

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi E-commerce pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman = Analysis of Factors that Affect E-commerce Technology Adoption in Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia: A Study Case in Food and Beverage Industry

Denisha Vanda Ersa Firsty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525362&lokasi=lokal>

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. E-commerce memiliki banyak keuntungan bagi UMKM yang meliputi keunggulan kompetitif, pangsa pasar yang lebih besar dan layanan pelanggan yang lebih baik, antara lain. Pengguna Indonesia sudah mahir dengan e-commerce namun sayangnya baru 19% UMKM Indonesia yang mengadopsi e-commerce. Penelitian ini mengkaji variabel-variabel yang mempengaruhi adopsi teknologi e-commerce pada UMKM Indonesia dengan menggunakan Technology Acceptance Model, Technology Organization Environment (TOE) framework dan Diffusion of Innovation (DOI) Theory. Kuesioner survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari 260 pemilik UMKM di industri makanan dan minuman yang telah atau belum mengadopsi teknologi e-commerce untuk bisnisnya. Hasilnya dihitung menggunakan regresi logistik dan Relative Importance Index (RII) untuk mendapatkan variabel mana yang relevan dalam adopsi e-commerce di UMKM Indonesia. Dari penelitian terungkap bahwa keuntungan relatif, manfaat yang dirasakan, keamanan, pengetahuan TI karyawan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh penting dalam adopsi e-commerce bagi pemilik UMKM. Strategi adopsi e-commerce direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian.

.....MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play a significant role in Indonesia's economy. E-commerce has many advantages for MSMEs which includes competitive advantage, greater market share and better customer service, among others. Indonesian users are already proficient with e-commerce but unfortunately only 19% of Indonesian MSMEs have adopted e-commerce. This research investigates the variables that influence e-commerce technology adoption in Indonesian MSMEs using Technology Acceptance Model, Technology Organization Environment (TOE) framework and Diffusion of Innovation (DOI) Theory. A survey questionnaire was conducted to collect data from 260 MSME owners in the food and beverage industry who have or have not adopted e-commerce technology for their business. The result was calculated using logistic regression and Relative Importance Index (RII) to get which variables are relevant in e-commerce adoption in Indonesia MSMEs. From the research, it is revealed that relative advantage, perceived usefulness, security, employee's IT knowledge and government's support have a crucial influence in e-commerce adoption for MSME owners. An e-commerce adoption strategy was recommended based on the study's results.