

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan dan menganalisis tingkat keamanan dan privasi serta hubungannya dengan pengadopsian *e-commerce* di UMKM Kabupaten Klaten. Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data adalah data primer yang diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden (UMKM). Jumlah sampel sebanyak 98 UMKM. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner pada responden yang dibagikan secara langsung menggunakan *link digital* berupa *google form*. Analisis data menggunakan analisis SEM-PLS dengan bantuan SmratPLS ver.3.0. Hasil penelitian menyimpulkan, yaitu: (1) Variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian *e-commerce* yang dibuktikan dengan harga T Statistics sebesar 0,794 dengan signifikansi $0,428 > 0,05$; (2) Variabel privasi berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian *e-commerce* yang dibuktikan dengan harga T Statistics sebesar 2,773 dengan signifikansi $0,006 < 0,05$.

Kata kunci: kemanan, privasi, pengadopsian *e-commerce*

ABSTRACT

This study aims to identify, describe, and analyze the levels of security and privacy and their relationship to e-commerce adoption among MSMEs in Klaten Regency. The research design used a quantitative approach. The data source was primary data obtained directly from questionnaires completed by respondents (MSMEs). The sample size was 98 MSMEs. Data collection was conducted by administering questionnaires to respondents, which were distributed directly using a digital link in the form of a Google Form. Data analysis used SEM-PLS analysis with the assistance of SmratPLS ver. 3.0. The results of the study concluded the following: (1) The security variable does not significantly influence e-commerce adoption, as evidenced by a T-statistic of 0.794 with a significance level of $0.428 > 0.05$; (2) The privacy variable significantly influences e-commerce adoption, as evidenced by a T-statistic of 2.773 with a significance level of $0.006 < 0.05$.

Keywords: security, privacy, e-commerce adoption