

INTISARI

Teknologi informasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital, termasuk menggunakan platform marketplace seperti SiBakul Market-Hub di Yogyakarta. Inisiatif ini memfasilitasi UKM lokal untuk memasarkan produknya secara online dan menawarkan berbagai manfaat seperti gratis ongkir, mendukung keberlanjutan bisnis di masa pandemi. Namun, adopsi *e-commerce* di kalangan UKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan pengetahuan, kesiapan teknologi, dan pelatihan yang tidak memadai. Penelitian ini mengintegrasikan konsep TRI dan TAM (TRAM) untuk menganalisis kesiapan dan penerimaan UKM industri kreatif, khususnya di sektor makanan dan minuman, terhadap implementasi *SiBakul Market-Hub* untuk mengoptimalkan proses bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengukur tingkat kesiapan pelaku UKM melalui setiap dimensi Kesiapan Teknologi dalam menggunakan *Sibakul Market-Hub* di Daerah Istimewa Yogyakarta. 2) Mengukur persepsi pelaku UKM mengenai kemudahan penggunaan dan kegunaan, serta niat penggunaan dan akseptabilitas dalam menggunakan *Sibakul Market-Hub* di Daerah Istimewa Yogyakarta. 3) Menganalisis pengaruh dimensi tingkat kesiapan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, pengaruh kedua persepsi ini terhadap niat menggunakan, dan pengaruh niat menggunakan terhadap akseptabilitas pelaku UMKM dalam menggunakan *Sibakul Market-Hub* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara wawancara tatap muka dengan responden, penelitian ini menggunakan *snowball sampling* untuk mengumpulkan data dari 100 UMKM, dengan produk yang dijual merupakan produk yang termasuk dalam kategori produk agribisnis. Penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square- Structural Equation Model (PLS-SEM)* untuk mengetahui pengaruh antar konstruksi berdasarkan model yang telah terbentuk. Pelaku UKM berada dalam *Medium Technology Readiness* dengan persentase 58%, diikuti oleh *Low Technology Readiness* sebesar 39%, sedangkan hanya 3% pelaku UKM yang memiliki *High Technology Readiness*. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, niat menggunakan kembali, dan akseptabilitas dalam penggunaan *Sibakul Market-Hub* pada kategori tinggi. Optimisme pelaku UKM berdampak pada peningkatan persepsi manfaat dan peningkatan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan dalam menggunakan *Sibakul Market-Hub*. Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan berdampak meningkatkan persepsi manfaat yang dirasakan dalam menggunakan *Sibakul Market-Hub*. Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan dan persepsi manfaat berdampak pada peningkatan niat untuk menggunakan kembali *Sibakul Market-Hub*. Niat untuk menggunakan kembali berdampak meningkatkan akseptabilitas.

Keywords: adopsi teknologi, technology readiness Index (TRI), technology acceptance model (TAM), technology readiness and acceptance model (TRAM), adopsi e-commerce, sibakul market-hub

ABSTRACT

Information technology is a key factor in enhancing the competitiveness of SMEs in the digital era, including using marketplace platforms such as SiBakul Market-Hub in Yogyakarta. This initiative facilitates local SMEs to market their products online and offers various benefits such as free shipping, supporting business sustainability during the pandemic. However, the adoption of e-commerce among SMEs still faces challenges such as limited knowledge, technological readiness, and inadequate training. This study integrates the concepts of TRI and TAM (TRAM) to analyze the readiness and acceptance of creative industry SME's, especially in the food and beverage sector, towards the implementation of SiBakul Market-Hub to optimize business processes. This study aims: 1) Measuring the level of readiness of SMEs actors through each dimension of Technology Readiness in using Sibakul Market-Hub in the Special Region of Yogyakarta. 2) Measuring the perception of SME's actors regarding the ease of use and usefulness, as well as the intention to use and acceptability in using Sibakul Market-Hub in the Special Region of Yogyakarta. 3) Analyzing the influence of the dimension of readiness level on the perception of ease of use and perception of benefits, the influence of these two perceptions on the intention to use, and the effect of the intention to use, on the acceptability of SMEs actors in using Sibakul Market-Hub in the Special Region of Yogyakarta. Sampling was carried out by means of face-to-face interviews with respondents, this study using snowball sampling to collect data from 100 SMEs, with the products sold being products that are included in the agribusiness product category. This study uses the Partial Least Square- Structural Equation Model (PLS-SEM) analysis to determine the influence between constructs based on the model that has been formed. SMEs actors are in *Medium Technology Readiness* with a percentage of 58%, followed by *Low Technology Readiness* at 39%, while only 3% of SMEs actors have *High Technology Readiness*. perceived ease of use, perceived usefulness, intention to use, and actual use in using Sibakul Market-Hub in the high category. The optimism of SMEs actors has the effect of increasing perceived usefulness and increasing perceived ease of use in using Sibakul Market-Hub. The perceived ease of use of SMEs has the effect of increasing the perceived usefulness in using Sibakul Market-Hub. Perceived ease of use and perceived usefulness of SMEs have the effect of increasing the intention to use) Sibakul Market-Hub. Intention to use has the effect of increasing actual use.

Keywords: technology adoption, technology readiness Index (TRI), technology acceptance model (TAM), technology readiness and acceptance model (TRAM), e-commerce adoption, sibakul market-hub