

Adopsi e-commerce untuk usaha kecil dan menengah: studi kasus Bank Perkreditan Rakyat di kota Depok

Hafied Nur Siddiqi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126301&lokasi=lokal>

Abstrak

Adopsi e-commerce oleh usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu faktor kunci kesuksesan bisnis. Oleh karena itu penting bagi kita untuk mengetahui manfaat adopsi e-commerce serta faktor penghambat dan pendorong adopsi e-commerce untuk UKM. Laporan ini merupakan hasil penelitian mengenai adopsi e-commerce bagi UKM.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan teknik pengambilan data berupa survei yaitu menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data kuantitatif dan wawancara langsung untuk mendapatkan data kualitatif mengenai adopsi e-commerce oleh UKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM sudah mulai melakukan adopsi e-commerce untuk menunjang proses bisnisnya. Meskipun tingkat pemanfaatannya berbeda-beda namun secara umum adopsi e-commerce mampu memberi manfaat positif bagi peningkatan kinerja UKM. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor biaya masih menjadi kendala utama dalam adopsi e-commerce. Sedangkan pelayanan pelanggan merupakan faktor pendorong utama bagi UKM untuk melakukan adopsi e-commerce. Dengan mengambil studi kasus UKM sektor perbankan di kota Depok, penelitian ini mampu memberi gambaran tentang adopsi e-commerce oleh UKM khususnya di sektor perbankan.

<hr>

E-Commerce adoption by Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the key factors of business. Therefore, it is essential for us to know the impacts of e-commerce adoption, as well as the deferring and driving factors of e-commerce adoption for the SMEs. This report is a result of research about e-commerce adoption for the SMEs.

This is a descriptive research that used survey through questioner as its method to collect quantitative data and direct interview as its method to collect qualitative data about e-commerce adoption by the SMEs.

The result of the research shows that SMEs have already starting to apply e-commerce adoption to maintain their business process. Although the degree of adoption is different from one SME to another, it is still generally accepted that ecommerce adoption will bring positive impacts towards SMEs development. The result of this research also shows that financing is still a major deferring factor in adopting e-commerce, whilst, customer service is one of the driving factor in ecommerce adoption. By using banking sectors in Depok as its research subject, this research is able to give actual illustration on e-commerce adoption by and for the SMEs.