

ABSTRAK

Adopsi digital dalam *e-commerce* UMKM di Kecamatan Subang masih tergolong rendah untuk dapat bersaing dengan UMKM di wilayah lain dalam era digital seperti saat ini. Penerapan *e-commerce* pada UMKM berbanding lurus pada peningkatan kepuasan pelanggan dikarenakan dapat mengoptimalkan ketersediaan informasi dan sumber daya sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan. *Penelitian ini menggunakan teori Technology, Organization, and Environment. Yang di dukung oleh teori Diffusion of Inovation, Resource Based View dan External Contigency*

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *managerial characteristic, observability, relative advantage*, dan *customer pressure* terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Subang.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Subang dengan pengambilan sampelnya menggunakan metode *sampling* non-probabilitik yaitu teknik incidental. Dengan sampel sebanyak 100 UMKM pengolahan data pada penelitian ini dilakukan melalui uji analisis data dengan uji t, dengan *SEM-PLS* pada aplikasi Smart-PLS 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *observability* dan *customer pressure* memiliki pengaruh positif signifikan pada adopsi *e-commerce* oleh UMKM, sedangkan *characteristics managerial* dan *relative advantage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: UMKM, Karakteristik Manajerial, Observabilitas, Keuntungan Relatif, Tekanan Pelanggan, *E-Commerce*.