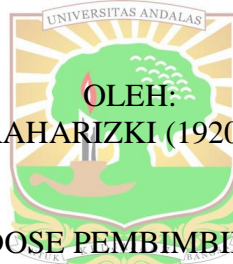


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPTSI
E-COMMERCE PADA UMKM DI KOTA PADANG**

TESIS



OLEH:
FITRAHARIZKI (1920532018)

DOSE PEMBIMBING :
Dr. RITA RAHAYU, S.E.,M.Si.,Ak.CA

PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

2023

Analisis Faktor - faktor yang mempengaruhi Adopsi E-Commerce Pada UMKM di Kota Padang

Oleh : FITRAHARIZKI (1920532018)

Di bimbing Oleh :
Dr. Rita Rahayu, S.E, M.Si. Ak.CA

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2022 mulai menguat kembali ditengah ketidakpastian ekonomi global Pasca Pandemic Covid-19. Selama Pandemic Covid-19 sebesar 82,9 persen UMKM merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9 persen) yang mengalami pertumbuhan positif. Sehingga berdampak pada peta bisnis dan karakteristik perekonomian banyak yang berubah sehingga ikut mengubah perilaku konsumen. Bentuk perubahan tersebut terlihat dari Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility contohnya konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Adopsi E-commerce menjadi game-changer bagi pelaku usaha termasuk UMKM karena perlu berinovasi dan mengikuti tren ekonomi agar mampu mandiri menjalankan usaha bisnis mereka di tengah kondisi ketidakpastian ekonomi global (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id>). Tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi adopsi E-commerce pada UMKM di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan model penelitian SOM (Stage Of Model). Metode penelitian menggunakan menggunakan data survey, jenis data primer. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 216 dari pelaku UMKM di bidang kuliner, fashion, jasa dan perhotelan di Kota Padang yang sudah pernah menggunakan adopsi E-commerce. Teknik analisis data menggunakan Uji regresi logistic binomial. Berdasarkan pengolahan data menunjukkan bahwa Dukungan Managemen Puncak, Ukuran Perusahaan, Pelatihan dan Training Karyawan, Kesiapan Pengguna IT, Keamanan, tekanan pelanggan, dan keuntungan relative sebagai penentu signifikan secara statistic dari adopsi E-commerce. Studi ini memberikan arahan kepada pelaku UMKM di Kota Padang agar melakukan inovasi pada keberlangsungan usaha dengan mengadopsi E-commerce agar usaha mereka tetap berjalan di tengah ketidakpastian ekonomi global.

Kata kunci: Adopsi E-commerce, Kesiapan Organisasi, Teknologi, Lingkungan, Inovasi.

Analysis of Factors Influencing E-Commerce Adoption in Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Padang

By : FITRAHARIZKI (1920532018)

Supervised By :
Dr. Rita Rahayu, S.E, M.Si. Ak.CA

Economic growth in Indonesia in 2022 began to strengthen once again amid global economic uncertainty post the Covid-19 pandemic. During the Covid-19 pandemic, 82.9 percent of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) felt the negative impact of this pandemic, with only a small fraction (5.9 percent) experiencing positive growth. Consequently, this has affected the business landscape and the characteristics of the economy, leading to changes in consumer behavior. These changes can be observed in terms of hygiene, low-touch, less-crowd, and low-mobility behaviors, for example, consumers engaging in more activities at home by leveraging digital technology. The adoption of E-commerce has become a game-changer for business players, including SMEs, as they need to innovate and follow economic trends to be self-reliant in running their businesses amid the conditions of global economic uncertainty (source: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>). The primary objective of this research is to analyze the factors influencing the adoption of E-commerce among SMEs in Padang City. This research employs the SOM (Stage Of Model) research model. The research methodology involves using survey data, specifically primary data. The sample in this study consists of 216 SMEs in the culinary, fashion, services, and hospitality sectors in Padang City that have previously adopted E-commerce. The data analysis technique utilized is the binomial logistic regression test. Based on data processing, it is demonstrated that Top Management Support, Company Size, Employee Training, IT User Readiness, Security, customer pressure, and relative profitability are statistically significant determinants of E-commerce adoption. This study provides guidance to SMEs in Padang City to innovate for the sustainability of their businesses by adopting E-commerce, enabling them to continue operating amid the uncertainties of the global economy.

Keywords: E-commerce Adoption, Organizational Readiness, Technology, Environment, Innovation.