

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, begitu pula dengan program Go Digital 2024 yang dicanangkan oleh pemerintah. Faktor pandemi Covid-19 yang menjadi tantangan besar bagi UMKM untuk segera melakukan digitalisasi, ditambah potensi yang diharapkan ke depan dari digitalisasi UMKM. Disaat pemerintah gencar mensosialisasikan UMKM untuk digitalisasi, para pelaku UMKM bidang pangan di Kabupaten Garut masih merasa belum memiliki pengetahuan yang cukup dan kesulitan memahami manfaat dari penggunaan e-commerce. Penelitian ini menjembatani dengan mengintegrasikan kedua model tersebut untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM untuk mengadopsi e-commerce.

Untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce, penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari UMKM bidang makanan di Kabupaten Garut menggunakan survei online. Besar sampel adalah 130 responden UMKM yang telah mengadopsi e-commerce. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan structural equation modeling (SEM) dan dianalisis dengan LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh Behavioral Intention, E-commerce Knowledge, dan Social Influence. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa behavioral intentions tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, Price Value, Social Influence, Facilitating Condition, dan E-commerce Knowledge. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat nyata baik secara teoritis maupun praktis dalam adopsi e-commerce yang efektif. Selanjutnya keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya akan dibahas lebih lanjut pada bagian terakhir.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), *Go Digital*, Covid-19, Adopsi *E-commerce*.