

ABSTRAK

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan elemen kunci dalam revolusi cara menjalankan bisnis, terutama berkat Internet sebagai media yang dipadukan dengan aplikasinya. Dengan memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce*, produk lokal Indonesia dapat memasuki pasar global dan memperkaya persaingan di sektor mikro hingga makro. Mengadopsi *e-commerce* adalah salah satu cara memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan UMKM. Penelitian terkait adopsi *e-commerce* terhadap UMKM di Indonesia memiliki hasil yang beragam. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian terkait pengaruh dari variabel *managerial characteristic*, *observability*, *relative advantage* dan *customer pressure* terhadap adopsi *e-commerce* di UMKM.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Technology-Organization-Environment Theory* dan *Diffusion of Innovation, Resource Based View Theory, External Contingency* sebagai teori pendukung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *managerial characteristic*, *observability*, *relative advantage* dan *customer pressure* berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* atas para pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Telkom di Kecamatan Kutoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik *non-probability* dengan metode *purposive sampling*.

Jumlah responden di dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada UMKM binaan Rumah BUMN Telkom di Kecamatan Kutoarjo dan dianalisis menggunakan SEM PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *managerial characteristics* dan *customer pressure* memiliki pengaruh positif terhadap *adoption e-commerce* UMKM binaan Rumah BUMN Telkom di Kecamatan Kutoarjo. Namun, pada variabel *observability* dan *relative advantage* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *adoption e-commerce* UMKM binaan Rumah BUMN Telkom di Kecamatan Kutoarjo.

Kata Kunci: *adoption e-commerce*, UMKM, *managerial characteristic*, *observability*, *relative advantage*, *customer pressure*