

INTISARI

Tren pengguna *e-commerce* mengalami peningkatan di Indonesia. Berbeda dengan peningkatan pengguna *e-commerce*, tingkat adopsi platform daring ini oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) menunjukkan angka yang tergolong rendah. Fenomena yang sama juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai salah satu provinsi dengan persentase kontribusi perekonomian daerah terbesar yang berasal dari UMKM. Beberapa sumber data menunjukkan jumlah UMKM di DIY yang menggunakan *e-commerce* masih tergolong rendah. Sedangkan manfaat atau keuntungan yang didapatkan saat menggunakan *e-commerce* cukup beragam. Berdasarkan peninjauan manfaat yang didapatkan, diketahui bahwa platform *e-commerce* memainkan peran penting bagi UMKM. Dalam pengadopsian teknologi, usaha memiliki alasan masing-masing untuk menggunakan *e-commerce*. Alasan yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* kemudian disebut sebagai faktor.

Faktor-faktor yang diteliti pengaruhnya dalam adopsi *e-commerce*, yaitu kesiapan teknologi, manfaat yang dirasakan, tingkat kesesuaian yang dirasakan, sumber daya yang dibutuhkan, inovasi owner, pengetahuan owner di bidang IT, pengalaman owner di bidang IT, tekanan konsumen, tekanan pemasok, tekanan kompetitor, ketidakpastian lingkungan, dan dukungan pemerintah. Pengaruh faktor-faktor tersebut diteliti menggunakan metode analisis regresi berganda. Metode ini digunakan untuk melihat pengaruh faktor-faktor terhadap adopsi *e-commerce*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 2 faktor yang berpengaruh yaitu faktor manfaat yang dirasakan dan dukungan pemerintah. Kebijakan program pemerintah beserta harapan UMKM terhadap pemerintah juga dianalisis dalam penelitian ini. Hasil menyatakan sebagian besar UMKM setuju dan sangat setuju dengan program SIBAKUL Jogja dan program pelatihan *e-commerce* yang diadakan oleh pemerintah. Selain itu, sebagian besar UMKM mengharapkan pemerintah mengadakan program pelatihan dan pendampingan, *support* pemasaran produk UMKM, serta pemerintah memberikan *support* dalam bentuk pendanaan. Kata kunci: adopsi *e-commerce*, UMKM, regresi berganda

ABSTRACT

The trend of e-commerce users is increasing in Indonesia. Different from the increase in e-commerce users, level of adoption e-commerce platform by MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) is low. The same phenomenon occurs in the Special Region of Yogyakarta (DIY) as one of the provinces with the largest percentage of regional economic contributions coming from MSMEs. Several data sources show that the number of MSME in DIY using e-commerce is still relatively low. Meanwhile, the gained benefits or advantages when using e-commerce are quite diverse. Based on the obtained benefits, it is known that the e-commerce platform plays an important role for MSMEs. In adopting technology, businesses have their own reasons for using e-commerce. The reasons that influence the adoption of e-commerce are then referred to the factors.

The examined factors for their influence on e-commerce adoption are classified into technology readiness, perceived benefits, perceived compatibility, cost, complexity, owner innovativeness, owner IT experience, owner IT knowledge, consumer pressure, supplier pressure, competitor pressure, environmental uncertainty, and government support. The influence of these factors was investigated using multiple regression analysis method. This method is used to see the influence of factors on e-commerce adoption.

The results of the analysis show that there are two influencing factors, which are the perceived benefits and government support. Government program policies and the expectations of MSMEs towards the government are also analyzed in this study. The results show that most MSMEs agree and strongly agree with SIBAKUL Jogja program and the e-commerce training program held by the government. In addition, most MSMEs expect the government to conduct training and mentoring programs, support the marketing of MSME products, and provide a financial support.

Keywords: e-commerce adoption, MSME, multiple regression