

Analisis faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi e-commerce oleh UMKM indonesia: studi kasus industri fashion di Jabodetabek = Analysis factors that affect e commerce technology adoption among indonesian SMEs: study case of fashion industry in Jabodetabek

Nabila Qisthina Adzhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466810&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. E-commerce dapat memberikan kemudahan bagi UKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan akses ke pasar global, namun sayangnya hanya 9 dari UMKM indoensia yang telah mengadopsi e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan faktor ndash; faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM Indonesia dalam mengadopsi e-commerce. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja Technology-Organization-Environment TOE , Technology Acceptance Model TAM, and Diffusion of Innovation DOI . Survei kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data dari 157 pemilik UMKM Indonesia yang telah mengadopsi dan yang belum mengadopsi e-commerce. Data tersebut diolah dengan menggunakan metode regresi logistik untuk memperoleh variabel yang mempengaruhi pengadopsian teknologi e-commerce oleh UMKM Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa usia, keuntungan relatif, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dukungan manajemen puncak, kemampuan IT karyawan, tekanan dari pemasok / mitra kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemilik UMKM dalam mengadopsi e-commerce.

.....

Small, and Medium Enterprises SMEs play a vital role in Indonesian economy. E commerce can make SMEs easier to gain competitive advantage and to access global markets, but unfortunately only 9 of Indonesian SMEs who have already adopted e commerce. This study investigates the factors that influence e commerce adoption among Indonesian SMEs using Technology Organization Environment TOE framework, Technology Acceptance Model TAM , and Diffusion of Innovation DOI. A questionnaire survey was conducted to collect data from adopters and non adopters of 157 owner of Indonesian SMEs. Data is examined using logistic regression to get which variabel affecting the e commerce adoption in Indonesian SMEs. The result reveal that variables of age, relative advantage, perceived usefulness, perceived ease of use, top management support, employee rsquo s IT knowledge, business partner pressure have significant impact on owner rsquo s decision to adopt e commerce.