

Analisis intensi adopsi E-Commerce oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (Umkm) dengan menggunakan Unified Theory of Acceptance and use of technology dan status quo bias = Analysis of E-Commerce adoption intentions by Small and Medium Enterprises (SMEs) using Unified Theory of Acceptance and use of technology and Status Quo Bias

Mohammad Wildan Yanuar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554899&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar terhadap kegiatan usaha 90% pelaku UMKM. Padahal UMKM memiliki kontribusi sebesar 61,1% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Dalam menangani hal tersebut pemerintah mendorong UMKM untuk menggunakan e-commerce. Namun tingkat adopsi e-commerce di Indonesia tergolong masih rendah. Oleh karena itu, perlu diketahui intensi adopsi e-commerce oleh UMKM. Penelitian sebelumnya mengenai hal ini belum melihat dari sisi alasan pelaku UMKM yang bertahan menggunakan toko fisik. Penelitian sebelumnya juga hanya menggunakan penilaian dari para ahli dan belum melakukan penelitian tersebut secara langsung terhadap pelaku UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis sikap pelaku UMKM terhadap e-commerce melalui faktor pendorong menggunakan teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology dan faktor penghambat menggunakan teori Status Quo Bias yang mempengaruhi seorang pengusaha UMKM dalam mengadopsi e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei dan didapatkan sebanyak 317 pengusaha yang diolah menggunakan metode covariance-based structural equation modelling. Hasil dari penelitian ini adalah faktor performance expectancy dan facilitating condition menjadi faktor yang mendorong seseorang dalam mengadopsi e-commerce. Sedangkan faktor transition cost dan technology anxiety menjadi faktor yang menghambat seseorang dalam mengadopsi e-commerce. Penelitian ini juga menemukan bahwa sikap dari pelaku UMKM juga mempengaruhi sebagian besar dari intensi adopsi e-commerce.

.....The COVID-19 pandemic has had a major impact on the business activities of 90% of SMEs. Whereas SMEs have a contribution of 61.1% of Indonesia's total gross domestic product (GDP). In dealing with this, the government encourages SMEs to use e-commerce. However, the level of e-commerce adoption in Indonesia is still low. Therefore, it is necessary to know the intention of e-commerce adoption by SMEs. Previous research on this matter has not looked at the reasons for SMEs who persist in using physical stores. Previous research has also only used the assessment of experts and has not conducted the research directly on SMEs in Indonesia. Therefore, this study analyzes the attitude of SMEs towards e-commerce through the driving factors using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology theory and the inhibiting factors using the Status Quo Bias theory which affects SMEs in adopting e-commerce. This study used a qualitative approach with a survey method and obtained as many as 317 entrepreneurs who were processed using the covariance-based structural equation modeling method. The result of this research is that performance expectancy and facilitating conditions are factors that encourage SMEs to adopt e-commerce. Meanwhile, the transition cost factor and technology anxiety are factors that hinder SMEs from adopting e-commerce. This study also found that the attitude of SMEs also influenced a

large part of the intention to adopt e-commerce.