

INTISARI

Teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat lagi diabaikan kehadirannya bagi kehidupan manusia. Sektor pertanian perlu untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan kehadiran teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui persepsi petani mengenai hambatan dalam mengadopsi *E-commerce*, 2) mengetahui pengaruh persepsi hambatan terhadap persepsi kemudahan dalam mengadopsi *E-commerce*, 3) mengetahui faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi *E-commerce*, 4) mengetahui faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi *E-commerce*, dan 5) mengetahui dampak adopsi e-commerce terhadap pendapatan usahatani. Wawancara dilakukan kepada 100 petani non-adopter dan 85 petani adopter yang berada di Kepanewon Turi dan Kepanewon Tempel. Metode analisa yang digunakan adalah deskriptif statistik, SEM-PLS dan *Propensity Score Matching* (PSM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Perbedaan signifikan terjadi diantara kedua kelompok petani pada persepsi hambatan kebijakan dan infrastruktur, hambatan kognitif dan hambatan keamanan, dimana untuk tiap indikatornya yang terdapat perbedaan signifikan yakni ketersediaan jaringan internet, kemampuan untuk memahami teknologi, kemampuan untuk menggunakan teknologi, pengetahuan mengenai *E-commerce*, kekhawatiran mengenai keamanan *E-commerce*, perasaan tidak aman saat bertransaksi dengan orang lain yang tidak dikenal dan kekhawatiran ditipu orang lain saat transaksi melalui *E-commerce*. 2) Faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam menentukan persepsi kemudahan petani *Non-Adopter* adalah kognitif dan keamanan, sedangkan faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam menentukan persepsi kemudahan petani *Adopter* adalah kebijakan dan infrastruktur, kognitif dan keamanan. 3) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat petani *Non-Adopter* untuk mengadopsi *E-commerce* adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pengaruh sosial. 4) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat petani *Adopter* untuk melanjutkan adopsi *E-commerce* adalah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. 5) Pengadopsian *E-commerce* dapat meningkatkan pendapatan usahatani per tahun sebesar Rp 3,078 juta/ha atau meningkat 7,18%.

Kata kunci: Adopsi Teknologi; *E-commerce*; Pendapatan usahatani; *propensity score matching*.

ABSTRACT

Information and communication technology can no longer be ignored for its presence in human life. The agricultural sector needs to continue to develop and adapt to the presence of technology. This study aims to 1) determine farmers' perceptions of barriers to adopting E-commerce, 2) determine the effect of perceived barriers on perceived ease of adopting E-commerce, 3) determine factors that influence farmers' intentions to adopt E-commerce, 4) determine factors which affects farmers' intention to continue adopting E-commerce, and 5) knowing the impact of e-commerce adoption on farm income. Interviews were conducted with 100 non-adopter farmers and 85 adopter farmers in Turi and Tempel sub-districts. The analytical method used is descriptive statistics, SEM-PLS and Propensity Score Matching (PSM). The results showed that 1) Significant differences occurred between the two groups of farmers in the perception of policy and infrastructure barriers, cognitive barriers and security barriers, where for each indicator there were significant differences, namely the availability of internet networks, the ability to understand technology, the ability to use technology, knowledge regarding E-commerce, concerns about E-commerce security, feelings of insecurity when transacting with strangers and worries about being cheated by others when transacting through E-commerce. 2) The factors that significantly influence the perception of the convenience of Non-Adopter farmers are cognitive and security, while the factors that significantly influence the perception of the ease of Adopter farmers are policy and infrastructure, cognitive and security. 3) Factors that influence the intention of Non-Adopter farmers to adopt E-commerce are perceived benefits, perceived convenience and social influence. 4) Factors that influence the intention of adopter farmers to continue adopting E-commerce are perceived benefits and perceptions of convenience. 5) The adoption of E-commerce can increase farm income per year by IDR 3.078 million/ha or an increase of 7.18%.

Keywords: Technology Adoption; E-commerce; Farming income; propensity score matching.