dan promo dana usaha DPMPTSP Oku Timur, dan Mba Liani Anggraini, S.E.,M.M selaku Seksi Promosi Penanaman Modal yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam proses penelitian. Terima kasih atas saran, motivasi, dan setiap pengalaman yang dibagikan selama penulis melakukan penelitian.
9. Pihak UMKM khususnya Ibu Utiyana Pemilik Usaha Keripik Pisang Madu Yan's Food, Ibu Noni Diana Pemilik Usaha "BERDERUP CUP" Keripik Sukun Dan terong, Bapak Muhammad Nuril Pemilik usaha Maju Indah Bakery yang sudah meluangkan waktu dan berbagi pengalaman untuk mendukung hasil penelitian penulis.
10. Orang tua penulis, Ayahanda Sarwani dan Ibunda Mariun, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, motivasi, pengorbanan, didikan, kepercayaan, serta pengorbanan yang telah menjadi cahaya penerang bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan dan keterbatasan selama masa studi. Beliau berdua merupakan sosok yang senantiasa menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menempuh seluruh proses pendidikan. Penulis berharap, dengan diperolehnya gelar ini, dapat menjadi pembuka jalan untuk segera memperoleh pekerjaan yang layak sehingga mampu meningkatkan derajat dan kebahagiaan kedua orang tua serta keluarga. Aamiin.

11. Sahabat seperjuangan perkuliahan penulis, (Yamaha Oren) Indah, Destri, Raya, Dira, Lintang, Afi, Lathifa, Natali, dan Irmayanti, yang bukan hanya teman namun sekaligus juga tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan semangat selama menempuh dunia perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kehadiran kalian yang selalu menguatkan penulis, khususnya dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang penuh tantangan. Perjalanan kuliah memang tidak mudah dan sering kali terasa berat, namun bersama kalian aku temukan sirkel yang tepat.

12. Sahabat seperjuangan Rifka, Erma, dan Fidia, terima kasih atas kebersamaan, perhatian, dan dukungan tulus yang selalu kalian berikan kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi penguat di setiap fase perjalanan perkuliahan, dukungan ,obrolan sederhana, serta kebersamaan yang terjalin telah membantu penulis untuk tetap bertahan, bangkit, dan melangkah hingga akhirnya mampu menyelesaikan perkuliahan dan tahap akhir penyusunan skripsi ini.

13. Sobat PKL: Nur, Ulfa, Evi, Ririn, Indah, dan Destri, Kebersamaan selama masa PKL menghadirkan cerita, tawa, dan pelajaran berharga tentang kerja sama, tanggung jawab, dan kebersamaan. Melalui proses tersebut, penulis belajar arti saling menguatkan, berbagi peran, serta menghadapi tantangan bersama-sama.

15. Tante Kris sekeluarga di Lampung Tengah, yang telah menjadi tempat singgah ternyaman kedua penulis ditengah saat di rantauan.

14. Teman-teman seperjuangan angkatan 2022 (Ampatra) semoga selalu dilancarkan dalam proses bimbingan dan perkuliahan, semoga cepat menyelesaikan masa studinya

Akhir kata semoga segala kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Bandar Lampung, Januari 2026
Penulis

Lily Rahmawati

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Inovasi.....	16
2.3 Program PROMIS (Promosi Investasi).....	25
2.4 Promosi Investasi Daerah	28
2.5 Peran UMKM Unggulan dalam Pembangunan Ekonomi Daerah	29
2.6 Hubungan Difusi Inovasi, PROMIS, dan Penguatan Ekonomi Daerah.....	30
2.7 Kerangka Pikir	32
III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Fokus Penelitian.....	35
3.3 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Informan penelitian.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	41

3.7 Teknik Keabsahan Data.....	42
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Sejarah dan Profil.....	44
4.1.1. Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKU TIMUR).....	44
4.1.2. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu OKU Timur.....	46
4.1.3. Visi & Misi.....	47
4.1.4. Struktur Organisasi	49
4.1.5. Tugas Pokok dan Fungsi	50
4.2. Hasil	51
4.2.1. Keunggulan Relatif (<i>Relative Advantage</i>).....	51
4.2.2. Kesesuaian (<i>Compatibility</i>).....	56
4.2.3. Kerumitan (<i>complexity</i>).....	60
4.2.4. Kemungkinan dicoba (<i>trialability</i>).....	63
4.2.5 Kemudahan Diamati (<i>Observability</i>)	66
4.2.6. Faktor Pendukung dan penghambat	71
4.3. Pembahasan.....	76
4.3.1. Keunggulan Relatif (<i>Relative Advantage</i>).....	76
4.3.2. Kesesuaian (<i>Compatibility</i>).....	80
4.3.3. Kerumitan (<i>Complexity</i>).....	84
4.3.4. <i>Trialability</i> (Kemungkinan Dicoba).....	86
4.3.5 Kemudahan Diamati (<i>Observability</i>)	88
4.3.6. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	89
V. KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2.Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	12
2. Daftar Informan Penelitian.....	39
3. Daftar Dokumen.....	40
4. Penjelasan Keuntungan Relatif Program Promosi Investasi (PROMIS)	54
5. Matriks Hasil Penelitian Difusi Inovasi Program PROMIS	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Daftar UMKM yang Dipromosikan melalui Kanal YouTube DPMPTSP OKU Timur dalam Program PROMIS (2022–2025).....	4
2. Kategorisasi pengadopsi berdasarkan inovasi menurut Rogers (2003)	5
3. Tampilan Pendaftaran PROMIS melalui website DPMPTSP OKU Timur.....	27
4. Kerangka Pikir	33
5. Logo Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur	44
6. Tampak Depan Kantor DPMPTSP OKU TIMUR	46
7. Bagan Struktur Organisasi DPMPTSP Oku Timur	49
8. Bagan Alur Pembuatan Program Promosi Investasi	58
9. Proses Briefing ulang sebelum pengambilan konten	65
10. Daftar UMKM OKU Timur Yang Bermitra.....	67
11. Jumlah Tayangan Beberapa Vidio PROMIS	69
12. Produk UMKM di Minimarket UB Mart Martapura	70

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan global menunjukkan bahwa difusi inovasi menjadi kunci bagi percepatan pembangunan ekonomi, khususnya dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam era ekonomi digital, inovasi tidak hanya dipahami sebagai penciptaan teknologi baru, tetapi juga sebagai proses adopsi dan penyebaran ide, praktik, atau layanan yang mampu meningkatkan daya saing. Di banyak negara berkembang, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dipandang sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi sekaligus pilar inklusi sosial karena sifatnya yang padat karya dan dekat dengan kebutuhan masyarakat. Kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai lebih dari 60% PDB, tidak terkecuali dalam menghadapi tantangan transformasi digital dan globalisasi pasar (Kurniadi & Sudarmiati, 2024). Hal ini menandakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi nasional semakin ditentukan oleh sejauh mana usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat beradaptasi dengan perubahan global melalui inovasi.

Dalam kerangka kebijakan, dasar hukum yang melatarbelakangi inovasi pelayanan publik di Indonesia termaktub dalam UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang menegaskan kewajiban pemerintah untuk memberikan layanan yang cepat, transparan, dan akuntabel. Regulasi ini memberikan landasan hukum yang kuat bagi pemerintah daerah, termasuk Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), untuk mengembangkan sistem pelayanan yang inovatif.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menegaskan pentingnya kepastian hukum, kesetaraan kesempatan usaha, pemberdayaan ekonomi masyarakat termasuk UMKM, serta kewajiban pemerintah pusat dan daerah untuk melakukan promosi potensi dan peluang investasi (Pasal 27). Dalam konteks pembangunan daerah, promosi investasi menjadi sarana strategis untuk memperkenalkan potensi ekonomi lokal, khususnya UMKM, agar mampu menarik minat investor sekaligus memperkuat daya saing daerah. Dukungan terhadap pengembangan usaha kecil, menengah, dan koperasi sebagaimana diatur dalam Pasal 15 dan 17 juga menunjukkan bahwa investasi tidak hanya berorientasi pada modal besar, tetapi harus memberikan manfaat nyata bagi ekonomi kerakyatan.

Peluncuran Program Promosi Investasi (PROMIS) di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur memiliki dasar hukum yang kuat di tingkat nasional, program ini berlandaskan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menegaskan pentingnya kepastian hukum, kesetaraan kesempatan usaha, pemberdayaan ekonomi masyarakat termasuk UMKM, serta kewajiban pemerintah pusat dan daerah untuk melakukan promosi potensi dan peluang investasi (Pasal 27). Dukungan teknis juga tercermin dalam Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Nomor 3 Tahun 2019 yang memberikan pedoman dan tata cara promosi penanaman modal, termasuk pemanfaatan berbagai media, baik konvensional maupun digital, sehingga informasi mengenai peluang investasi dapat tersampaikan lebih luas, cepat, dan efektif.

Pada tingkat daerah, promosi investasi (PROMIS) memperoleh legitimasi melalui peraturan lokal yang mengatur arah kebijakan investasi dan fungsi kelembagaan DPMPTSP. Peraturan Bupati OKU Timur Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Umum Penanaman Modal 2019–2025 menetapkan promosi penanaman modal sebagai salah satu lingkup utama strategi investasi daerah. Sementara itu, Peraturan Bupati OKU Timur Nomor 55 Tahun 2024 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) secara eksplisit mengamanatkan fungsi promosi penanaman modal sebagai bagian dari tugas pokok Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).

Kedua regulasi tersebut memberikan dasar yang kokoh bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) untuk meluncurkan program promosi investasi (PROMIS) sebagai inovasi strategis, yang bukan hanya mendukung visi pembangunan daerah tetapi juga sejalan dengan regulasi nasional dalam memperkuat daya tarik investasi melalui pendekatan promosi digital dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal.

Program Promosi Investasi (PROMIS) merupakan terobosan program promosi yang dirancang oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur yang memadukan strategi promosi investasi dengan Elemen promosi digital melalui platform media social youtube, program ini berhasil meraih peringkat pertama dalam Inovasi Daerah tahun 2024. Promosi investasi (PROMIS) digagas sebagai sebuah inovasi strategis yang bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengenalan potensi-potensi investasi yang ada di daerah. Melalui program ini, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur berusaha menarik investor dengan cara memperlihatkan keunggulan-keunggulan wilayahnya, mempermudah proses promosi, dan menyusun strategi untuk mempercepat masuknya modal ke sektor-sektor yang berpotensi tinggi, program ini memiliki potensi ganda yaitu menarik minat investor sekaligus memperkuat daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal yang menandai perubahan paradigma dalam promosi investasi yang lebih inklusif dan berorientasi pada pembangunan daerah. PROMIS dapat dipandang sebagai bentuk nyata inovasi kebijakan yang menempatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai aktor penting dalam ekosistem investasi.

Berdasarkan keterangan Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur H. Hasbullah, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten OKU Timur mencapai sekitar 73 ribu unit. Dari jumlah tersebut, kurang lebih 47 ribu UMKM telah terverifikasi *by name by address*, sementara 17 ribu UMKM sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha. Data ini menegaskan peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sektor yang berkembang pesat dan menjadi salah satu penopang penting perekonomian di Kabupaten OKU Timur. Selain itu, terdapat 500 unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tercatat sebagai mitra binaan

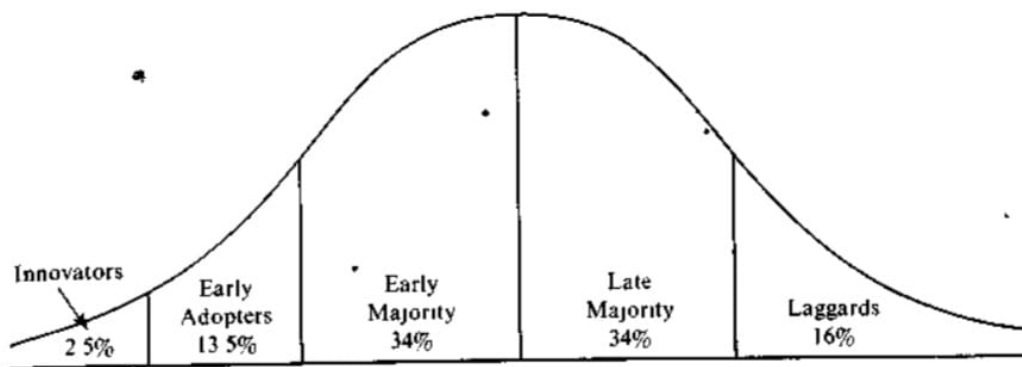
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) OKU Timur, yang mendapat pembinaan, pendampingan, serta fasilitasi pemasaran agar mampu naik kelas dan memperluas jaringan pasar (DPMPTSP OKU Timur 2023).

PROMIS	Lokasi/Kegiatan	Tanggal
1	Kampung Patin Desa Sidorahayu (17 Oktober 2022)	17 Oktober 2022
2	Industri Pakan Ikan Desa Sukosari	24 Oktober 2022
3	Desa Wisata Embung Puri Idaman Desa Purwosari	31 Oktober 2022
4	Hotel Parai Puri Tani Idaman Martapura	7 November 2022
5	Pupuk Organik Granul Anteng Jaya Gemilang	14 November 2022
6	Rumah Keripik Mahira Martapura	22 November 2022
7	UMKM Potensial Kopi Nusantara Desa Kumpul Mulyo	29 November 2022
8	UMKM Potensial Rumah Makan Raja Pindang Dusun Martapura	5 Desember 2022
9	UMKM Potensial "The Ine'z" Madang Suku III	14 Februari 2023
10	Rumah Makan Nasi Tiwul Bu Isti Desa Bagun Rejo	15 Maret 2023
11	Rumah Makan Bebek Joglo Jalan Lintas Sumatera Kota Baru	11 April 2023
12	"Ecoprint i'LOK " Desa Srikaton	12 Juni 2023
13	Kampung Industri Rumah Tangga Desa Srikaton	12 Juli 2023
14	UMKM Potensial "Berderup" Desa Sriwangi	6 September 2023
15	Budidaya Jambu Kristal Islami Al Baasith Karang Endah	10 Oktober 2023
16	Keripik Kampung Patin "Srikandi Patin " Desa Triyoso	27 Desember 2023
17	Asosiasi UMKM Oku Timur	22 Maret 2024
18	UMKM Potensial "Crepes DD Ahza"	19 April 2024
19	Peternakan Rajo Sapi Desa Perjaya	17 Mei 2024
20	Azalea Beuaty Clinic OKU Timur	20 Juni 2024
21	UMKM Potensial "G Light "	12 Agustus 2024
22	UMKM Potensial Keripik Pisang Madu Moro Seneng	23 September 2024
23	UMKM Potensial "Bhista Bakery"	17 Oktober 2024
24	UMKM Potensial Ammara Konveksi	6 November 2024
25	SD-SMP IT MUTIARA QOLBU	28 November 2024
26	UMKM Potensial Pempek Bunni Martapura	16 Desember 2024
27	UMKM Potensial Tas Rajut Desa Tebat Jaya	28 Februari 2024
28	Ayam Petelur Handayani Farm Desa Tumi Jaya	8 April 2025
29	Universitas Nurul Huda	7 Mei 2025
30	Purun Buazun Desa Betung	11 Agustus 2025
31	Maju Indah Bakery	12 September 2025

Gambar 1. Daftar UMKM yang Dipromosikan melalui Kanal YouTube DPMPTSP Ogan Komering Ulu Timur dalam Program PROMIS (2022–2025)

Sumber : DPMPTSP OKU Timur, 2022–2025

Terhitung sampai tiga tahun terakhir, data menunjukkan bahwa baru terdapat sekitar 31 program Promis yang dijalankan. Jumlah ini sangat kecil bila dibandingkan dengan total usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang ada, sehingga hanya sebagian kecil pelaku usaha yang mendapatkan manfaat langsung dari program tersebut. Kondisi ini menggambarkan adanya kesenjangan atau celah (gap) yang cukup signifikan antara kebutuhan riil usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan jumlah intervensi program yang tersedia. Dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai puluhan ribu unit serta ratusan mitra, idealnya terdapat upaya sistematis untuk memperluas jangkauan program, sehingga inovasi yang dibawa oleh Promis tidak hanya berhenti pada kelompok mitra binaan tertentu, tetapi dapat menyebar lebih luas di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya.



Gambar 2. Kategorisasi pengadopsi berdasarkan inovasi menurut Rogers (2003)

Sumber : Buku Everett M. Rogers (2003)

Kurva difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers merupakan model teoretis yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi diperkenalkan, diterima, dan diadopsi oleh individu maupun organisasi dalam suatu sistem sosial. Model ini mengklasifikasikan adopter ke dalam lima kategori innovators, early adopters, early majority, late majority, dan laggards yang secara keseluruhan membentuk pola kurva-S sebagai representasi perkembangan adopsi inovasi dari tahap awal hingga mencapai critical mass. Penjelasan mengenai tahapan adopsi tersebut menegaskan bahwa suatu inovasi hanya dapat bertahan apabila memperoleh tingkat adopsi yang

cukup luas dalam sistem sosial (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018,).

Penggunaan kurva model ini telah menjadi salah satu kerangka teoritis yang paling dominan dan paling banyak dirujuk dalam kajian inovasi pemerintahan. Laporan *Diffusing Lessons: Innovation Lifecycle Report 6* secara eksplisit menyatakan bahwa karya Rogers merupakan literatur yang paling sering digunakan dalam analisis inovasi di sektor publik dan tetap menjadi paradigma utama dalam memahami proses penyebaran inovasi dalam organisasi pemerintahan , selain itu, laporan tersebut menegaskan bahwa model difusi Rogers telah berevolusi dan diterapkan pada berbagai sektor seperti kesehatan, layanan publik, digitalisasi, dan organisasi sosial, sehingga menunjukkan fleksibilitas dan kesesuaiannya sebagai kerangka analisis lintas disiplin (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018,).

Model Rogers awalnya dirancang untuk menjelaskan inovasi produk di sektor privat sehingga tidak secara langsung mencerminkan karakteristik inovasi kebijakan maupun inovasi proses dalam birokrasi. Kondisi ini mendorong perlunya adaptasi teoretis ketika model digunakan untuk menilai inovasi pemerintah, namun, laporan yang sama juga menegaskan bahwa penyebaran pengetahuan dan praktik inovatif merupakan bagian penting dalam tata kelola organisasi publik, sehingga kerangka difusi tetap relevan sebagai landasan dalam menganalisis bagaimana sebuah inovasi disebarkan dan diinternalisasi di lingkungan pemerintahan (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018,).

Dengan mempertimbangkan keunggulan dan keterbatasannya, kurva difusi inovasi Rogers tetap layak digunakan sebagai kerangka analisis inovasi sektor publik selama diterapkan secara kritis dan kontekstual. Model ini dapat membantu mengidentifikasi pola adopsi inovasi di kalangan aktor pemerintah, memetakan kelompok adopter, serta menilai efektivitas saluran komunikasi dan struktur birokrasi dalam mendukung proses difusi. Dalam studi administrasi publik, model Rogers sering dijadikan teori dasar yang kemudian diperkaya dengan teori difusi antar-organisasi maupun model transfer kebijakan. Konsep Rogers yang membagi adopter ke dalam kategori *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*,

dan laggards, memungkinkan peneliti untuk memetakan perilaku UMKM dalam merespons program promosi, mengidentifikasi kelompok yang lebih cepat atau lambat mengadopsi, serta menilai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi seperti *Relative Advantage* dan *Observability*.

Gambar kurva difusi inovasi Rogers di atas memperlihatkan pola penyebaran sebuah inovasi dalam suatu sistem sosial yang mengikuti bentuk distribusi normal. Rogers membagi proses adopsi inovasi ke dalam lima kategori utama: innovators (2,5%), early adopters (13,5%), early majority (34%), late majority (34%), dan laggards (16%). Setiap kategori menunjukkan kelompok masyarakat yang berbeda tingkat keterbukaan dan kecepatan mereka dalam menerima suatu inovasi. Jika dibandingkan dengan data Program PROMIS, dapat diketahui bahwa dari 500 mitra UMKM yang terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) OKU Timur, namun baru sebanyak 31 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berpartisipasi dalam program promosi melalui kanal YouTube resmi. Jumlah ini setara dengan 6,2% dari total populasi UMKM, yang secara posisi berada di antara kelompok innovators dan sebagian kecil early adopters.

Posisi ini menunjukkan bahwa program promosi investasi (PROMIS) masih berada pada tahap awal difusi. Kelompok yang ikut serta kemungkinan besar adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memang memiliki keberanian mencoba hal baru (innovators) atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang relatif lebih terbuka terhadap inovasi (*early adopters*). Namun, sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya, terutama yang masuk dalam kategori early majority (34%), belum tersentuh atau belum yakin untuk berpartisipasi. Padahal, menurut Rogers, keberhasilan sebuah inovasi sangat ditentukan oleh kemampuan untuk menembus *early majority*, karena kelompok inilah yang berfungsi sebagai penentu momentum (*critical mass*) agar inovasi menjadi arus utama.

Kesenjangan antara potensi (500 mitra UMKM) dan realisasi (31 UMKM) memperlihatkan adanya celah adopsi yang perlu segera diatasi. Seharusnya, jika difusi berjalan optimal, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang

bergabung hingga tahun ketiga (2025) sudah mendekati 80 UMKM (2,5% innovators + 13,5% early adopters). Namun, data menunjukkan masih ada kekurangan sekitar 49 UMKM yang seharusnya bisa tergolong adopter awal, tetapi belum bergabung. Hal ini mengindikasikan kemungkinan adanya kendala pada beberapa atribut inovasi menurut Rogers, seperti masih lemahnya persepsi *Relative Advantage* (manfaat PROMIS dibanding promosi mandiri belum cukup meyakinkan), rendahnya *Observability* (hasil nyata dari peserta belum tampak jelas bagi calon peserta), dan keterbatasan *trialability* (kesempatan mencoba program masih terbatas). Di sisi lain, *complexity* dari mekanisme pendaftaran online juga bisa menjadi hambatan bagi UMKM yang kurang melek digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas tentang inovasi UMKM dan peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat ekosistem usaha. Salah satunya, penelitian oleh Firmansyah et al. (2025) menunjukkan bahwa layanan DPMPTSP memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini menjadi penting karena legalitas usaha merupakan pintu masuk utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjalin kerja sama dengan investor maupun mengakses pembiayaan formal. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih banyak menekankan aspek administratif perizinan dan belum secara mendalam mengkaji dimensi difusi inovasi dalam strategi promosi investasi. Dengan kata lain, perhatian terhadap bagaimana inovasi menyebar di kalangan pelaku usaha dan bagaimana hal itu memengaruhi daya tarik investasi belum menjadi fokus utama. Kondisi ini membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut yang menyoroti hubungan antara layanan DPMPTSP, difusi inovasi, dan promosi investasi secara terintegrasi. Hal ini relevan dengan kebutuhan di daerah seperti Ogan Komering Ulu Timur Timur yang tengah mengembangkan program promosi investasi (PROMIS) sebagai strategi unggulan.

Penelitian Yanto dan Ashari (2025) menekankan pentingnya mekanisme dukungan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam mendorong inovasi yang berorientasi pada digitalisasi dan perluasan akses pasar. Studi ini menunjukkan bahwa di kota metropolitan seperti Jakarta, keberadaan infrastruktur digital yang memadai dan kebijakan pemerintah yang progresif mampu

mempercepat transformasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi terbukti membuka akses pasar yang lebih luas dan mempermudah interaksi dengan investor maupun konsumen. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada konteks perkotaan dengan fasilitas yang relatif lengkap dan tidak mencerminkan tantangan yang dihadapi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah dengan keterbatasan infrastruktur.

Kondisi ini membuat temuan Yanto dan Ashari belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke wilayah lain seperti Kabupaten OKU Timur yang menghadapi realitas berbeda. Di daerah, hambatan literasi teknologi, keterbatasan akses internet, dan rendahnya kapasitas manajerial menjadi kendala utama dalam difusi inovasi. Oleh karena itu, penelitian yang lebih berfokus pada konteks lokal sangat diperlukan agar strategi promosi investasi berbasis inovasi dapat lebih efektif. Hal ini menegaskan adanya kesenjangan literatur yang perlu diisi melalui penelitian di daerah-daerah non-metropolitan.

Kesenjangan utama dalam penelitian terdahulu adalah minimnya kajian kualitatif yang secara khusus mengaitkan difusi inovasi dengan program promosi investasi berbasis daerah. Sebagian besar penelitian lebih banyak menekankan pada aspek layanan perizinan atau faktor internal usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti keterampilan manajerial dan literasi digital, tanpa mengintegrasikan keduanya dalam kerangka difusi inovasi. Padahal, dalam praktiknya, promosi investasi dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak bisa dipisahkan karena keduanya saling berkaitan dan saling menguatkan.

Layanan perizinan yang cepat memang penting, tetapi tidak otomatis menjamin terjadinya difusi inovasi yang efektif di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Demikian pula, kesiapan internal usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tanpa dukungan kebijakan promosi investasi juga akan menghadapi keterbatasan dalam memperluas pasar dan jaringan. Oleh karena itu, masih jarang penelitian yang menyelidiki hubungan sinergis antara kebijakan daerah, strategi promosi, dan penerimaan inovasi oleh pelaku usaha. Kekosongan ini membuka peluang penting untuk mengeksplorasi bagaimana kebijakan daerah dapat benar-benar menjadi motor difusi inovasi.

Penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis secara kualitatif bagaimana Program promosi investasi (PROMIS) yang dikelola Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Ogan Komering ulu Timur berfungsi sebagai upaya difusi inovasi. Kajian ini tidak hanya berfokus pada aspek kebijakan yang top-down, tetapi juga menelaah bagaimana petugas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai penerima inovasi merespons program tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai dinamika antara kebijakan, aktor pelaksana, dan penerima manfaat.

Analisis yang dilakukan akan melihat apakah difusi inovasi melalui promosi investasi (PROMIS) dapat meningkatkan daya tarik investasi sekaligus memperkuat kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan serta mengidentifikasi hambatan-hambatan yang menghalangi keberhasilan adopsi inovasi di tingkat lokal, oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul **“Difusi Inovasi Program Promosi Investasi (Promis) Sebagai Strategi Pengenalan Umkm Unggulan Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (Studi pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah penelitian ini, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana difusi inovasi melalui Program PROMIS yang dilaksanakan oleh DPMPTSP Kabupaten OKU Timur sejak 2022?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat proses difusi inovasi Program PROMIS di kalangan pelaku UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan diatas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis difusi inovasi yang diterapkan dalam Program PROMIS oleh DPMPTSP Kabupaten OKU Timur.
2. Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan dan adopsi Program PROMIS oleh UMKM lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai difusi inovasi, khususnya pada konteks promosi investasi daerah. Hasil penelitian dapat memperluas literatur tentang bagaimana pemerintah daerah mengintegrasikan inovasi digital dengan strategi promosi dan pemberdayaan UMKM, sekaligus menjadi referensi akademis yang relevan dalam studi kebijakan publik, terutama yang berkaitan dengan inovasi birokrasi berbasis digital di sektor investasi.
2. Manfaat praktis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi pemerintah daerah, temuan penelitian dapat dijadikan dasar dalam merumuskan kebijakan promosi investasi yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Bagi DPMPTSP, penelitian ini diharapkan mampu menawarkan rekomendasi aplikatif untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan Program PROMIS sehingga manfaatnya dapat dirasakan lebih luas oleh pelaku usaha. Bagi UMKM, penelitian ini berperan penting dalam membuka wawasan terkait pemanfaatan strategi promosi digital guna memperkuat daya saing dan memperluas akses pasar. Sementara itu, bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam melihat potensi UMKM lokal sebagai mitra usaha strategis yang menjanjikan

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk memberikan pijakan teoritis sekaligus memperkuat kerangka analisis dalam penelitian ini. Kajian terhadap penelitian sebelumnya tidak hanya berfungsi untuk melihat temuan yang relevan, tetapi juga untuk memahami kecenderungan, keterbatasan, serta celah penelitian yang masih dapat dieksplorasi. Dengan menguraikan penelitian-penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat membangun dasar argumentasi yang kuat mengenai pentingnya topik difusi inovasi, sekaligus menunjukkan kontribusi penelitian ini dalam memperluas penerapan teori pada konteks baru.

Tabel 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Dhani Firmansyah, Dian Purwanti, Tuah Nur (2025) <i>Strategy of the Investment and One-Stop Integrated Service Office (DPMPTSP) in Increasing Business Identification Number (NIB) Ownership for MSMEs in Sukabumi City.</i>	Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, Purwanti, dan Nur (2025) berfokus pada strategi DPMPTSP Kota Sukabumi dalam meningkatkan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM. Dengan menggunakan teori difusi inovasi Everett M.	Penelitian Firmansyah dkk. (2025) lebih menekankan pada aspek legalitas usaha UMKM melalui percepatan penerbitan NIB sebagai indikator keberhasilan, sedangkan penelitian tentang PROMIS menitikberatkan pada strategi promosi investasi dan penguatan UMKM unggulan.

No	Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<i>Proceedings of The International Conference on Interdisciplinary Studies (IICIS), Vol. 1</i>	Rogers yang meliputi dimensi inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial, penelitian ini menemukan bahwa inovasi pelayanan publik melalui program SI JIMAT BOSS berhasil mempercepat proses legalisasi usaha. Program tersebut hadir dalam berbagai subprogram seperti Go to School, JEKPPOT BOSS di pasar tradisional, Pasar Modis, serta Jejak Tulen di lingkungan pemukiman. Inovasi ini tidak hanya mempersingkat waktu pengurusan izin dari 1–7 hari menjadi 5–15 menit, tetapi juga mendorong lonjakan kepemilikan NIB dari hanya 0,23% pada tahun 2021 menjadi 97,47% pada tahun 2024. Keberhasilan ini diperkuat oleh komunikasi multi-channel, kolaborasi lintas lembaga, serta pendekatan proaktif dan edukatif kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan publik yang dirancang secara adaptif, inklusif, dan berbasis kebutuhan lokal	Unit analisis penelitian Firmansyah adalah DPMPTSP Kota Sukabumi, sementara penelitian PROMIS berfokus pada DPMPTSP Kabupaten OKU Timur. Jenis inovasi yang diteliti di Sukabumi berupa inovasi layanan perizinan proaktif jemput bola, sedangkan PROMIS lebih merupakan inovasi kebijakan dan strategi promosi berbasis digital. Strategi dalam penelitian Firmansyah melibatkan komunikasi multi-channel dan pendekatan langsung ke lokasi masyarakat, sedangkan PROMIS diarahkan pada digitalisasi promosi, branding, serta kampanye investasi. Dari sisi kerangka teori, keduanya sama-sama menggunakan difusi inovasi Rogers, tetapi konteksnya berbeda: penelitian Firmansyah menyoroti adopsi layanan perizinan, sementara penelitian PROMIS lebih menekankan pada difusi program sebagai instrumen pemasaran daerah dan pengembangan UMKM. Dengan demikian, penelitian PROMIS berpotensi melengkapi kajian

No	Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		mampu mempercepat adopsi inovasi dan meningkatkan legitimasi kelembagaan.	sebelumnya dengan menghadirkan perspektif baru mengenai inovasi di bidang promosi investasi dan pemberdayaan ekonomi lokal.
2.	Talitha Putri Naila, dkk.,(2024) Difusi terhadap Inovasi Pelayanan iTangKab pada Dinas Perpustakaan dan Arsip Kab. Tangerang. . <i>Journal of Geopolitics and Public Policy (JOGPP)</i> , 2, 8-19.	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Talitha Putri Naila dkk. (2024) mengenai difusi inovasi layanan iTangKab pada Dinas Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa meskipun aplikasi perpustakaan digital tersebut telah diluncurkan dan memberikan manfaat bagi pengguna, tingkat difusi dan adopsinya masih belum optimal. Proses penyebaran inovasi iTangKab hanya dilakukan melalui saluran media sosial, media massa, serta sosialisasi ke sekolah-sekolah, sehingga jangkauannya masih terbatas. Selain itu, penelitian tersebut menemukan berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital masyarakat, masalah teknis aplikasi, serta hambatan	Penelitian sebelumnya menitikberatkan pada inovasi layanan publik di bidang literasi melalui perpustakaan digital, penelitian ini menekankan difusi inovasi dalam konteks promosi investasi dan pemberdayaan UMKM. Objek yang dikaji juga berbeda, yaitu Dinas Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Tangerang dalam penelitian terdahulu, sementara skripsi ini meneliti DPMPTSP OKU Timur. Selain itu, hasil yang diukur juga tidak sama; penelitian sebelumnya lebih menyoroti tingkat adopsi aplikasi baca digital, sedangkan penelitian ini menekankan strategi difusi inovasi PROMIS dan dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM serta daya tarik investasi daerah. Perbedaan konteks sosial juga terlihat, di mana penelitian terdahulu bergerak di ranah literasi dan pendidikan, sementara

No	Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan sosialisasi tidak maksimal. Dengan demikian, tingkat adopsi iTangKab di masyarakat masih rendah meskipun inovasi ini dianggap bermanfaat dalam meningkatkan akses literasi.	penelitian ini lebih berorientasi pada bidang ekonomi dan investasi daerah.
3.	Ferry Agusman, Muhammad Yusuf, Gunadi Rusydi, Mulyadi, Dheo Rimbano, Anisa Triantara (2022) IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI DAERAH DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN EMPAT LAWANG. <i>Escaf</i> , 804-811. ESCAF 1st 2022	DPMPTSP Empat Lawang melakukan berbagai strategi dan inovasi untuk mendorong investasi, antara lain peningkatan kualitas perencanaan, iklim investasi, kerjasama, promosi, layanan, dan pengendalian investasi. Strategi promosi yang dilakukan berbasis pemanfaatan teknologi dan media sosial. Program terbaru yaitu Geliat UMKM dan Probis (Promosi Bisnis) yang ditayangkan melalui Instagram dan YouTube DPMPTSP, menampilkan promosi usaha/UMKM tanpa biaya. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan citra positif daerah dan menarik minat investor, meskipun dalam praktiknya masih	Penelitian ini tidak hanya menelaah implementasi kebijakan promosi, tetapi secara spesifik menggunakan perspektif difusi inovasi (Rogers) untuk menganalisis sejauh mana Program PROMIS (Promosi Investasi dan UMKM Unggulan) diterima, diadopsi, dan menyebar di kalangan UMKM maupun calon investor. Fokus skripsi ini lebih menekankan pada aspek penyebaran inovasi dan faktor-faktor yang memengaruhi difusi, bukan sekadar implementasi program. Penelitian di Empat Lawang menitikberatkan pada strategi promosi umum yang dilakukan pemerintah daerah untuk meningkatkan investasi dan mengangkat UMKM lokal, sementara skripsi ini secara khusus menyoroti gap

No	Nama & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
		menghadapi keterbatasan SDM dan tantangan dalam menjaga keberlanjutan promosi.	antara jumlah UMKM besar dengan terbatasnya konten promosi PROMIS, serta menilai efektivitas promosi digital dalam memperkuat daya saing UMKM unggulan.

2.2 Tinjauan Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru atau memperbaiki praktik lama untuk menghasilkan nilai tambah bagi individu, organisasi, maupun masyarakat (Crossan & Apaydin, 2017). Definisi ini menekankan bahwa inovasi tidak hanya sebatas menciptakan hal baru, tetapi juga memperbaiki sesuatu yang sudah ada agar lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan yang terus berkembang. Dengan demikian, inovasi mencakup aspek kreatif, implementatif, serta keberlanjutan nilai yang dihasilkan. Hal ini menandakan bahwa inovasi merupakan katalis utama bagi pertumbuhan dan adaptasi dalam berbagai bidang.

Menurut Baregheh et al., inovasi adalah *multi-stage process* yang mentransformasikan ide menjadi produk, proses, atau jasa baru yang dapat meningkatkan daya saing organisasi (Baregheh et al., 2016). Inovasi dalam pandangan ini dipahami sebagai tahapan yang sistematis, mulai dari penciptaan ide hingga implementasi nyata yang memberi manfaat bagi pengguna. Dengan adanya transformasi ide tersebut, organisasi memiliki peluang untuk memperkuat posisi dalam kompetisi global. Artinya, inovasi menjadi jembatan penting antara kreativitas dan keunggulan kompetitif.

OECD (2018) mendefinisikan inovasi sebagai pengenalan produk, proses, metode pemasaran, atau metode organisasi baru yang signifikan dalam praktik bisnis. Definisi ini memperluas cakupan inovasi tidak hanya dalam ranah produk, tetapi juga mencakup strategi manajerial dan metode kerja yang lebih efisien. Pendekatan

tersebut menekankan pentingnya pembaruan yang memiliki dampak nyata terhadap keberlanjutan usaha dan pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Tidd & Bessant (2020), inovasi terbagi menjadi empat kategori utama yang menggambarkan dimensi perubahan dalam organisasi yaitu:

1. inovasi produk, yaitu penciptaan barang atau jasa baru yang menawarkan nilai lebih kepada konsumen. Inovasi produk dapat diwujudkan dalam bentuk desain baru, peningkatan fitur, atau pengembangan teknologi yang lebih canggih. Dengan adanya inovasi produk, perusahaan mampu memperluas pasar sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. inovasi proses, yaitu perubahan cara menghasilkan atau menyampaikan produk dan jasa (Tidd & Bessant, 2020). Inovasi ini berfokus pada peningkatan efisiensi, kecepatan, serta kualitas produksi atau distribusi. Contohnya dapat dilihat dalam penerapan teknologi otomatisasi di lini produksi yang mengurangi biaya sekaligus meningkatkan output. Inovasi proses memungkinkan organisasi untuk tetap kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal.
3. inovasi posisi yang menekankan pada perubahan cara produk dipersepsikan oleh konsumen. Inovasi ini tidak selalu melibatkan penciptaan produk baru, melainkan reposisi atau strategi pemasaran yang membuat produk dipandang berbeda (Tidd & Bessant, 2020). Misalnya, produk lama dapat dipasarkan dengan citra baru yang lebih relevan dengan tren masyarakat. Dengan demikian, inovasi posisi berperan penting dalam memperkuat identitas merek dan menarik segmen pasar baru.
4. inovasi paradigma yang menyangkut perubahan kerangka berpikir organisasi. Tidd & Bessant (2020) menegaskan bahwa inovasi ini menggeser pola dasar dalam menjalankan bisnis, sehingga memunculkan model usaha baru. Contoh dari inovasi paradigma adalah peralihan dari bisnis konvensional ke platform digital yang mengubah cara organisasi berinteraksi dengan pelanggan. Inovasi paradigma bersifat mendasar karena mampu merombak logika yang selama ini menjadi landasan organisasi.

Mulgan & Albury (2019) menjelaskan bahwa inovasi dapat dibedakan berdasarkan level kedalaman dan dampak perubahan yang dihasilkan.

1. *incremental innovation*, yaitu perbaikan kecil yang dilakukan secara berkelanjutan pada produk, proses, maupun layanan. Inovasi ini cenderung bersifat evolutif karena fokusnya adalah meningkatkan efisiensi atau kualitas tanpa mengubah struktur dasar.
2. *radical innovation*, yakni perubahan signifikan yang menggeser cara kerja lama dan menciptakan terobosan baru. Inovasi radikal biasanya muncul dari pemikiran yang berbeda dari pola yang ada sebelumnya, sehingga menghasilkan dampak besar dalam waktu relatif cepat. Contohnya dapat dilihat dalam adopsi teknologi digital yang mengubah sistem komunikasi dan transaksi bisnis. Inovasi ini menuntut keberanian tinggi karena risikonya besar, tetapi potensi keunggulannya juga signifikan.
3. *systemic innovation*, yaitu inovasi yang mencakup perubahan menyeluruh dalam sistem sosial maupun ekonomi. Mulgan & Albury (2019) menegaskan bahwa inovasi jenis ini bukan hanya memengaruhi organisasi tertentu, tetapi juga mengubah jaringan, lembaga, dan aturan main dalam suatu ekosistem. Contohnya adalah penerapan energi terbarukan yang melibatkan transformasi kebijakan, infrastruktur, serta pola konsumsi masyarakat. Inovasi sistemik bersifat kompleks karena memerlukan kolaborasi lintas sektor untuk berhasil.

Keberhasilan inovasi sangat ditentukan oleh kepemimpinan yang mendukung perubahan serta budaya organisasi yang terbuka terhadap ide-ide baru (Zhang & Chen, 2016). Pemimpin yang visioner mampu menciptakan iklim kerja yang mendorong kreativitas dan toleransi terhadap risiko. Budaya organisasi yang adaptif memungkinkan setiap anggota merasa diberdayakan untuk berkontribusi dalam proses inovasi. Dengan demikian, kepemimpinan dan budaya menjadi fondasi utama terciptanya inovasi yang berkelanjutan. Selain kepemimpinan, faktor penting lainnya adalah kolaborasi lintas sektor yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan dan sumber daya (Klenner et al., 2020). Melalui kolaborasi, organisasi dapat memperluas jaringan inovasi serta mempercepat

implementasi ide. Keterlibatan berbagai aktor seperti pemerintah, akademisi, dan swasta memberikan perspektif yang lebih beragam dalam merancang solusi. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil tidak dapat berdiri sendiri, melainkan membutuhkan sinergi antar pihak.

Keterlibatan *stakeholder* juga menjadi aspek kunci dalam mendukung keberhasilan inovasi. Partisipasi aktif pemangku kepentingan memastikan bahwa inovasi yang dikembangkan relevan dengan kebutuhan dan permasalahan nyata (Klenner et al., 2020). Dengan melibatkan stakeholder sejak tahap perencanaan hingga evaluasi, risiko penolakan dapat diminimalisir. Pendekatan partisipatif ini juga memperkuat legitimasi inovasi di mata masyarakat atau pengguna akhir. Selain itu, adopsi teknologi digital berperan besar dalam mempercepat proses inovasi dan meningkatkan efektivitasnya. Teknologi digital memungkinkan efisiensi komunikasi, pengolahan data, hingga penciptaan model bisnis baru yang lebih adaptif (Klenner et al., 2020). Pemanfaatan teknologi juga membantu organisasi merespons perubahan lingkungan eksternal dengan lebih cepat.

Fagerberg (2018) menekankan bahwa tanpa inovasi, organisasi berisiko mengalami stagnasi dan kehilangan relevansi. Kondisi stagnan membuat organisasi tidak mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi maupun tuntutan masyarakat. Akibatnya, organisasi tersebut akan tertinggal dan sulit mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian, inovasi berfungsi sebagai mekanisme penyelamat dari ketertinggalan dan keterpurukan. Lebih jauh, inovasi juga diperlukan untuk menjawab tantangan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks. Perubahan iklim, urbanisasi, serta kebutuhan akan energi berkelanjutan menuntut solusi kreatif yang hanya bisa dihasilkan melalui inovasi (Fagerberg, 2018). Oleh sebab itu, inovasi bukan hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan sosial. Pandangan ini memperkuat urgensi inovasi sebagai sarana menciptakan perubahan yang lebih luas dan bermakna.

Ciri-Ciri Keberhasilan Inovasi (Birkinshaw et al., 2019)

1. Adopsi luas oleh pengguna/masyarakat

Inovasi berhasil apabila ide, produk, atau layanan baru tidak hanya tercipta, tetapi juga diterima serta digunakan secara berkelanjutan oleh target pengguna. Tingkat adopsi yang tinggi menunjukkan bahwa inovasi relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat.

2. Peningkatan efisiensi dan efektivitas

Inovasi seharusnya mampu mempercepat proses, menekan biaya, dan meningkatkan kualitas hasil. Efisiensi berarti penggunaan sumber daya lebih optimal, sedangkan efektivitas menunjukkan pencapaian tujuan secara lebih tepat.

3. Memberikan nilai social

Inovasi yang sukses mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, seperti peningkatan kesejahteraan, akses layanan, atau pemberdayaan komunitas. Nilai sosial ini memperkuat legitimasi inovasi karena dampaknya dirasakan luas, tidak hanya oleh organisasi.

4. Memberikan nilai ekonomi berkelanjutan

Inovasi membuka peluang pasar baru, meningkatkan profitabilitas, serta mendukung pertumbuhan jangka panjang. Nilai ekonomi ini menjamin inovasi tidak sekadar tren sesaat, melainkan berkontribusi pada keberlangsungan organisasi.

Birokrasi tradisional pada dasarnya identik dengan sistem yang kaku, hierarkis, serta berorientasi pada prosedur formal. Model ini sering kali dianggap lamban dalam merespons kebutuhan masyarakat yang dinamis. Namun, perkembangan zaman mendorong perubahan menuju *governance* adaptif yang lebih partisipatif dan responsif (De Vries et al., 2016). Pergeseran ini mengisyaratkan bahwa birokrasi tidak lagi dapat bergantung pada pola lama yang menekankan aturan semata. Transformasi tersebut menuntut birokrasi untuk menciptakan inovasi dalam setiap aspek pelayanan publik. Inovasi menjadi instrumen penting untuk menjawab tuntutan transparansi, kecepatan, dan akuntabilitas yang semakin besar dari masyarakat.

De Vries et al. (2016) menegaskan bahwa pelayanan publik yang inovatif tidak hanya memperbaiki efisiensi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Dengan kata lain, inovasi menjadi pilar utama dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang modern. Dalam konteks ini, peran birokrat juga mengalami pergeseran. Birokrat tidak lagi dipandang semata sebagai pelaksana regulasi, melainkan sebagai fasilitator, kolaborator, dan inovator. Mereka dituntut untuk berani mengambil inisiatif serta berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal ini membuka ruang kreativitas yang lebih luas dan memungkinkan masyarakat ikut terlibat dalam perumusan maupun pelaksanaan kebijakan publik. Implikasi dari perubahan gaya birokrasi ini sangat besar terhadap tata kelola pemerintahan secara keseluruhan. Pemerintahan yang lebih adaptif akan mampu berkolaborasi lintas sektor dan menyesuaikan diri dengan dinamika sosial, ekonomi, serta perkembangan teknologi. Dengan demikian, birokrasi yang inovatif bukan hanya memperkuat efektivitas pelayanan, tetapi juga meningkatkan legitimasi pemerintah di mata masyarakat.

Teori Difusi Inovasi sebagaimana dikemukakan oleh Everett M. Rogers (2003) menjelaskan bahwa penyebaran ide, praktik, maupun teknologi baru dalam suatu sistem sosial tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang kompleks. Inovasi dipahami sebagai gagasan, produk, atau metode baru yang dianggap lebih bermanfaat dan membawa keuntungan dibandingkan praktik sebelumnya. Pentingnya teori ini terletak pada kenyataan bahwa suatu inovasi tidak akan efektif apabila tidak diterima dan diadopsi secara luas oleh kelompok sasaran. Keberhasilan difusi sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial, kesiapan penerima, serta kualitas interaksi antara penyedia informasi dengan masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap nilai tambah sebuah inovasi juga memegang peran penting dalam menentukan kecepatan dan tingkat adopsinya. Dengan demikian, teori ini memberikan landasan konseptual yang kuat untuk memahami dinamika penerimaan kebijakan publik, teknologi baru, maupun program pembangunan daerah. Untuk melakukan penemuan yang akurat, peneliti menggunakan teori inovasi di sektor publik dari Everett M. Rogers (2003) yang menetapkan lima atribut inovasi, yaitu *Relative Advantages*, *Compatibility*, *Complexity*, *Trialability*, dan *Observability*.

1. *Relative Advantages* (Keunggulan Relatif) Rogers mendefinisikan Keunggulan relatif merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dipandang lebih baik dibandingkan dengan praktik, produk, atau layanan yang sudah ada sebelumnya. Menurut Rogers (2003), semakin tinggi keunggulan relatif yang dirasakan oleh pengadopsi, semakin besar kemungkinan inovasi tersebut diterima dan diadopsi. Keunggulan relatif dapat diukur dari berbagai aspek, seperti peningkatan efisiensi, penghematan biaya, peningkatan kualitas, kemudahan penggunaan, atau peningkatan status sosial bagi pengadopsi. Dalam konteks organisasi atau layanan publik, keunggulan relatif juga mencakup sejauh mana inovasi memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, meningkatkan kinerja institusi, atau memperkuat reputasi organisasi dibandingkan dengan metode lama.
2. *Compatibility* (Kesesuaian) Dalam beberapa penelitian mengenai difusi inovasi, keunggulan relatif dan kompatibilitas kadang dianggap serupa, namun secara konseptual keduanya berbeda. Rogers menjelaskan bahwa kompatibilitas merujuk pada sejauh mana suatu inovasi sesuai dan konsisten dengan nilai-nilai, norma, pengalaman, serta praktik yang telah diterapkan sebelumnya oleh individu atau organisasi. Inovasi yang kompatibel memudahkan pengadopsi potensial untuk menerimanya, karena tidak menimbulkan konflik dengan kebiasaan, keyakinan, atau sistem yang sudah ada. Selain itu, kompatibilitas juga berkaitan dengan kesesuaian inovasi terhadap kebutuhan, tujuan, dan kondisi pengadopsi, sehingga inovasi lebih relevan dan mudah diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari atau proses kerja organisasi. Semakin tinggi tingkat kompatibilitas inovasi, semakin kecil resistensi yang muncul dan semakin besar kemungkinan inovasi tersebut diadopsi secara cepat dan berkelanjutan.
3. *Complexity* (Kerumitan) Rogers mendefinisikan kompleksitas dengan menitikberatkan inovasi pada sisi kerumitan dalam hal sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit dipahami atau digunakan oleh pengadopsi potensial. Inovasi yang dianggap rumit cenderung menimbulkan hambatan dalam proses adopsi karena pengguna membutuhkan waktu, usaha, atau keterampilan tambahan untuk memahaminya. Aspek kompleksitas tidak

hanya terkait dengan teknologi atau prosedur inovasi itu sendiri, tetapi juga meliputi kemampuan pengadopsi, pengalaman sebelumnya, dan ketersediaan dukungan atau panduan yang memadai. Semakin sederhana, jelas, dan mudah digunakan suatu inovasi, semakin tinggi kemungkinan inovasi tersebut diterima dan diadopsi secara luas. Oleh karena itu, pengembang inovasi perlu memperhatikan desain, penyajian informasi, serta pelatihan atau sosialisasi agar inovasi dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh target pengguna. Inovasi yang kompleks tanpa dukungan yang memadai berpotensi menimbulkan resistensi, sementara inovasi yang mudah dipahami mempercepat penyebaran dan pemanfaatannya.

4. *Trialability* (Kemungkinan dicoba) Menurut Rogers, *trialability* (kemungkinan dicoba) merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dapat diuji atau dicoba secara terbatas sebelum diadopsi secara penuh oleh pengguna. Fitur ini penting karena memberikan kesempatan bagi pengadopsi potensial untuk mengevaluasi manfaat, memahami cara kerja, dan menyesuaikan inovasi dengan kebutuhan mereka tanpa risiko yang terlalu besar. Proses uji coba dapat dilakukan melalui prototipe, pilot project, demonstrasi, atau implementasi skala kecil, sehingga pengguna dapat memperoleh pengalaman langsung dengan inovasi tersebut. Semakin tinggi kemungkinan dicoba, semakin rendah hambatan psikologis atau resistensi terhadap inovasi, karena pengguna memiliki kesempatan untuk memastikan bahwa inovasi sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.
5. *Observability* (Kemudahan diamati) Rogers mendefinisikan observabilitas sebagai acuan dalam melihat kebermanfaatannya dalam proses pemberian pelayanan. Menurut Rogers, *Observability* atau kemudahan diamati merujuk pada sejauh mana hasil atau manfaat dari suatu inovasi dapat terlihat atau diamati secara jelas oleh orang lain. Inovasi yang mudah diamati cenderung lebih cepat diterima karena pengadopsi potensial dan pemangku kepentingan dapat langsung melihat dampak positifnya. Observabilitas mempermudah proses penyebaran informasi tentang inovasi, meningkatkan kepercayaan terhadap efektivitasnya, dan mendorong adopsi

secara sosial. Dalam konteks layanan publik, observabilitas dapat diwujudkan melalui indikator kinerja yang jelas, dokumentasi kegiatan, laporan hasil, atau testimoni langsung dari pengguna. Semakin nyata dan mudah diamati manfaat inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi tersebut diadopsi secara luas dan berkelanjutan, sekaligus memberikan dorongan bagi pengembangan inovasi lebih lanjut.

Dalam implementasi inovasi, faktor pendukung dan penghambat memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilannya. Menurut Everett M. Rogers (2003), beberapa faktor pendukung inovasi meliputi:

1. Dorongan politik, yang dapat menciptakan lingkungan yang mendukung untuk memperkenalkan inovasi,
2. Tekanan ekonomi dan peningkatan efisiensi, yang mendorong organisasi untuk mencari solusi inovatif untuk mengoptimalkan sumber daya.
3. Tekanan untuk meningkatkan layanan, yang mendorong organisasi untuk mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

Namun, di sisi lain, ada beberapa faktor yang dapat menjadi penghambat bagi inovasi pelayanan publik, seperti:

1. Budaya risk aversion, yaitu kecenderungan untuk menghindari risiko atau ketidaknyamanan terhadap perubahan, yang dapat menghambat adopsi inovasi.
2. Keengganan menutup program yang gagal, yang dapat menghambat organisasi untuk belajar dari kegagalan dan mencoba pendekatan baru.
3. Ketergantungan berlebihan pada high performer, yang dapat menghambat keterlibatan seluruh organisasi dalam proses inovasi.
4. Hambatan teknologi yang disebabkan oleh budaya dan struktur organisasi yang tidak mendukung, yang dapat memperlambat implementasi inovasi meskipun teknologi yang dibutuhkan sudah tersedia.

Tahapan adopsi inovasi menurut Rogers (2003) juga memperlihatkan dinamika yang tidak linier, melainkan melibatkan keputusan yang kompleks di tiap tahapannya. Proses dimulai dengan pengetahuan, ketika individu atau kelompok pertama kali mengenal keberadaan inovasi. Tahap persuasi terjadi ketika penerima membentuk sikap, baik positif maupun negatif, terhadap inovasi tersebut. Pada tahap keputusan, individu menentukan apakah inovasi akan diterima atau ditolak. Tahap implementasi menunjukkan bentuk nyata penerapan inovasi dalam praktik sehari-hari. Terakhir, tahap konfirmasi menegaskan keyakinan individu terhadap keputusan yang telah dibuat, dengan mencari dukungan tambahan dari pengalaman pribadi atau informasi eksternal. Pemahaman terhadap tahapan ini membantu perancang kebijakan maupun fasilitator program dalam menyusun strategi komunikasi yang adaptif sehingga inovasi dapat diterima secara lebih efektif. sebagaimana dalam Program PROMIS di Kabupaten OKU Timur. Pendekatan berbasis teori ini memastikan bahwa setiap program pembangunan tidak hanya inovatif, tetapi juga relevan, dapat diuji coba, mudah dipahami, serta memberikan dampak nyata yang dapat diamati oleh masyarakat luas.

2.3 Program PROMIS (Promosi Investasi)

Program promosi investasi (PROMIS) merupakan sebuah inovasi kebijakan daerah yang dirancang dan diluncurkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten OKU Timur sebagai respons terhadap kebutuhan akan strategi promosi daerah yang lebih efektif. Program ini mengintegrasikan dua tujuan besar, yaitu memperkenalkan potensi investasi daerah serta memperkuat posisi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal sebagai bagian dari identitas ekonomi daerah. Sebagai inovasi kebijakan, promosi investasi (PROMIS) menekankan pendekatan berbasis kolaborasi yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Dengan adanya program ini, pemerintah daerah berupaya menampilkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bukan sekadar unit usaha kecil, melainkan sebagai representasi daya saing ekonomi lokal. PROMIS juga menjadi sarana bagi investor untuk mengenal lebih dekat kekayaan potensi ekonomi OKU Timur melalui pendekatan yang terstruktur dan terintegrasi. Inisiatif tersebut menjadikan Program promosi investasi (PROMIS) sebagai model

inovasi daerah yang menggabungkan aspek promosi ekonomi dengan pemberdayaan masyarakat.

Program promosi investasi (PROMIS) pertama kali diluncurkan pada tahun 2022 sebagai upaya sistematis pemerintah daerah dalam memperkenalkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan dan sektor potensial melalui pendekatan promosi digital yang inovatif, sehingga mampu memperluas jangkauan promosi dan memperkuat daya tarik investasi daerah. Seiring perkembangannya, Program Promosi Investasi (PROMIS) yang dijalankan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten OKU Timur berhasil meraih peringkat pertama dalam Inovasi Daerah tahun 2024. Promosi investasi (PROMIS) digagas sebagai sebuah inovasi strategis yang bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengenalan potensi-potensi investasi yang ada di daerah.

Dengan program ini, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur berusaha menarik investor dengan cara memperlihatkan keunggulan-keunggulan wilayahnya, mempermudah proses promosi, dan menyusun strategi untuk mempercepat masuknya modal ke sektor-sektor yang berpotensi tinggi, program ini memiliki potensi ganda yaitu menarik minat investor sekaligus memperkuat daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal yang menandai perubahan paradigma dalam promosi investasi yang lebih inklusif dan berorientasi pada pembangunan daerah. promosi investasi (PROMIS) dapat dipandang sebagai bentuk nyata inovasi kebijakan yang menempatkan UMKM sebagai aktor penting dalam ekosistem investasi.

Tujuan utama dari program promosi investasi (PROMIS) adalah memperkuat *branding* usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan sekaligus menciptakan ekosistem investasi yang lebih kondusif di tingkat daerah. Melalui *branding*, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal dapat menampilkan identitas, keunggulan, dan diferensiasi produk yang membedakan mereka dari kompetitor di pasar regional maupun nasional. Promosi investasi difokuskan pada upaya menarik minat investor dengan menonjolkan sektor-sektor potensial yang dimiliki daerah. Strategi ini tidak hanya menciptakan peluang pasar yang lebih luas

bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tetapi juga mendorong sinergi dengan dunia usaha yang lebih besar.

Program Promosi Investasi (PROMIS) merupakan inovasi strategis yang dirancang oleh DPMPTSP Kabupaten OKU Timur untuk memperkuat daya saing daerah melalui promosi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal unggulan. Berbeda dengan pendekatan konvensional seperti pameran tatap muka, PROMIS memanfaatkan media digital, khususnya *platform YouTube*, guna menyajikan konten informatif yang menjangkau khalayak lebih luas. Skema program ini memungkinkan partisipasi langsung dari pelaku UMKM, di mana mereka dapat mengakses website resmi DPMPTSP, memilih layanan promosi investasi (PROMIS), serta mendaftarkan informasi usaha yang dimiliki. Selanjutnya, petugas DPMPTSP akan melakukan penjadwalan dan kunjungan lapangan untuk memproduksi konten promosi yang representatif mengenai kegiatan usaha tersebut. Dengan demikian, PROMIS tidak hanya menjadi sarana promosi investasi, melainkan juga media untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal di ranah digital, sekaligus membuka peluang lebih besar bagi pengembangan pasar dan ekosistem investasi daerah.



dpmptsp OKUTIMUR

PROMOSI INVESTASI (PROMIS)

Ingin usaha anda kami promosikan seperti pada video diatas ? silahkan isi formulir terlebih dahulu dan akan kami segera hubungi untuk kepastian jadwal pembuatan video.

Nama

Email

Whatsapp

Nomor Induk Berusaha

NIB

Jenis Usaha

Usaha

Alamat

Alamat

Kirim

Copyright © 2025 | Powered by PT. Semesta Abadi Sinerai - Pembuatan Website (0857-6934-4852)

Gambar 3. Tampilan Pendaftaran PROMIS melalui website DPMPTSP OKU Timur

Sumber: Website DPMPTSP OKU Timur

Program promosi investasi (PROMIS) dapat dipandang sebagai wujud integrasi kebijakan yang menghubungkan antara strategi promosi daerah dengan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Melalui integrasi ini, potensi daerah yang sebelumnya terfragmentasi dapat disajikan dalam format promosi yang lebih terpadu dan mudah diakses oleh investor. Paradigma baru administrasi publik menekankan inovasi, efisiensi, dan kolaborasi lintas sektor, sehingga integrasi ini memberikan nilai tambah bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena mereka tidak hanya berperan sebagai objek pembangunan, tetapi juga sebagai subjek utama dalam promosi ekonomi daerah. Kebijakan yang terintegrasi memastikan orientasi pembangunan tidak hanya pada peningkatan investasi, tetapi juga penciptaan keadilan ekonomi bagi pelaku usaha kecil. promosi investasi (PROMIS) menjadi contoh konkret bagaimana inovasi daerah dapat menjawab kebutuhan ganda: memperkuat perekonomian lokal sekaligus meningkatkan daya tarik investasi bagi pihak eksternal.

2.4 Promosi Investasi Daerah

Promosi investasi daerah merupakan strategi penting yang digunakan pemerintah daerah untuk menarik minat investor, baik domestik maupun asing. Promosi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra daerah yang kompetitif, kredibel, dan ramah investasi.

Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, investasi yang masuk dapat memperluas basis produksi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Strategi promosi perlu dirancang dengan pendekatan yang terarah, memadukan aspek regulasi, komunikasi, dan *branding* daerah. Pemerintah daerah dituntut menghadirkan promosi yang adaptif terhadap dinamika pasar global, termasuk tren keberlanjutan dan ekonomi hijau. Promosi investasi tidak sekadar memasarkan potensi, melainkan juga mencerminkan kesiapan daerah dalam menyambut investor.

Pendekatan promosi investasi berbasis potensi lokal menjadi kunci dalam menampilkan keunggulan kompetitif suatu daerah. Di Kabupaten OKU Timur, sektor agribisnis, industri kreatif, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)

unggulan merupakan potensi utama yang dapat dijadikan daya tarik investasi. Agribisnis yang kuat mampu menunjukkan ketersediaan sumber daya alam dan rantai produksi yang berkelanjutan. Industri kreatif dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan menampilkan sisi inovatif dan keunikan lokal yang bernilai jual tinggi, baik untuk pasar domestik maupun internasional. Dengan menonjolkan potensi tersebut, promosi investasi daerah dapat menghadirkan narasi yang lebih autentik dan membedakan diri dari daerah lain. Strategi ini memastikan investasi yang masuk memiliki relevansi dengan kebutuhan masyarakat lokal, sehingga dampaknya lebih inklusif dan berkelanjutan.

Studi *best practices* dari berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri menunjukkan pentingnya integrasi regulasi, insentif, dan promosi digital dalam menarik investor. Prasetyo (2020) menegaskan bahwa keberhasilan promosi investasi seringkali ditentukan oleh sejauh mana regulasi daerah mempermudah perizinan, menyediakan insentif fiskal, serta menjamin kepastian hukum. Pemanfaatan teknologi digital menjadi instrumen penting karena mampu menjangkau investor secara luas, cepat, dan efisien. Promosi digital memungkinkan pemerintah daerah menampilkan profil proyek investasi, potensi sektor unggulan, serta kisah sukses UMKM lokal dalam format yang interaktif. Integrasi regulasi, insentif, dan teknologi promosi ini menciptakan ekosistem yang lebih menarik bagi investor dan meningkatkan daya saing daerah. Kabupaten OKU Timur melalui program seperti PROMIS dapat memanfaatkan strategi ini sebagai model inovasi dalam memasarkan potensi daerah.

2.5 Peran UMKM Unggulan dalam Pembangunan Ekonomi Daerah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki posisi strategis sebagai pilar utama perekonomian lokal sekaligus penyerap tenaga kerja terbesar. Kurniadi dan Sudarmiati (2024) menegaskan bahwa UMKM bukan hanya berperan dalam menggerakkan sektor riil, tetapi juga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung. Di banyak daerah, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi yang mampu bertahan di tengah krisis, termasuk saat terjadi gejolak ekonomi global. Peran ini semakin penting mengingat UMKM biasanya memiliki keterkaitan yang erat

dengan potensi lokal, baik berupa sumber daya alam maupun budaya. Dengan memanfaatkan potensi lokal tersebut, UMKM unggulan dapat menciptakan produk yang unik dan memiliki daya saing di pasar. Keberadaan UMKM juga membantu mengurangi ketergantungan masyarakat pada sektor formal yang terbatas. Pemberdayaan UMKM unggulan karenanya harus menjadi prioritas dalam kebijakan pembangunan ekonomi daerah.

Peran pemerintah daerah sangat krusial sebagai fasilitator promosi sekaligus pelindung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Harsono dan Rinanda (2025) menekankan bahwa pemerintah daerah memiliki tanggung jawab menciptakan regulasi yang mendukung pertumbuhan UMKM serta memberikan insentif yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha. Dukungan dapat diwujudkan dalam bentuk kemudahan perizinan, penyediaan akses pembiayaan, promosi produk melalui *event* daerah, hingga fasilitasi *digitalisasi* usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemerintah juga berperan melindungi UMKM dari persaingan yang tidak sehat, misalnya dengan mendorong kebijakan afirmatif untuk produk lokal. Kolaborasi pemerintah daerah dengan sektor swasta, lembaga keuangan, dan perguruan tinggi menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan adanya peran aktif pemerintah, UMKM unggulan dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi daerah yang berdaya saing tinggi.

2.6 Hubungan Difusi Inovasi, PROMIS, dan Penguatan Ekonomi Daerah

Difusi inovasi menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana informasi mengenai Program PROMIS dapat tersebar dan diterima oleh berbagai pemangku kepentingan. Rogers (2003) menjelaskan bahwa proses difusi melibatkan inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial yang berinteraksi dalam membentuk pola penerimaan masyarakat. Dalam konteks PROMIS, inovasi berupa strategi promosi investasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan harus disosialisasikan melalui mekanisme komunikasi yang tepat agar dapat diterima secara luas. Proses ini melibatkan pemerintah daerah, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), investor, serta masyarakat sebagai bagian dari sistem sosial yang saling memengaruhi. Efektivitas promosi investasi (PROMIS) sangat

ditentukan oleh sejauh mana pesan kebijakan mampu membangun persepsi positif dan kepercayaan *stakeholder*. Difusi inovasi tidak hanya menjelaskan dinamika penyebaran informasi, tetapi juga membantu memahami strategi komunikasi yang relevan bagi keberhasilan implementasi PROMIS.

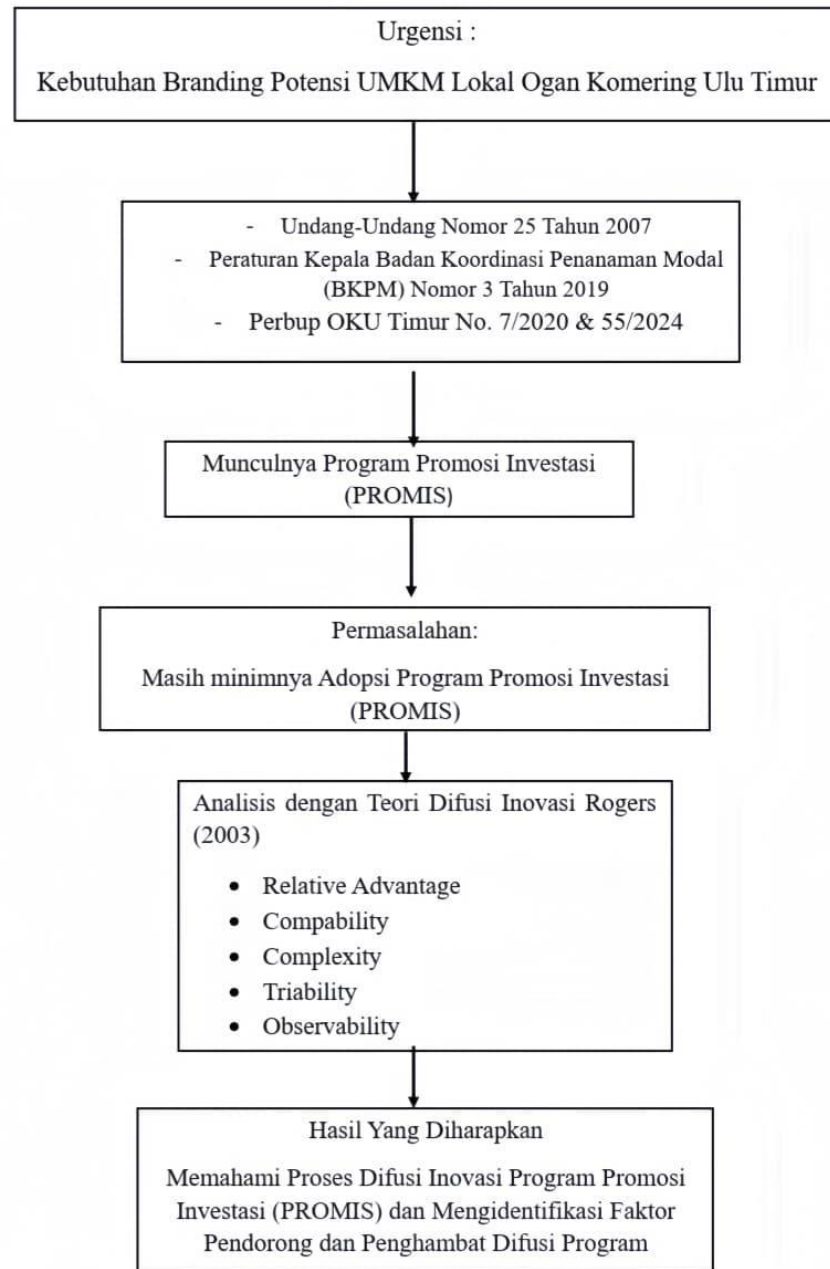
Pemanfaatan saluran komunikasi menjadi faktor penentu dalam memperluas jangkauan difusi PROMIS di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Utami et al. (2025) menegaskan bahwa penggunaan media digital, seperti *website* resmi, media sosial, dan aplikasi layanan perizinan daring, mampu mempercepat arus informasi kepada target audiens. Penyelenggaraan *event* pameran, *forum bisnis*, dan *expo* UMKM juga berfungsi sebagai media tatap muka yang memperkuat jejaring dan kepercayaan antar-*stakeholder*. Kombinasi antara komunikasi digital dan kegiatan tatap muka memberikan peluang yang lebih luas bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan untuk memperkenalkan produk dan bagi pemerintah daerah untuk menampilkan potensi investasi. Strategi komunikasi yang terintegrasi memungkinkan informasi mengenai promosi investasi (PROMIS) menjangkau lebih banyak investor potensial sekaligus memperkuat citra daerah. Saluran komunikasi dengan demikian memiliki peran vital dalam mempercepat proses adopsi inovasi kebijakan publik.

PROMIS diharapkan tidak hanya menjadi instrumen promosi, tetapi juga motor penggerak penguatan ekonomi daerah melalui peningkatan investasi dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan. Keberhasilan program ini akan menciptakan iklim investasi yang lebih kondusif, di mana regulasi, insentif, dan informasi saling melengkapi dalam menarik minat investor. Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), promosi investasi (PROMIS) memberikan peluang untuk naik kelas melalui peningkatan *branding*, akses pasar, dan integrasi ke dalam rantai nilai yang lebih luas. Dampak lebih jauh adalah terciptanya pertumbuhan ekonomi yang inklusif, di mana masyarakat lokal ikut merasakan manfaat dari masuknya investasi. Hubungan antara difusi inovasi, promosi investasi (PROMIS), dan penguatan ekonomi daerah bersifat sinergis dan saling menguatkan. Apabila dikelola dengan baik, sinergi ini dapat menjadikan Kabupaten OKU Timur sebagai model inovasi daerah dalam promosi investasi dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tingkat nasional.

2.7 Kerangka Pikir

Penelitian ini secara khusus difokuskan pada analisis Program promosi investasi (PROMIS) sebagai wujud inovasi kebijakan daerah yang tidak hanya bertujuan mempercepat perizinan, melainkan lebih jauh untuk memperkuat promosi investasi dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) unggulan. Maksud utama penelitian adalah memahami bagaimana proses difusi inovasi berlangsung dalam implementasi promosi investasi (PROMIS), sejauh mana program ini mampu diterima dan diadopsi oleh pelaku UMKM, serta dampaknya terhadap peningkatan daya tarik investasi di Kabupaten OKU Timur. Dengan fokus tersebut, penelitian ini menempatkan PROMIS sebagai instrumen strategis dalam menghubungkan kebutuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan peluang investasi, yang selanjutnya digambarkan dalam kerangka pikir penelitian berikut.

Gambar 4. Kerangka Pikir



Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian deskriptif kualitatif tidak berupaya menguji hipotesis, melainkan menjelaskan kondisi nyata berdasarkan data yang ditemukan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan proses difusi inovasi Program PROMIS dalam konteks pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal di Kabupaten OKU Timur sesuai dengan realitas empiris yang dialami para pelaku dan pengelola program.

Menurut Creswell (2023), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap penting oleh individu maupun kelompok terhadap suatu masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian ini ditandai oleh munculnya pertanyaan-pertanyaan terbuka, prosedur yang berkembang secara alamiah di lapangan, serta keterlibatan peneliti secara langsung dalam konteks yang diteliti. Data biasanya dikumpulkan di lingkungan alami (natural setting), berupa kata-kata, narasi, dokumen, atau gambar, yang kemudian dianalisis secara induktif dari informasi khusus menuju tema-tema umum. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi), analisis data bersifat induktif, serta hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Dari definisi Creswell (2023) dan Sugiyono (2023), dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang berfokus pada upaya memahami makna yang terkandung di balik fenomena sosial maupun kemanusiaan dengan menekankan konteks alamiah objek penelitian. Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, narasi, dokumen, atau gambar, serta dianalisis secara induktif untuk menemukan tema-tema umum. Kedua tokoh tersebut juga menekankan bahwa peran peneliti sangatlah sentral, karena peneliti bukan hanya sebagai pengumpul data, tetapi juga sebagai instrumen kunci yang terlibat langsung dalam proses penelitian, mulai dari merumuskan pertanyaan terbuka, berinteraksi dengan informan, mengamati secara mendalam, hingga menafsirkan makna dari data yang diperoleh. Keberhasilan penelitian kualitatif sangat ditentukan oleh sensitivitas, keterampilan, dan kemampuan reflektif peneliti dalam memahami realitas yang diteliti.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk melihat berjalannya proses difusi inovasi Program PROMIS (Promosi Investasi dan UMKM Unggulan) dengan menggunakan unsur-unsur yang terkandung dalam teori difusi inovasi Everett M. Rogers, yaitu:

- a. *Relative Advantage* (Keunggulan Relatif), yakni sejauh mana Program promosi investasi (PROMIS) memberikan manfaat dan nilai tambah bagi promosi investasi serta pengembangan UMKM unggulan di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.
- b. *Compatibility* (Kesesuaian), yaitu tingkat kesesuaian Program promosi investasi (PROMIS) dengan kebutuhan, nilai, serta kondisi sosial-ekonomi masyarakat dan pemangku kepentingan di daerah.
- c. *Complexity* (Kerumitan), yaitu sejauh mana Program Promosi Investasi (PROMIS) mudah atau sulit dipahami serta diimplementasikan oleh pengguna maupun pihak terkait.
- d. *Trialability* (Kemungkinan Dicoba), yaitu kesempatan bagi pemangku kepentingan untuk mencoba atau menguji penerapan Program Promosi Investasi (PROMIS) sebelum mengadopsinya secara penuh.

e. *Observability* (Kemudahan Diamati), yakni sejauh mana hasil dan dampak Program promosi investasi (PROMIS) dapat terlihat serta diamati oleh masyarakat maupun pihak terkait lainnya.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, yaitu instansi pemerintah daerah yang memiliki kewenangan sekaligus tanggung jawab dalam mengoordinasikan dan melaksanakan Program promosi investasi (PROMIS).

3.3 Informan penelitian

Sugiyono (2023) menekankan bahwa pemilihan informan dilakukan dengan purposive sampling, yaitu teknik penentuan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- Terlibat secara langsung dalam pelaksanaan Program promosi investasi (PROMIS).
- Memiliki pengalaman atau pengetahuan terkait pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal.
- Bersedia memberikan informasi yang relevan, lengkap, dan dapat dipercaya.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2023) membedakan data dalam penelitian menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), hasil observasi kegiatan promosi investasi (PROMIS), serta dokumentasi lapangan.

- Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung, misalnya dokumen resmi, arsip, laporan instansi, buku, jurnal, artikel, berita, maupun literatur lain yang relevan dengan penelitian.

Sumber data dalam penelitian kualitatif disebut informan penelitian, informan penelitian terdiri atas:

- Informan utama: pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten OKU Timur yang secara langsung terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi Program promosi investasi (PROMIS).
- Informan pendukung: pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal yang menjadi mitra atau penerima manfaat dari Program promosi investasi (PROMIS), serta pihak lain yang dianggap mengetahui dinamika program.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2023), pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa teknik utama, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini saling melengkapi sehingga dapat menghasilkan data yang lebih komprehensif dan valid.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati aktivitas pelaksanaan Program promosi investasi (PROMIS), termasuk interaksi antara pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dengan para pelaku UMKM, pola komunikasi yang terjalin, serta dinamika sosial yang terjadi dalam konteks implementasi program. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam aktivitas yang diamati sehingga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, maupun secara non-partisipatif, di mana peneliti hanya berperan sebagai pengamat tanpa ikut serta dalam aktivitas yang sedang berlangsung. Teknik observasi ini penting karena memungkinkan peneliti menangkap fenomena yang mungkin tidak diungkapkan

secara verbal oleh informan dalam wawancara, seperti ekspresi non-verbal, kebiasaan, maupun pola interaksi sehari-hari.

Peneliti melakukan observasi lapangan secara langsung pada 14 November, bertepatan dengan kegiatan pengambilan konten untuk PROMIS yang dilakukan oleh tim DPMPTSP bersama beberapa pelaku UMKM. Pada kesempatan tersebut, peneliti mengamati secara rinci tahapan proses produksi konten, mulai dari penataan produk, pengarahan teknis oleh tim media, hingga interaksi antara petugas dan pelaku usaha selama proses berlangsung. Selain itu, peneliti melakukan observasi tambahan di minimarket UB Mart untuk melihat ketersediaan stok produk UMKM yang telah dipromosikan melalui program PROMIS. Observasi ini memberikan pemahaman langsung mengenai bagaimana produk UMKM ditampilkan, diakses oleh konsumen, serta sejauh mana distribusi dan penyerapan produk terjadi di tingkat retail.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Tujuannya adalah untuk menggali informasi yang lebih kaya dan mendetail mengenai pengalaman, pandangan, motivasi, serta kendala yang dihadapi informan terkait Program promosi investasi (PROMIS). Teknik ini memberikan keleluasaan bagi informan untuk menyampaikan pendapat dan perasaan mereka tanpa batasan yang kaku, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang autentik dan sesuai dengan konteks yang sebenarnya. Menurut Creswell (2014), jumlah informan dalam penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan biasanya relatif kecil, karena tujuan penelitian ini bukan untuk menghasilkan generalisasi statistik, melainkan untuk memahami makna subjektif dan konteks fenomena secara mendalam. Creswell merekomendasikan bahwa jumlah informan ideal berkisar antara 3 hingga 25 orang, tergantung kompleksitas topik dan kedalaman data yang dibutuhkan.

Penelitian ini melibatkan enam narasumber yang dipilih secara purposive berdasarkan pertimbangan penguasaan terhadap situasi sosial dan substansi Program Promosi Investasi yang diteliti, peneliti melakukan wawancara secara tatap muka dengan enam narasumber kunci mulai dari tanggal 13 hingga 21

november. Pemilihan jumlah narasumber tidak didasarkan pada banyaknya sampel, melainkan pada prinsip kejenuhan data (data saturation), yaitu kondisi ketika penambahan informan tidak lagi menghasilkan informasi baru. Tiga narasumber dari unsur pemerintah yang memiliki peran strategis dalam perencanaan dan pelaksanaan promosi penanaman modal serta tiga narasumber dari unsur pelaku usaha yang merasakan langsung dampak program dipandang telah mampu memberikan informasi yang komprehensif dan saling melengkapi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa data yang diperoleh dari keenam narasumber tersebut cenderung berulang, konsisten, dan saling menguatkan, tanpa muncul variasi temuan yang signifikan. Oleh karena itu, peneliti menghentikan penambahan narasumber karena data telah mencapai titik jenuh, sehingga fokus penelitian diarahkan pada ketuntasan dan kedalaman informasi, bukan pada jumlah sumber data.

Tabel 2. Daftar Informan Penelitian

Nama informan	Jabatan
1. Herlimansyah S.E	Kepala Bidang Perencanaan Pengembangan Iklim Dan Promosi Penanaman Modal
2. Abdul Jabar S.	Analisis Investasi dan promo dana usaha DPMPTSP Oku Timur
3. Liani Anggraini, S.E.,M.M	Seksi Promosi Penanaman Modal
4. Utiyana	Pemilik Usaha Keripik Pisang Madu Yan's Food
5. Noni Diana	Pemilik Usaha "BERDERUP CUP" Keripik Sukun Dan terong
6. Muhammad Nuril	Pemilik usaha Maju Indah Bakery

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai bentuk dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dalam konteks ini, dokumentasi meliputi catatan resmi, arsip internal usaha mikro, kecil, dan menengah (DPMPTSP) , laporan kegiatan, data statistik, foto, video, maupun publikasi yang relevan dengan pelaksanaan Program promosi investasi (PROMIS). Keberadaan

dokumen ini berfungsi sebagai data sekunder yang memperkuat hasil dari observasi dan wawancara. Melalui dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi yang bersifat historis maupun administratif, seperti jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sudah difasilitasi, konten promosi yang dihasilkan, serta kebijakan pemerintah daerah yang mendasari program. Dengan demikian, teknik dokumentasi tidak hanya melengkapi data primer, tetapi juga memberikan keabsahan dan akurasi terhadap temuan penelitian.

Tabel 3 Daftar Dokumen:

Nama Dokumen	Kegunaan dalam Penelitian
1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal	Menjadi dasar hukum nasional dalam pelaksanaan penanaman modal dan promosi investasi
2. Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 3 Tahun 2019	Menjadi pedoman teknis dalam pelaksanaan promosi penanaman modal, termasuk pemanfaatan media promosi.
3. Peraturan Bupati Ogan Komering Ulu Timur Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Umum Penanaman Modal Tahun 2019–2025	Memberikan arah kebijakan penanaman modal daerah.
4. Peraturan Bupati Ogan Komering Ulu Timur Nomor 55 Tahun 2024 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja DPMPTSP	Menjadi dasar kelembagaan dan kewenangan DPMPTSP dalam melaksanakan Program PROMIS.
5. Rencana Strategis (Renstra) DPMPTSP Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2021–2026	Menjadi acuan perencanaan dan arah strategis pelaksanaan program promosi investasi.
6. Dokumen arsip daftar UMKM yang bermitra dengan DPMPTSP Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur	Digunakan untuk mengetahui jumlah, karakteristik, dan partisipasi UMKM dalam Program PROMIS.
7. Dokumentasi foto kegiatan Program Promosi Investasi (PROMIS)	Digunakan sebagai data pendukung observasi dan bukti pelaksanaan program di lapangan.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014:31-33), dalam analisis data kualitatif terdapat tiga tahap kegiatan yang berlangsung secara bersamaan. Kegiatan tersebut meliputi:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*) dalam tahap Kondensasi Data, peneliti melakukan seleksi, penyederhanaan, abstraksi, dan/atau transformasi data yang berasal dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi empiris lainnya. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan representasi yang lebih ringkas namun tetap mencakup informasi penting dari keseluruhan data yang terkumpul. Peneliti melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara yang telah dilakukan, memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian. Melalui wawancara, informasi yang diperoleh dapat disesuaikan dengan topik yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang subjek penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*) Penyajian data merupakan proses pengorganisasian dan penyatuan informasi yang memungkinkan untuk penyimpulan dan tindakan lebih lanjut. Hal ini membantu dalam pemahaman tentang situasi yang terjadi dan memungkinkan untuk melakukan analisis lebih mendalam atau mengambil tindakan berdasarkan pemahaman tersebut. Tahap penyajian data melibatkan presentasi kembali informasi yang telah terkumpul, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan digunakan sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan. Dalam langkah ini, peneliti menyajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara yang telah dilakukan, memastikan bahwa informasi tersebut tersaji dengan jelas dan relevan untuk proses analisis dan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing*) analisis kualitatif mencakup proses menemukan makna, menangkap pola-pola, mengidentifikasi keteraturan, dan mengembangkan proposisi dari data yang terkumpul. Kesimpulan akhir biasanya dibuat setelah proses pengumpulan data selesai, tergantung pada volume dan kompleksitas data serta keterampilan peneliti dalam menganalisisnya. Tahap penarikan kesimpulan melibatkan proses menafsirkan hasil wawancara dan data

yang telah dikumpulkan sehingga dapat memberikan jawaban atau pemahaman yang memadai terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, Sugiyono (2023) menyarankan penggunaan beberapa uji validitas data kualitatif, yaitu:

- *Credibility* (validitas internal): dilakukan melalui triangulasi (sumber, teknik, dan waktu), perpanjangan pengamatan, serta konfirmasi hasil penelitian dengan informan (*member checking*). *Credibility* (validitas internal) dijaga melalui penerapan triangulasi yang mencakup triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari pejabat pemerintah daerah, pelaku UMKM unggulan, serta masyarakat penerima manfaat; triangulasi teknik melalui kombinasi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi; serta triangulasi waktu dengan pengumpulan data pada momen yang berbeda. Selain itu, perpanjangan pengamatan dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang utuh terhadap dinamika implementasi PROMIS. Hasil penelitian juga dikonfirmasi kembali kepada informan (*member checking*) agar sesuai dengan pengalaman nyata di lapangan, sehingga mengurangi potensi bias interpretasi peneliti.

- *Transferability* (validitas eksternal): dicapai dengan memberikan deskripsi yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipahami sehingga hasil penelitian dapat diterapkan pada situasi lain yang relevan. *Transferability* (validitas eksternal) dicapai dengan menyajikan deskripsi penelitian secara rinci, jelas, dan sistematis, meliputi latar belakang sosial, ekonomi, serta kebijakan daerah yang mendasari pelaksanaan PROMIS. Penjelasan kontekstual yang komprehensif memungkinkan hasil penelitian ini untuk dijadikan rujukan pada daerah lain yang memiliki karakteristik serupa, sehingga relevansinya tidak terbatas pada Kabupaten OKU Timur saja.

- *Dependability* (reliabilitas): diuji dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian mulai dari perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis., *dependability* (reliabilitas) dijamin dengan menyusun dokumentasi yang lengkap mengenai seluruh tahapan penelitian, mulai dari penyusunan proposal, proses pengumpulan data, hingga teknik analisis yang digunakan. Setiap langkah penelitian dicatat secara rinci, sehingga apabila dilakukan audit oleh pembimbing atau pihak lain, proses penelitian dapat dipertanggungjawabkan.
- *Confirmability* (objektivitas) menguji apakah hasil penelitian benar-benar didasarkan pada data yang diperoleh di lapangan, bukan semata pandangan atau bias peneliti. *confirmability* (objektivitas) dijamin dengan memastikan bahwa hasil penelitian sepenuhnya berlandaskan pada data lapangan, bukan sekadar asumsi atau subjektivitas peneliti.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Difusi Inovasi Program PROMIS dalam Pengenalan UMKM Unggulan Daerah

Program PROMIS telah berjalan sejak tahun 2022, PROMIS merupakan inovasi yang relevan dan bermanfaat, tetapi proses difusinya belum optimal karena masih terbatas pada kelompok awal pengadopsi. Program ini baru diadopsi oleh sebagian kecil UMKM yang memiliki kesiapan, keberanian mencoba, dan keterbukaan terhadap promosi digital.

Dari indikator keunggulan relatif, PROMIS terbukti memberikan manfaat nyata bagi UMKM yang terlibat, terutama dalam meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan promosi, serta membangun citra produk yang lebih profesional. Manfaat ini dirasakan secara langsung oleh UMKM peserta, sehingga secara substansial program ini mampu menjawab kebutuhan promosi yang sebelumnya sulit diakses secara mandiri.

Dari sisi kesesuaian, PROMIS selaras dengan kebutuhan UMKM terhadap promosi digital dan sejalan dengan kebijakan DPMPTSP dalam memperkuat promosi investasi daerah.

Pada indikator kerumitan, pelaksanaan PROMIS relatif mudah dipahami karena adanya pendampingan dan komunikasi yang intensif dari pihak DPMPTSP. Hambatan tidak terletak pada desain program, melainkan pada perbedaan kapasitas awal UMKM dalam memahami teknologi dan konsep promosi berbasis konten digital.

Pada indikator kemungkinan dicoba, PROMIS telah menyediakan ruang adaptasi melalui sosialisasi, briefing, dan tahapan persiapan sebelum pembuatan konten. Namun, kesempatan mencoba ini masih terbatas pada UMKM mitra binaan, sehingga tidak memberikan pengalaman langsung bagi UMKM lain yang belum terlibat.

Dilihat dari sisi kemudahan diamati, hasil PROMIS telah terlihat melalui tayangan video promosi dan peningkatan eksposur produk UMKM peserta. Akan tetapi, dampak tersebut belum dikomunikasikan secara luas, sehingga belum cukup kuat mendorong UMKM lain untuk ikut mengadopsi program.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Difusi Inovasi Program PROMIS

Faktor pendukung utama difusi inovasi PROMIS adalah komitmen kelembagaan DPMPTSP, dukungan kebijakan daerah, serta peran aktif aparatur dalam mendampingi UMKM. Dukungan ini menjadikan PROMIS berjalan secara konsisten dan memiliki legitimasi sebagai program inovasi daerah.

Sebaliknya, faktor penghambat difusi inovasi PROMIS meliputi keterbatasan jangkauan program, rendahnya literasi digital sebagian besar UMKM, keterbatasan sumber daya pendukung, serta belum optimalnya strategi komunikasi untuk menjangkau UMKM di luar mitra binaan.

PROMIS telah berhasil sebagai inovasi substantif, namun belum optimal sebagai inovasi yang menyebar luas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi program dan realisasi dampaknya. PROMIS dapat dipandang sebagai inovasi yang efektif secara kualitas, tetapi masih lemah secara kuantitas adopsi. Temuan ini menegaskan bahwa tantangan utama bukan pada relevansi program, melainkan pada strategi difusi yang belum mampu menjangkau kelompok UMKM yang lebih luas. Inovasi kebijakan di tingkat daerah memerlukan pendekatan berkelanjutan, tidak hanya dalam pelaksanaan, tetapi juga dalam memperluas penerimaan dan partisipasi sasaran agar tujuan pembangunan ekonomi daerah dapat tercapai secara inklusif.

5.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Untuk Pemerintah Daerah Khususnya Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Oku Timur

1. DPMPTSP disarankan untuk terus memperkuat kapasitas internal, baik dari segi jumlah tenaga kerja maupun kemampuan teknis tim dalam pembuatan konten, pendampingan UMKM, serta monitoring dan evaluasi hasil promosi.
2. Strategi komunikasi multi-kanal yang sudah ada dapat diperluas dengan memanfaatkan platform digital tambahan, media lokal, maupun melalui kolaborasi dengan komunitas atau influencer yang relevan. program dapat memperoleh partisipasi yang lebih luas.
3. Pendataan UMKM secara proaktif atau “jemput bola” juga sangat disarankan, agar program dapat menyentuh pelaku usaha yang sama sekali belum mengetahui PROMIS.

Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pendalaman Analisis Faktor Persepsi dan Keputusan Adopsi UMKM
Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa keterbatasan difusi PROMIS tidak sepenuhnya disebabkan oleh desain program, melainkan oleh perbedaan persepsi dan cara UMKM memaknai promosi digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk secara khusus mengkaji proses pembentukan persepsi, pertimbangan rasional, serta faktor psikososial yang memengaruhi keputusan UMKM dalam menerima atau menolak inovasi
2. Kajian Perbandingan Antar Daerah atau Antar Program Inovasi
Penelitian ini terbatas pada satu konteks wilayah dan satu program inovasi, sehingga temuan yang dihasilkan belum menggambarkan variasi pola difusi inovasi secara lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan

melakukan studi perbandingan antar daerah atau antar program promosi UMKM untuk mengidentifikasi perbedaan strategi difusi, tingkat adopsi, serta pengaruh konteks kelembagaan dan sosial terhadap keberhasilan inovasi. Pendekatan komparatif ini dapat memperkuat generalisasi temuan dan memperkaya pengembangan konsep difusi inovasi di sektor publik.

3. Pengembangan Metodologi dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada satu periode waktu tertentu, sehingga belum mampu menangkap dinamika perubahan adopsi inovasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan pendekatan metodologis yang lebih beragam, seperti studi longitudinal atau metode campuran, untuk mengamati perubahan sikap, tingkat adopsi, dan dampak inovasi dalam jangka waktu yang lebih panjang

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2019). *Peraturan Kepala BKPM Nomor 3 Tahun 2019 tentang Pedoman dan Tata Cara Promosi Penanaman Modal*. Jakarta: BKPM.
- Bailusy, M. N., Pollack, J., & Fahri, J. (2025). Determinants of Indonesian SMEs' intentions to adopt fintech: An innovation diffusion theory perspective. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 40(2). <https://journal.ugm.ac.id/v3/jieb/article/view/10843>
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2016). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Birkinshaw, J., Hamel, G., & Mol, M. J. (2019). Management innovation. *Academy of Management Review*, 33(4), 825–845. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.0302>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2017). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- De Vries, H., Bekkers, V., & Tummers, L. (2016). Innovation in the public sector: A systematic review and future research agenda. *Public Administration*, 94(1), 146–166. <https://doi.org/10.1111/padm.12209>

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (2021). Rencana Strategis (Renstra) Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2021-2026. Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

Fagerberg, J. (2018). Innovation: A guide to the literature. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. R. Nelson (Eds.), *The Oxford handbook of innovation* (pp. 1–26). Oxford University Press.

Farid, M., Baharuddin, A., & Said, M. I. (2023). Analysis of the Government's Role in Promoting Innovation Readiness in Micro, Small, and Medium-sized Industries in Indonesia. <https://pdfs.semanticscholar.org/da70/2bf4339efdac1ebff606ae736799a2c3d79e.pdf>

Firmansyah, D., Purwanti, D., & Nur, T. (2025). One-stop integrated service office (DPMPTSP) in increasing business identification number (NIB) ownership for MSMEs in Sukabumi City. *IICIS Journal*. <http://iicis.fisip.unila.ac.id/index.php/web/article/view/12>

Harsono, S., & Rinanda, T. (2025). Enhancement of MSME digitalization with collaborative governance: Public values, decision-making, and the administrative context. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/ijbe/article/view/59125>

Agusman, F., Yusuf, M., Rusydi, G., Mulyadi, M., Rimbano, D., & Triantara, A. (2022). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI DAERAH DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN EMPAT LAWANG. *Escaf*, 804-811.

Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (2020). *Peraturan Bupati Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Umum*

Penanaman Modal Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2019–2025. Martapura: Pemerintah Kabupaten OKU Timur.

Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (2024). *Peraturan Bupati Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Nomor 55 Tahun 2024 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu*. Martapura: Pemerintah Kabupaten OKU Timur.

Klenner, P., Hüsigg, S., & Dowling, M. (2020). Ex-ante evaluation of disruptive susceptibility in established value networks—When are markets ready for disruptive innovations? *Research Policy*, 42(4), 914–927. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.10.005>

Kurniadi, A., & Sudarmiatin, S. (2024). The role of MSMEs in local economic improvement and labor absorption in Indonesia. *NECENT*, 2(3). <https://doi.org/10.59971/necent.v2i3.60>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.; T. R. Rohidi, Trans.). UI Press. (Original work published by Sage Publications).

Mulgan, G., & Albury, D. (2019). Innovation in the public sector. *Strategy Unit, Cabinet Office*. <https://www.researchgate.net/publication/265061350>

OECD. (2018). *Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). Diffusing Lessons: Innovation Lifecycle Report 6. Observatory of Public Sector Innovation.

Prasetyo, P. E. (2020). The role of government expenditure and investment for MSME growth: Empirical study in Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/344492178> *The Role of Gover*

nment Expenditure and Investment for MSME Growth Empirical Study in Indonesia

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Shad, M., Hatami, J., & Azimi, E. (2025). Evaluation of the success of the "Ata Virtual Science Laboratory" based on Everett Rogers' innovation diffusion model. *The International Journal of Learning Space Studies (IJLSS)*, 3(1), 66–79. <https://doi.org/10.22034/IJLSS.1032.2>
- Soetjipto, B. E., & Handayati, P. (2023). Enhancing MSMEs performance through innovation: Evidence from East Java, Indonesia. <http://repository.uin-malang.ac.id/14940/>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Naila, T. P., Sjaafari, A., & Wicaksono, A. S. (2024). Difusi terhadap Inovasi Pelayanan iTangKab pada Dinas Perpustakaan dan Arsip Kab. Tangerang. *Journal of Geopolitics and Public Policy (JOGPP)*, 2, 8-19.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). Wiley.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67.
- Utami, T. L. W., Anindya, K. N., & Muzakir, M. F. A. (2025). Adoption of website technology as a business funding platform for student MSMEs: Diffusion of innovation (DOI) theory perspective. *Journal of Ecohumanism*. <http://www.ecohumanism.co.uk/joe/ecohumanism/article/view/6208>
- Yanto, B. H., & Ashari, H. (2025). Advancing innovation in Jakarta's MSMEs: Addressing key challenges and support mechanisms. *ResearchGate Preprint*. https://www.researchgate.net/publication/390701636_Advancing_Innovation_in_Jakarta's_MSMEs_Addressing_Key_Challenges_and_Support_Mechanisms

Zhang, Y., & Chen, K. (2016). The impact of leadership style on innovation: Evidence from Chinese firms. *Innovation*, 18(3), 372–394.
<https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1237303>

Internet :

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten OKU Timur. (2024). *DPMPTSP OKU Timur Raih Terbaik 1 Inovasi Daerah 2024 dengan Program Promosi Investasi (PROMIS)*. Diakses dari <https://dpmptsp.okutimurkab.go.id/dpmptsp-oku-timur-raih-terbaik-1-inovasi-daerah-2024-dengan-program-promosi-investasi-promis/>

DPMPTSP OKU Timur. (2023, Juni 15). *UMKM di OKU Timur naik kelas dengan program kemitraan DPMPTSP*. DPMPTSP OKU Timur. <https://dpmptsp.okutimurkab.go.id/umkm-di-oku-timur-naik-kelas-dengan-program-kemitraan-dpmptsp/>

Okutimurpos. (2024, Juli 8). *Jumlah UMKM di Kabupaten OKU Timur capai 73 ribu*. Okutimurpos. <https://okutimurpos.disway.id/read/643995/jumlah-umkm-di-kabupaten-oku-timur-capai-73-ribu>

Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. (n.d.). *Trial sistem pelayanan perizinan online Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur*. <https://trial.okutimurkab.go.id>