

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

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 Indonesia yang telah mengadopsi e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM Indonesia dalam mengadopsi e-commerce. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja Technology-Organization-Environment TOE, Technology Acceptance Model TAM, dan 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 menunjukkan 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

ABSTRACT

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's IT knowledge, business partner pressure have significant impact on owner's decision to adopt e-commerce.