

ANALISIS PENGARUH *E-READINESS FACTORS* TERHADAP INTENSI UKM ADOPTSI *E-BUSINESS*

Titik Kusmantini

Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta,
email: danu_lupita@yahoo.co.id

Abstract

Today's market and competitive pressure companies to adopt internet-based electronic business (e-business), nevertheless Small and Medium Enterprises (SME's). In this study to examines a conceptual model for electronic business adoption based on the technology-organization-environment framework. Survey method is applied in this research and the sample quantity is 67 SME's that produce are silk handicraft, terracota handicraft, textile, furniture, Mozaik stone, silver handicraft and batik fashion and this product as icon or jargon product on Yogyakarta. The Technique of sample drawing used is method of purposive sampling with criteria selection are SME's have export-oriented mission. This research applies statistical technique of simple regression. The conclusion of all the hypoteses proposed are: (1) there are influences technology competence to intens-to adopt e-business; (2) there are influences organization readiness to intens-to adopt e-business; (3) there are no influences consumer readiness to intens-to adopt e-business; (4) there are influences competitive pressure to intens-to adopt e-business and (5) there are no influences lack of trading partner readiness to intens-to adopt e-business.

Keywords: SME's, technology readiness, organization readiness, environment readiness, intens-to adopt e-business.

Abstrak

Kondisi pasar dan tingkat persaingan bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk adopsi praktik bisnis berbasis internet (sering dikenal dengan istilah e-business), tidak terkecuali bagi UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Studi ini akan menguji model konseptual untuk proses adopsi e-business dengan mengacu pada framework teknologi-organisasi-lingkungan. Metode survey digunakan dalam penelitian ini dan menggunakan sampel sejumlah 67 UKM di Yogyakarta sebagai produsen produk : kerajinan kulit, kerajinan gerabah, tekstil, furnitur, kerajinan batu mozaik, kerajinan perak dan produk fashion batik, produk-produk tersebut di Yogyakarta sebagai produk unggulan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan menggunakan kriteria seleksi sampel adalah UKM yang berorientasi pada ekspor (pasar global). Teknik statistik yang digunakan adalah teknik regresi sederhana. Kesimpulan atas pengujian hipotesis yang dilakukan adalah: (1) terdapat pengaruh kesiapan kompetensi teknologi yang dimiliki terhadap intensi untuk adopsi e-business; (2) terdapat pengaruh kesiapan organisasi terhadap intensi untuk adopsi e-business; (3) tidak terdapat pengaruh kesiapan pelanggan terhadap intensi untuk adopsi e-business; (4) terdapat pengaruh tingkat persaingan terhadap intensi untuk adopsi e-business dan (5) tidak terdapat pengaruh kurangnya kesiapan agen penjualan terhadap intensi untuk adopsi e-business.

Kata Kunci: UKM, kesiapan teknologi, kesiapan organisasi, kesiapan lingkungan, intensi untuk adopsi e-business.

JEL Classification: M15