

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat penggunaan *social commerce* pada UMKM. Responden pada penelitian ini yaitu UMKM yang mengembangkan usahanya dengan *social commerce* di Jawa Tengah. Jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 203 responden, akan tetapi 7 kuesioner tidak dapat diolah karena tidak memenuhi syarat karakteristik responden sehingga hanya 196 kuesioner yang dapat diolah. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Alat uji yang digunakan adalah *WarpPLS*. Penelitian ini membuktikan bahwa kesiapan teknologi menjadi bagian dari persepsi penerimaan teknologi yang dapat mempengaruhi niat penggunaan. Hasil penelitian ini yaitu Optimisme berpengaruh secara positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *social commerce*. Keinovatifan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *social commerce*. Optimisme berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *social commerce*. Keinovatifan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *social commerce*. Ketidaknyamanan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi manfaat penggunaan *social commerce*. Ketidakamanan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi manfaat penggunaan *social commerce*. Ketidaknyamanan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *social commerce*. Ketidakamanan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *social commerce*. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *social commerce*. Persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan *social commerce*. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan *social commerce*. Kemudian variabel kontrol pengalaman teknologi tidak memiliki pengaruh yang mengakibatkan niat penggunaan teknologi *social commerce*. Kemudian pendapatan kotor/omset sebagai *dummy variable* bahwa penggunaan teknologi *social commerce* memberikan manfaat begitu besar dalam keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Optimisme, Keinovatifan, Ketidaknyamanan, Ketidakamanan, Persepsi Panfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Niat Penggunaan, Pengalaman Teknologi

ABSTRACT

This study aims to measure and analyze what factors can influence the intention to use social commerce in MSMEs. Respondents in this study were MSMEs that developed their business with social commerce in Central Java. The number of respondents who filled out the questionnaire was 203 respondents, but 7 questionnaires could not be processed because they did not meet the requirements for the characteristics of the respondents so that only 196 questionnaires could be processed. The data analysis technique uses Partial Least Square (PLS). The test tool used is WarpPLS. This study proves that technology readiness is part of the perception of technology acceptance that can affect usage intention. The results of this study are Optimism has a positive effect on the perceived usefulness of using social commerce. Innovativeness has a positive effect on the perceived usefulness of using social commerce. Optimism has a positive effect on the perceived ease of use of social commerce. Innovativeness has a positive effect on the perceived ease of use of social commerce. Discomfort has no negative influence on the perceived usefulness of using social commerce. Insecurity does not have a negative influence on the perceived usefulness of using social commerce. Inconvenience does not have a negative influence on the perceived ease of use of social commerce. Insecurity has no negative influence on the perceived ease of use of social commerce. Perceived ease of use has a positive effect on the perceived usefulness of using social commerce. Perceived usefulness have a positive effect on the intention to use social commerce. Perceived ease of use has a positive effect on the intention to use social commerce. Then the technology experience control variable has no influence resulting in the intention to use social commerce technology. Then gross income / turnover as a dummy variable that the use of social commerce technology provides enormous benefits in the sustainability of MSMEs.

Keywords: Optimism, Innovativeness, Discomfort, Insecurity, Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use Social Commerce, Experience Technology