



**Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Banten:  
Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior**

**Erni Taruli Pebrina<sup>1✉</sup>, Ipang Sasono<sup>2</sup>, Dhaniel Hutagalung<sup>3</sup>, Riyanto<sup>4</sup>, Masduki Asbari<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Insan Pembangunan, Indonesia<sup>1,3</sup>

STMIK Insan Pembangunan, Indonesia<sup>2,4,5</sup>

E-mail : [ernipebrina@gmail.com](mailto:ernipebrina@gmail.com)<sup>1</sup>, [ipangsasono@gmail.com](mailto:ipangsasono@gmail.com)<sup>2</sup>, [dhanielhutagalung@gmail.com](mailto:dhanielhutagalung@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[rizal\\_ariyanto@ymail.com](mailto:rizal_ariyanto@ymail.com)<sup>4</sup>, [kangmasduki.ssi@gmail.com](mailto:kangmasduki.ssi@gmail.com)<sup>5</sup>

---

**Abstrak**

Tujuan studi ini adalah untuk menemukan dan mendefinisikan model yang dapat menjelaskan adopsi *E-commerce* oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada pelaku usaha tersebut di Banten. Data dikumpulkan dari 93 karyawan UMKM, yang bekerja pada UMKM di Banten. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan survei konfirmasi dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*. Studi ini menunjukkan bahwa: Pertama, *attitude toward using* berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use*. Kedua, *subjective norm* berpengaruh signifikan pada *intention to use*. Ketiga, *perceived behavior control* berpengaruh pada *intention to use*. Keempat, *intention to use* berpengaruh signifikan pada *usage behavior*. Kelima, *perceived behavior control* berpengaruh pada *usage behavior*. Studi ini menguatkan fakta bahwa *theory of planned behavior* mampu menjelaskan tentang adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Banten.

**Kata kunci:** *E-commerce, theory of planned behavior, UMKM.*

**Abstract**

*The purpose of this study is to find and define a model that can explain the adoption of E-commerce by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in these business actors in Banten. Data were collected from 93 MSME employees, who work for MSMEs in Banten. The research method used is a quantitative method and a confirmation survey with the help of SmartPLS 3.0 software. This study shows that: First, attitude toward using has a significant positive effect on intention to use. Second, subjective norm has a significant effect on intention to use. Third, perceived behavior control has an effect on intention to use. Fourth, intention to use has a significant effect on usage behavior. Fifth, perceived behavior control has an effect on usage behavior. This study confirms the fact that the theory of planned behavior is able to explain the adoption of e-commerce among SMEs in Banten.*

**Keywords:** *E-commerce, MSMEs, theory of planned behavior.*

Copyright (c) 2021 Erni Taruli Pebrina, Ipang Sasono, Dhaniel Hutagalung,  
Riyanto, Masduki Asbari

---

✉ Corresponding author

Email : [ernipebrina@gmail.com](mailto:ernipebrina@gmail.com)

DOI : <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>

ISSN 2656-8063 (Media Cetak)

ISSN 2656-8071 (Media Online)

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 Indonesia akan memasuki perdagangan bebas di seluruh dunia (sesuai perjanjian AFTA dan APEC). Akibatnya, pasar di Indonesia akan semakin ramai dengan produk – produk impor yang dengan leluasa masuk ke Indonesia dan mendesak produk – produk lokal yang tidak mampu bersaing. Hal ini berarti persaingan bisnis akan semakin ketat di Indonesia, sehingga para pengusaha diharapkan mengadopsi *e – commerce* untuk pemasaran karena internet merupakan peluang yang sangat besar bagi para pebisnis untuk memulai bisnis atau mengembangkannya (Asbari & Novitasari, 2021; Johan et al., 2021; Novitasari, Asbari, et al., 2021; Novitasari, Hutagalung, et al., 2021; Novitasari & Asbari, 2021; Purwanto, Pramono, et al., 2020; Suroso et al., 2021). Negroponte et al. (1997) dalam bukunya *Being Digital* menyebut masa kini sebagai era ekonomi digital, yang menggantikan ekonomi atom. Dalam ekonomi masa lalu (ekonomi atom) harga suatu barang menjadi tinggi, bila barang tersebut langka (*scarcity*), sedangkan pada ekonomi digital harga suatu informasi menjadi tinggi bila informasi tersebut banyak (*abundance*).

Pemahaman individu terhadap proses pengapdosian teknologi untuk menunjang aktivitasnya, serta faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan masih menjadi fokus penting dalam penelitian di bidang pemasaran. Pemanfaatan teknologi informasi berbasis komputer telah menjangkau sektor ekonomi, sosial, budaya, dan Pendidikan (Asbari, 2011; Asbari et al., 2019; Asbari, Purwanto, et al., 2021; Nugroho, Putra, et al., 2021; Purwanto, Asbari, Santoso, Wijayanti, et al., 2020; Sihite et al., 2020). Disadari atau tidak, pemanfaatan teknologi informasi berbasis komputer seperti menjadi suatu keharusan bagi masyarakat apabila ingin meningkatkan kualitas pekerjaannya walaupun hal ini tidak seluruhnya benar. Kebutuhan akan teknologi informasi akan semakin dominan untuk digunakan dalam pekerjaan yang membutuhkan pengolahan data yang cepat dan tepat. Faraoni et al. (2019) mengungkapkan bahwa perilaku penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi dari seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan bermanfaat. Penggunaan teknologi adalah jumlah pemakaian suatu teknologi persatuan unit waktu (Sharma & Lijuan, 2015). Penggunaan teknologi juga dapat dilihat dari tujuan penggunaannya. Secara teoritis penggunaan merupakan hasil dari perhatian yang terus meningkat (Sharma & Lijuan, 2015). *E-commerce* melalui internet mendapatkan perhatian khusus karena perkembangannya yang sangat cepat. *E-commerce* melalui internet ini merupakan kelanjutan atau evolusi dari EDI (*Electronic Data Interchange*), dimana proses menjadi lebih cepat dan efisien. UMKM – UMKM umumnya menerapkan perdagangan melalui jaringan elektronik dengan maksud meningkatkan pendapatan pemilik (Admiral et al., 2021a; Aniyah et al., 2020; Fikri et al., 2021; Hutagalung et al., 2021; Ristiani et al., 2020).

Dalam rangka meningkatkan kemampuan pengelola UMKM untuk mendayagunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) baik mengenai pemeliharaan komputer, pengelolaan data atau informasi melalui komputer, akses informasi bisnis, dan promosi produk UMKM melalui Internet, maka Deputy Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha Urusan Pengembangan Sistem Bisnis melakukan kegiatan pendampingan pemanfaatan internet dalam bentuk *website* bagi UMKM melalui sebuah situs bernama [www.sentraUMKM.com](http://www.sentraUMKM.com).

Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) mendorong Usaha Kecil Menengah (UMKM) melakukan ekspor melalui *e-commerce* (transaksi *online*) dengan memfasilitasi 250 UMKM ekspor masuk dalam situs *Alibaba.com*. Kepala BPEN Bachrul Chairi mengatakan “Pengusaha yang akan BPEN pilih adalah UMKM yang berprestasi seperti penerima *export award*, *seal of excellence* untuk diprioritaskan”. Sebenarnya UMKM memiliki kesempatan yang cukup besar untuk dikembangkan khususnya bila para pelaku UMKM mengadopsi *e-commerce* pada promosi UMKM tersebut (Nadeak et al., 2021; Nugroho, Hutagalung, et al., 2021). Perilaku pelaku UMKM berpengaruh pada eksistensi suatu UMKM. Hal ini telah dibuktikan oleh para peneliti dalam bentuk hubungan sikap – perilaku yang disebut *Theory of*

*Reasoned Action*. Dalam teori tersebut disebutkan bahwa perilaku seseorang dibentuk dari *Attitude Toward Behavior* dan *Subjective Norm* (Ajzen & Fishbein, 1980; Ajzen, 1991, 2015).

Ajzen & Fishbein (1980) juga menyatakan bahwa *Theory Of Reasoned Action* bisa dikonseptualisasikan sebagai suatu formula atau kerangka dengan *Attitude Toward* dan *Subjective norm* yang memprediksikan perilaku. *Theory Of Reasoned Action* kemudian disempurnakan oleh Ajzen dengan menambahkan *Perceived Behavior Control* sebagai *Antecedent* dari niat melakukan suatu sikap dan menjadi suatu kerangka baru yang disebut *Theory of Planned Behavior*. *Theory Of Planned Behavior* dapat menjelaskan bahwa perilaku seseorang (*behavior*) dipengaruhi oleh niat berperilaku (*Intention to Behavior*), sedangkan niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward Behavior*), norma subjectif (*Subjective Norm*), dan kontrol terhadap keperilakuan yang dirasakan (*Perceived Behavior Control*).

Teori tentang adopsi teknologi yang pertama kali muncul adalah *Theory Of Planned of Behavior* (TPB) (Ajzen, 2015b). *Theory Of Planned Behavior* menyatakan bahwa perhatian keperilakuan adopsi teknologi ditentukan oleh tiga tingkat kepercayaan penggunaan, yaitu kepercayaan perilaku (*behavior beliefs*), kepercayaan normatif (*normatif beliefs*) dan kepercayaan pengawasan (*control beliefs*). Terdapat perdebatan mengenai hubungan di antara *attitude* atau sikap dan *behavior* atau perilaku, dan terdapat keyakinan bahwa *attitude* menyebabkan *behavior* (Soon & wallace, 2015). Dalam penelitiannya, (Azizan & Said, 2015) menyatakan keuntungan internet untuk proses produksi dan operasi bisnis adalah akan mempercepat laju data (desain, spesifikasi barang) dan informasi (*supplier, costumer*) dalam proses produksi. Hal ini menjadikan proses produksi menjadi lebih murah dan efisien, sehingga produk yang dihasilkan mempunyai *competitive advantage* dengan harga lebih murah (Admiral et al., 2021b; Amri et al., 2021; Asbari, Purba, et al., 2021; Hutagalung et al., 2021; Nadeak et al., 2021; Novitasari, Haque, et al., 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka keragaman yang terjadi pada setiap studi proses adopsi teknologi menunjukkan bahwa tidak ada satu model yang mampu untuk menjelaskan pemahaman ini pada segala situasi (Laudon & Traver, 2016). Hal ini mendorong peneliti untuk mereplikasi model yang diperkirakan relevan untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi *E-Commerce* oleh pelaku UMKM di Banten menggunakan model *Theory of Planned*. Peneliti menganalisa faktor dari adopsi *e-commerce* agar mengetahui pengaruh yang membuat pelaku UMKM tetap mengadopsi *e-commerce*. Peneliti menyadari bahwa setiap UMKM yang ada di Banten memiliki kesempatan untuk memperluas pemasarannya dengan cara mengadopsi *e-commerce*. Penelusuran literatur masih belum ditemukan penelitian sejenis yang menggunakan subyek karyawan UMKM dan unit analisis UMKM di daerah Banten yang cukup marginal.

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan para praktisi dan akademisi tentang *theory of planned behavior* yang digunakan untuk mengukur pengaruh adopsi *e-commerce* oleh pelaku UMKM di daerah yang dinilai masih tertinggal secara teknologi. Model dalam penelitian ini diharapkan mampu mengkonfirmasi teori – teori yang ada terkait dengan *theory planned behavior* (TPB) dan diharapkan penelitian berikutnya bisa memperbaiki dan menyempurnakan keterbatasan pada penelitian ini, serta dapat menambah pengetahuan bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama bagi disiplin ilmu manajemen pemasaran. Metode yang digunakan dan penelitian yang dilakukan dalam studi ini dilatarbelakangi adopsi teknologi *e-commerce* yang dilakukan pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini akan menjadikan studi ini mempunyai keunikan yang dapat memberikan perspektif yang berbeda dalam studi – studi tentang adopsi *e-commerce*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi teknik survei dengan menggunakan analisis kuantitatif. Teknik ini diadopsi karena kemampuannya untuk mengumpulkan data dengan cepat dibandingkan dengan alat lain, sementara memungkinkan pemilihan sampel secara acak, dan memungkinkan peneliti untuk mengukur dan mengontrol beberapa variabel. Setelah itu, untuk mengidentifikasi temuan atau pola dalam sampel terkait, data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan pengetahuan yang berguna secara maksimal untuk membentuk hipotesis yang valid, yang meminimalisir subjektivitas. Dengan demikian, teori positivis diadopsi dalam penelitian ini karena mengidentifikasi kesamaan yang terlihat melalui observasi dan investigasi kerja. Oleh karena itu, pendekatan deduktif diikuti, berusaha untuk mengusulkan dan menguji hipotesis untuk menyesuaikan teori yang ada.

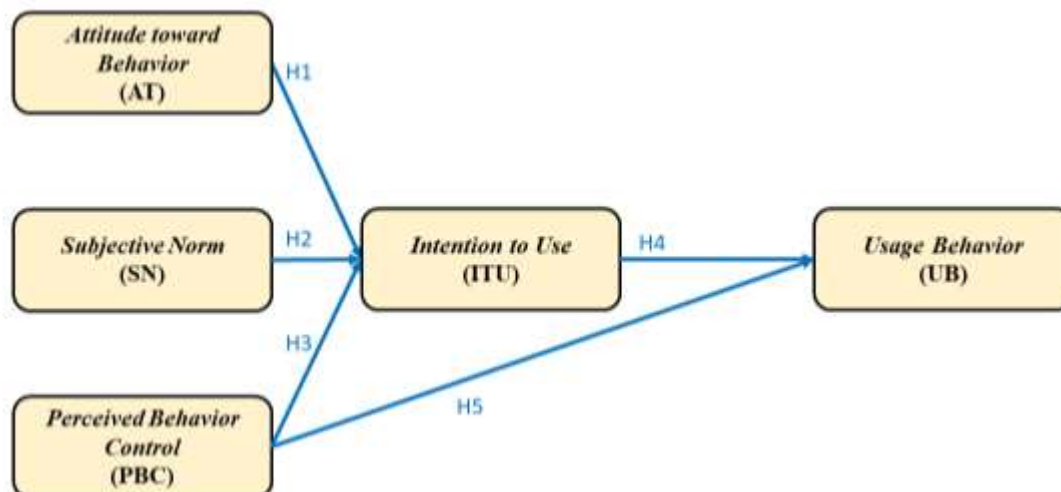
Untuk kepentingan penelitian ini, kuesioner dirancang dalam beberapa bagian: Bagian pertama mencakup pertanyaan demografis di mana pegawai secara anonim nyatakan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan masa kerja. Bagian kedua mencakup 15 pertanyaan yang menangkap seluruh *variable utama theory of planned behavior* (TPB) dengan perincian sebagai berikut: variabel *Attitude toward Behaviour* (AT) terdiri dari 4 item (AT1-AT4), variabel *Subjective Norm* (SN) terdiri dari 3 item (SN1-SN3), variabel *Perceived Behavior Control* (PBC) terdiri dari 4 item (PBC1-PBC4), variabel *Intention to Use* (ITU) terdiri dari 2 item (ITU1-ITU2), DAN variabel *Usage Behavior* (UB) terdiri dari 2 item (UB1-UB2). Instrumen ini diadaptasi dari Ajzen (2006) yang detilnya ada pada Tabel 1.

**Tabel 1. Daftar Item Penelitian**

Notasi	Item	Referensi
<b><i>Attitude toward Behavior</i> (AT)</b>		Ajzen (2006)
AT1	Adopsi <i>e-commerce</i> adalah keputusan yang bijak	
AT2	Adopsi <i>e-commerce</i> adalah keputusan yang positif	
AT3	Adopsi <i>e-commerce</i> adalah keputusan yang bermanfaat	
AT4	Adopsi <i>e-commerce</i> adalah keputusan yang baik	
<b><i>Subjective Norm</i> (SN)</b>		Ajzen (2006)
SN1	Adopsi <i>e-commerce</i> meningkatkan mutu UMKM	
SN2	Adopsi <i>e-commerce</i> menjadikan saya perintis penggunaan <i>e-commerce</i>	
SN3	Adopsi <i>e-commerce</i> mendatangkan calon pembeli baru	
<b><i>Perceived Behavior Control</i> (PBC)</b>		Ajzen (2006)
PBC1	<i>e-commerce</i> mempermudah pemasaran produk/jasa	
PBC2	<i>e-commerce</i> bisa dipelajari	
PBC3	<i>e-commerce</i> mudah dilakukan	
PBC4	<i>e-commerce</i> tidak memerlukan keahlian khusus	
<b><i>Intention to Use</i> (ITU)</b>		Ajzen (2006)
ITU1	Adopsi <i>e-commerce</i> memperluas area penjualan	
ITU2	Adopsi <i>e-commerce</i> adalah cara baru dalam pemasaran	
<b><i>Usage Behavior</i> (UB)</b>		Ajzen (2006)
UB1	Tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> dalam suatu periode waktu meningkat	
UB2	Tingkat aktivitas bisnis dengan mengadopsi <i>e-commerce</i> meningkat	

Dalam kaca mata Sekaran & Bougie (2016) kerangka teoritis adalah fondasi yang mendasari seluruh proyek penelitian. Dari kerangka teori tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang dapat diuji untuk mengetahui

valid tidaknya teori yang dirumuskan. Kemudian selanjutnya akan diukur dengan analisis statistik yang sesuai. Mengacu pada teori dan penelitian sebelumnya, maka penulis membangun model penelitian sebagai mana disebutkan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, studi ini membangun hipotesis berikut ini:

Hipotesis 1 (H1): *Attitude toward behavior* berpengaruh pada *intention to use*.

Hipotesis 2 (H2): *Subjective norm* berpengaruh pada *intention to use*.

Hipotesis 3 (H3): *Perceived behavior control* berpengaruh pada *intention to use*.

Hipotesis 4 (H4): *Intention to use* berpengaruh pada *usage behavior*.

Hipotesis 5 (H5): *Perceived behavior control* berpengaruh pada *usage behavior*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sampel

Total ada 93 pegawai yang berpartisipasi. Responden memiliki kelompok umur yang berbeda-beda, berkisar antara di bawah usia 20 tahun (46,2%), 21-30 tahun (33,3%), 31-40 tahun (12,9%) dan lebih dari usia 40 tahun (7,5%). Masa kerja mereka juga beragam, 79,6% di antaranya di bawah 3 tahun, 12,9% sudah bekerja antara 3-5 tahun, dan 7,5% sisanya telah bekerja lebih dari 5 tahun. Pendidikan tertinggi responden adalah mayoritas setingkat SMP (87,1%), kemudian SLTA (12,9%).

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Penelitian

Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan. Sementara untuk menguji reliabilitas konstruk digunakan *nilai cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan uji reliabilitas (Purwanto et al., 2020; Purwanto, Asbari, & Santoso, 2021b, 2021a; Purwanto, Asbari, Santoso, et al., 2019, 2021).

### Pengujian Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstraknya. Pada sebagian besar referensi, bobot faktor sebesar 0.7 atau lebih dianggap memiliki

validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten (Chin, 1998; Ghazali, 2014; Hair et al., 2010). Pada penelitian ini batas minimal besarnya *loading factor* yang diterima adalah 0.7, dan dengan syarat nilai AVE setiap konstruk > 0.5 (Ghozali, 2014). Setelah melalui pengolahan *SmartPLS 3.0*, hasil memperlihatkan bahwa seluruh indikator telah memiliki nilai *loading factor* di atas 0.7 dan nilai AVE di atas 0.5. Model fit atau valid dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Jadi dengan demikian, validitas konvergen dari model penelitian ini sudah memenuhi syarat. Nilai *loadings*, *cronbach's alpha*, *composite reliability* dan AVE setiap konstruk selengkapnya dapat dilihat tabel 2.

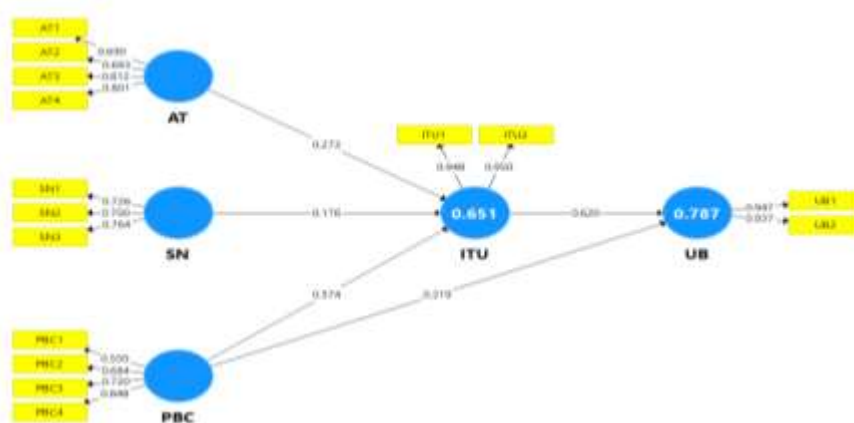
### Pengujian Validitas Deskriminan

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel laten lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk eksogen (nilai pada diagonal) melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (nilai di bawah diagonal) (Ghozali, 2014). Hasil pengujian *discriminant validity* adalah dengan menggunakan nilai kuadrat AVE, yakni dengan melihat *Fornell-Larcker Criterion Value* diperoleh sebagaimana ditunjukkan pada tabel 3. Hasil uji validitas deskriminan pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas nilai korelasi dengan konstruk laten lainnya (melalui kriteria Fornell-Larcker), sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi validitas deskriminan (Fornell & Larcker, 1981).

Selanjutnya dilakukan evaluasi *collinearity* untuk mengetahui ada tidaknya masalah *collinearity* pada model. Untuk menemukan *collinearity* tersebut, diperlukan statistik *collinearity* VIF dari setiap konstruk. Jika VIF lebih dari 5, maka model memiliki *collinearity* (Hair et al., 2014). Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4, semua skor VIF kurang dari 5, yakni hasil dari model struktural *collinearity* mengungkapkan nilai VIF di bawah 2. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas.

### Pengujian Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari masing-masing konstruk. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang disarankan adalah lebih dari 0.7 (Ghozali, 2014). Hasil uji reliabilitas pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.7 (> 0.7). Walaupun nilai *cronbach's alpha* ada yang lebih kecil dari 0.7 (> 0.7), tapi sudah memadai dengan cukup menggunakan kriteria *composite reliability* (Ghozali & Latan, 2015). Kesimpulannya, seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang dipersyaratkan.



Gambar 2. Model Penelitian Valid

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2021)

**Tabel 2. Items Loadings, Cronbach's Alpha, Composite Reliability, and Average Variance Extracted (AVE)**

Variables	Items	Loadings	Cronbach's Alpha	Rho-A	Composite Reliability	AVE
<i>Attitude toward Behaviour (AT)</i>	AT1	0,690	0,760	0,826	0,837	0,564
	AT2	0,693				
	AT3	0,812				
	AT4	0,801				
<i>Subjective Norm (SN)</i>	SN1	0,726	0,567	0,568	0,774	0,533
	SN2	0,700				
	SN3	0,764				
<i>Perceived Behavior Control (PBC)</i>	PBC1	0,550	0,694	0,788	0,798	0,502
	PBC2	0,684				
	PBC3	0,720				
	PBC4	0,848				
<i>Intention to Use (ITU)</i>	ITU1	0,948	0,889	0,889	0,948	0,900
	ITU2	0,950				
<i>Usage Behavior (UB)</i>	UB1	0,947	0,874	0,877	0,940	0,888
	UB2	0,937				

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2021)

**Tabel 3. Discriminant Validity**

Variables	AT	ITU	PBC	SN	UB
AT	0,751				
ITU	0,590	0,949			
PBC	0,532	0,757	0,708		
SN	0,064	0,318	0,216	0,730	
UB	0,580	0,862	0,789	0,337	0,942

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2021)

**Tabel 4. Collinearity (VIF)**

Variables	AT	ITU	PBC	SN	UB
AT		1,401			
ITU					2,345
PBC		1,464			2,345
SN		1,053			
UB					

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2021)

**Tabel 5. Nilai R Square**

Variables	R Square	R Square Adjusted
ITU	0,651	0,640
UB	0,787	0,782

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2021)

**Tabel 6. Hypotheses Testing**

Hypotheses	Relationship	Beta	M	SE	T Statistics	P-Values	Decision
------------	--------------	------	---	----	--------------	----------	----------

H1	AT -> ITU	0,273	0,279	0,073	3,744	0,000	Didukung
H2	SN -> ITU	0,176	0,178	0,053	3,342	0,001	Didukung
H3	PBC -> ITU	0,574	0,573	0,077	7,456	0,000	Didukung
H4	ITU -> UB	0,620	0,610	0,087	7,113	0,000	Didukung
H5	PBC -> UB	0,319	0,328	0,093	3,447	0,001	Didukung

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2021)

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam PLS disebut juga sebagai uji inner model. Uji ini meliputi uji signifikansi pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengukuran besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Untuk mengetahui pengaruh *Attitude toward Behaviour (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, *Perceived Behavior Control (PBC)* terhadap *Intention to Use (ITU)* dan *Usage Behavior (UB)* dibutuhkan uji pengaruh. Uji pengaruh dilakukan dengan menggunakan uji t-statistik dalam model analisis *partial least squared (PLS)* dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS 3.0*. Dengan teknik *bootstrapping*, diperoleh nilai *R Square* dan nilai uji signifikansi sebagaimana tabel 5 dan tabel 6.

Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai *R Square Intention to Use (ITU)* sebesar 0,651 yang berarti bahwa variabel *Intention to Use (ITU)* mampu dijelaskan oleh variabel *Attitude toward Behaviour (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, dan *Perceived Behavior Control (PBC)* sebesar 65,1%, sedangkan sisanya sebesar 34,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sementara itu, nilai *R Square Usage Behavior (UB)* sebesar 0,787 yang berarti bahwa variabel *Usage Behavior (UB)* mampu dijelaskan oleh variabel *Attitude toward Behaviour (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, *Perceived Behavior Control (PBC)*, dan *Intention to Use (ITU)* sebesar 78,7%, sedangkan sisanya sebesar 21,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Artinya bahwa substansi pengaruh dalam model hubungan pada model penelitian ini adalah terbilang sangat kuat (Chin, 1998). Sedangkan Tabel 6 menampilkan *t-statistics* dan *p-values* yang menunjukkan pengaruh antar variabel penelitian yang telah disebutkan.

Dari hasil pengujian yang dipaparkan pada tabel 6, ditemukan fakta bahwa seluruh hipotesis diterima (H1, H2, H3, H4, dan H5 diterima/didukung). Peneliti mencatat bahwa *attitude toward behavior* secara positif mempengaruhi *intention to use*, yang berarti semakin tinggi *attitude behavior* maka akan berpengaruh meningkatkan *intention to use*. Hasil tersebut mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ajzen (1991), dan penelitian Ajzen (2015) dan Soon & Wallace (2017) yang menyatakan bahwa variabel yang mempengaruhi niat individu dalam melakukan sesuatu (*intention to use*) adalah variabel *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*.

Hubungan *subjective norm* terhadap *intention to use* berpengaruh signifikan positif. Hal ini berarti *subjective norm* berpengaruh meningkatkan *intention to use*. Selain itu, terdapat pengaruh signifikan positif yang kuat dari *perceived behavior control* terhadap *intention to use*, yang berarti bahwa peningkatan *perceived behavior control* meningkatkan *intention to use*. Hasil ini sesuai dengan penelitian barnet dan Persley (2004) dan Ajzen (1992) yang menyatakan bahwa minat (*intention to use*) dipengaruhi oleh *perceived behavior control* dan norma subjektif. Ajzen (2004) juga menyatakan bahwa *perceived behavior control* berpengaruh kuat pada minat (*intention to use*).

*Perceived behavior control* secara positif mempengaruhi *usage behavior*, yang berarti bahwa peningkatan *perceived behavior control* berpengaruh meningkatkan *usage behavior*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ajzen (2004) yang menyatakan bahwa meskipun *perceived behavior control* berpengaruh kuat pada *usage behavior* bila dimediasi oleh *intention to use*, tetapi bila *perceived behavior control* langsung terhadap *usage behavior* pengaruhnya ada tetapi lemah.



*Intention to use* secara positif mempengaruhi *usage behavior*, yang berarti semakin tinggi atau meningkatnya *intention to use* akan berpengaruh terhadap peningkatan *usage behavior*. Hasil tersebut mendukung penelitian Wellington *et. al.* (2006) dimana kehendak (*intention*) adalah perasaan disaat seseorang merencanakan atau berniat melakukannya, yang akan segera diwujudkan dalam perilaku (*usage behavior*). Hasil ini juga sesuai dengan penelitian Ajzen (2004) yang menyatakan bahwa minat (*intention to use*) bisa berpengaruh kuat secara langsung pada *usage behavior*.

*Attitude toward behavior* yang mempengaruhi *intention to use* mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki sikap menerima terhadap adopsi teknologi akan berminat untuk mengadopsi *e-commerce*. Pelaku UMKM yang merasa bahwa mengadopsi *e-commerce* tidak akan menghasilkan sesuatu yang negatif, akan bisa berminat untuk melakukan adopsi *e-commerce*. Norma Subjektif juga mempengaruhi tumbuhnya minat pada pelaku UMKM untuk mengadopsi *e-commerce*. Nilai sosial yang baik di mata masyarakat tentang *e-commerce* dan pandangan positif dari orang – orang penting seperti teman atau keluarga pelaku UMKM tentang *e-commerce* akan mempengaruhi keinginan pelaku UMKM untuk mengadopsi *e-commerce*.

Persepsi atau pemikiran seseorang bahwa mengadopsi *e-commerce* itu mudah dilakukan memungkinkan orang tersebut mengadopsi *e-commerce* dalam keperluan pemasarannya, dan minat untuk mengadopsi *e-commerce* yang tumbuh dalam diri seseorang sangat memungkinkan orang tersebut benar – benar mengadopsi *e-commerce*. Jika pelaku UMKM merasa bahwa dia bisa mengontrol perilakunya untuk tetap menggunakan *e-commerce* setelah dia memutuskan untuk menggunakan *e-commerce*, maka akan memunculkan minat pada pelaku UMKM untuk mengadopsi *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM dikarenakan adanya minat yang muncul karena pertimbangan pelaku UMKM secara keseluruhan, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*. Ajzen (1992) menyatakan bahwa faktor persepsi yang kuat penting untuk meyakinkan diri seseorang sehingga memunculkan minat yang kuat pada diri seseorang. Memunculkan dan menumbuhkan *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* perlu dilakukan sehingga minat untuk menggunakan *e-commerce* tetap ada. Hasil penelitian ini mendukung penelitian – penelitian terdahulu dan membuktikan bahwa *theory of planned behavior* dapat diaplikasikan untuk menilai keperilakuan pelaku UMKM dalam mengadopsi *e-commerce*. Para akademisi bisa menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk membuat penelitian yang mengimplementasikan *theory of planned behavior*, dan untuk membantu pengembangan UMKM di Indonesia dengan adopsi *e-commerce*.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan pada beberapa hal. Pertama, variabel yang terlibat hanya variabel utama dalam teori TPB, sedangkan perilaku adopsi *e-commerce* sangat mungkin dipengaruhi dan mempengaruhi variable-variabel yang lain, seperti regulasi pemerintah, budaya kerja, teknologi dan sebagainya. Kedua, sampel hanya terdiri dari karyawan UMKM yang tinggal di Banten, yang bisa jadi hasilnya berbeda jika penelitian ini dilakukan pada populasi lain dan pada industry yang berbeda, seperti manufaktur, ritel dan industri jasa yang sejenisnya.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa: Pertama, *attitude toward using* berpengaruh signifikan positif terhadap *intention to use*. Hal ini berarti sikap dari pelaku UMKM terhadap perilaku penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif pada minat UMKM dalam menggunakan *e-commerce*. Kedua, *subjective norm* berpengaruh signifikan pada *intention to use*. Ini berarti nilai sosial dari keluarga, orang tua, relasi, dan tetangga mempengaruhi minat dari pelaku UMKM dalam memasarkan produk atau jasanya melalui *e-commerce*. Ketiga, *perceived behavior control* berpengaruh pada *intention to use*. Ini berarti, kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang positif pada munculnya minat pelaku UMKM untuk

menggunakan *e-commerce*. Keempat, *intention to use* berpengaruh signifikan pada *usage behavior*. Ini berarti niat dari pelaku UMKM dalam memasarkan produk atau jasanya melalui *e-commerce* mendorong perilaku penggunaan *e-commerce*. Kelima, *perceived behavior control* berpengaruh pada *usage behavior*. Berdasarkan hal itu, dapat dikatakan bahwa faktor persepsi tentang kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku yang akan dikerjakan berpengaruh pada penggunaan *e-commerce* oleh orang tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admiral, Chidir, G., Asbari, M., Supriatna, H., & Novitasari, D. (2021a). Linking Employee Coaching, Team Commitment And Performance: Evidence From Indonesian Msmes. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 2(04), 22–34.
- Admiral, Chidir, G., Asbari, M., Supriatna, H., & Novitasari, D. (2021b). Linking Employee Coaching, Team Commitment And Performance: Evidence From Indonesian Msmes. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 02(04), 22–34. <https://www.ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/48>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitude And Predicting Social Behaviour*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ajzen, Icek. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, Icek. (2006). *Constructing A Theory Of Planned Behavior Questionnaire*. Amherst, MA.
- Ajzen, Icek. (2015a). Consumer Attitudes And Behavior: The Theory Of Planned Behavior Applied To Food Consumption Decisions. *Consumer Attitudes And Behavior: The Theory Of Planned Behavior Applied To Food Consumption Decisions*, 70(2), 121–138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- Ajzen, Icek. (2015b). The Theory Of Planned Behaviour Is Alive And Well, And Not Ready To Retire: A Commentary On Sniehotta, Pesseau, And Araújo-Soares. *Health Psychology Review*, 9(2), 131–137.
- Amri, W. A. A., Asbari, M., Gazali, Novitasari, D., & Purwanto, A. (2021). The Effect Of Religiosity And Service Quality On Job Satisfaction: A Case Study Of MSME Employees. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 01(01), 53–63. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v2i1.7>
- Aniyah, Supriyanto, Kumoro, D. F. C., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2020). Analysis Of The Effect Of Quick Ratio (QR), Total Assets Turn Over (TATO), And Debt To Equity Ratio (DER) On Return On Equity (ROE) At PT . XYZ. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(3), 166–183. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/77>
- Asbari, M. (2011). *Kepemimpinan Transformasional: Landasan Menuju World Class Company*.
- Asbari, M., & Novitasari, D. (2021). Pengaruh Authentic Leadership Terhadap Mentalitas Siap Berubah Dan Kinerja Pegawai Paruh Waktu. *Business Management Journal*, 17(1), 73–88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bmj>
- Asbari, M., Nurhayati, W., & Purwanto, A. (2019). The Effect Of Parenting Style And Genetic Personality On Children Character Development. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 23(2), 206–218.
- Asbari, M., Purba, J. T., Hariandja, E. S., & Sudibjo, N. (2021). From Leadership To Innovation: Managing Employee Creativity. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 143–154. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.287>
- Asbari, M., Purwanto, A., Sudargini, Y., & Fahmi, K. (2021). The Effect Of Work-Family Conflict And Social Support On Job Satisfaction: A Case Study Of Female Employees In Indonesia. *International*

- 4436 *Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior – Erni Taruli Pebrina, Ipang Sasono, Dhaniel Hutagalung, Riyanto, Masduki Asbari*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>
- Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 1(01), 32–42.
- Azizan, N. A., & Said, M. A. A. (2015). The Effect Of E-Commerce Usage Of Online Business Performance Of Hotels. *International Business Management*, 9(4), 574–580. <https://doi.org/10.3923/ibm.2015.574.580>
- Chin, W. (1998). *The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling* (E. Modern Methods For Business Research, In: G. A. Marcoulides (Ed.)). Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Faraoni, M., Rialti, R., Zollo, L., & Pellicelli, A. C. (2019). Exploring E-Loyalty Antecedents In B2C E-Commerce: Empirical Results From Italian Grocery Retailers. *British Food Journal*, 121(2), 574–589. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0216>
- Fikri, M. A. A., Amri, L. H. A., Nadeak, M., Novitasari, D., & Asbari, M. (2021). Urgensi Menumbuhkan Motivasi Pelayanan Publik Pegawai Puskesmas: Analisis Servant Leadership Dan Mediasi Basic Need Satisfaction. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6), 4172–4185.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. *BP Undip. Semarang*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hutagalung, D., Admiral, Nuryanti, Y., Asbari, M., & Novitasari, D. (2021). Managing Tacit Knowledge Sharing: From Charismatic Leadership To Psychological Safety Climate. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(1), 108–119. <https://doi.org/10.35314/Inovbiz.V9i1.1888>
- Jan Mei Soon And Carol Wallace. (2015). Application Of Theory Of Planned Behaviour In Purchasing Intention And Consumption Of Halal Food. *Nutrition & Food Science*, 45(3), 433–447. <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/NFS-12-2014-0097>
- Johan, M., Budiadnyana, G. N., Admiral, Asbari, M., & Novitasari, D. (2021). Kepemimpinan Karismatik Dalam Perspektif Karyawan UMKM: Dari Motivasi Intrinsik Hingga Tacit Knowledge Sharing. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 598–613. <https://ummaspul.ejournal.id/maspuljr/article/view/1303>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce: Business, Technology, Society*.
- Nadeak, M., Widodo, A., Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2021). Understanding The Links Between Coaching, OCB, And Individual Performance Among MSME Employees. *International Journal Of Social And Management Studies*, 01(04), 65–80. <https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/52>
- Negroponte, N., Harrington, R., Mckay, S. R., & Christian, W. (1997). Being Digital. *Computers In Physics*, 11(3), 261–262.
- Novitasari, D., & Asbari, M. (2021). Leaders Coaching Di Sekolah: Apa Perannya Terhadap Kinerja Guru? *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 580–597. <https://ummaspul.ejournal.id/maspuljr/article/view/1299>
- Novitasari, D., Asbari, M., & Sasono, I. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kerja: Studi Kasus Pada Karyawan Industri Manufaktur. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 117–130.
- Novitasari, D., Haque, M. G., Supriatna, H., Asbari, M., & Purwanto, A. (2021). Understanding The Links Between Charismatic Leadership, Intrinsic Motivation And Tacit Knowledge Sharing Among MSME

4437 *Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior – Erni Taruli Pebrina, Ipang Sasono, Dhaniel Hutagalung, Riyanto, Masduki Asbari*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>

Employees. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 02(03), 1–13.  
<https://www.ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/29>

Novitasari, D., Hutagalung, D., Amri, L. H. A., Nadeak, M., & Asbari, M. (2021). Kinerja Inovasi Di Era Revolusi Industri 4.0: Analisis Knowledge-Oriented Leadership Dan Kapabilitas Manajemen Pengetahuan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 1245–1260.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.520>

Nugroho, Y. A., Hutagalung, D., Asbari, M., Supriatna, H., & Novitasari, D. (2021). Mempertahankan Kinerja Karyawan UMKM: Analisis Pengaruh Managerial Coaching Dan Motivasi Intrinsik. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 54–68.

Nugroho, Y. A., Putra, F., Novitasari, D., Asbari, M., & Purwanto, A. (2021). Developing Innovation Capability: Between Individual And Organizational Factors. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 1(01), 74–88.

Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, P. B., Wijayanti, L. M., Hyun, C. C., & Pramono, R. (2020). Effect Of Application ISO 38200:2018 Chain Of Wood Products Custody Toward Paper Company Competitiveness In Borneo Island Indonesia. *International Journal Of Science And Management Studies (IJSMS)*, 3(2), 28–35.

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021a). Analisis Data Penelitian Manajemen Pendidikan: Perbandingan Hasil Antara Amos, Smartpls, Warppls, Dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Kecil. *International Journal Of Social, Policy And Law (IJOSPL)*, 01(01), 111–122.  
<https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021b). Education Management Research Data Analysis: Comparison Of Results Between Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, Smartpls, Warppls, And SPSS For Small Samples. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 382–399. <https://ejournal.ikhac.ac.id/index.php/nidhomulhaq/article/view/1575>

Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Haque, M. G., & Nurjaya. (2019). Marketing Research Quantitative Analysis For Large Sample: Comparing Of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, Smartpls, Warppls, And SPSS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik*, 9(2), 355–372. <https://ojs.unm.ac.id/iap/article/view/22803>

Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Paramarta, V., & Sunarsih, D. (2020). Social And Management Research Quantitative Analysis For Medium Sample: Comparing Of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, Smartpls, Warppls, And SPSS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik*, 9(2), 518–532. <https://ojs.unm.ac.id/iap/article/view/22804>

Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Sunarsi, D., & Ilham, D. (2021). Education Research Quantitative Analysis For Little Respondents: Comparing Of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, Smartpls, Warppls, And SPSS. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(2), 335–350. <https://ejournal.my.id/jsgp/article/view/1326>

Purwanto, A., Pramono, R., Asbari, M., Santoso, P. B., Wijayanti, L. M., Hyun, C. C., & Putri, R. S. (2020). Explorative Studies Impact Of The Covid-19 Pandemic Towards Online Learning In Elementary Schools. *Journal Of Education, Psychology And Counseling*, 2(1), 1–12.

Ristiani, D., Asbari, M., & Novitasari, D. (2020). Analisis Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa Menggunakan Metode Multi Factor Evaluation Process. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 1(3), 245–247.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.

Sharma, G., & Lijuan, W. (2015). The Effects Of Online Service Quality Of E-Commerce Websites On User Satisfaction. *The Electronic Library*.

4438 *Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior – Erni Taruli Pebrina, Ipang Sasono, Dhaniel Hutagalung, Riyanto, Masduki Asbari*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>

Sihite, O. B., Purwanto, A., Hutagalung, L., Purba, R. I., Mustikasiwi, A., Liem, J., & Asbari, M. (2020). Interests And Obstacles To Publication Of Articles In Reputable International Journals: Exploratory Studies Of Doctoral Students At Private Universities In Jakarta. *International Journal Of Control And Automation*, 13(2), 176–184.

Soon, J. M., & Wallace, C. (2017). Application Of Theory Of Planned Behaviour In Purchasing Intention And Consumption Of Halal Food. *Nutrition & Food Science*.

Suroso, Riyanto, Novitasari, D., Sasono, I., & Asbari, M. (2021). Esensi Modal Psikologis Dosen: Rahasia Kreativitas Dan Inovasi Di Era Education 4.0. *Edumaspul - Jurnal Pendidikan*, 5(1), 437–451.