

ABSTRAK

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI ADOPSI TEKNOLOGI DI KALANGAN PENGECEK KECIL DI JAKARTA

Solisa Vania Joelita Sembiring

22/510115/PEK/29180

Pengecer kecil memainkan peran penting dalam perekonomian, namun pengecer kecil menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi sebagai bagian dari operasional bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengecer kecil dalam mengadopsi teknologi dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). Faktor-faktor yang dikaji mencakup sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku yang membentuk niat untuk adopsi teknologi. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pengecer kecil dan validasi kepada pemilik kafe kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi, tekanan sosial dari pelanggan dan pemasok, serta persepsi kontrol perilaku melalui dukungan teknis membentuk niat sebagai faktor kunci yang memengaruhi adopsi teknologi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas penerapan TPB dalam konteks UMKM dan implikasi praktis dalam merancang strategi adopsi teknologi untuk sektor ini.

Kata kunci: Adopsi Teknologi, *Theory of Planned Behavior*, Pengecer Kecil, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku



ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING TECHNOLOGY ADOPTION AMONG SMALL RETAILERS IN JAKARTA

Solisa Vania Joelita Sembiring

22/510115/PEK/29180

Small retailers play a crucial role in the economy; however, they face various challenges in adopting technology as part of their business operations. This study aims to analyze the factors influencing small retailers' behavior in adopting technology using the Theory of Planned Behavior (TPB) framework. The factors examined include attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, which shape the intention to adopt technology. Data were collected through semi-structured interviews with small retailers and validated through additional interviews with small café owners. The findings indicate that positive attitudes toward technology, social pressure from customers and suppliers, and perceived behavioral control through technical support form intentions as key factors influencing technology adoption. This study contributes theoretically by extending the application of TPB in the context of SMEs and offers practical implications for designing technology adoption strategies in this sector..

Keywords: *Technology Adoption, Theory of Planned Behavior, Small Retailer, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control*