

ABSTRAK

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mengubah cara bisnis dijalankan, termasuk UMKM. Dengan memanfaatkan TIK, UMKM dapat mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi. Salah satu bentuk TIK yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah *e-commerce*. Adopsi *e-commerce* oleh UMKM di Indonesia masih beragam. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* oleh UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Managerial Characteristics*, *Observability*, *Relative Advantage*, dan *Customer Pressure* terhadap adopsi *e-commerce* oleh UMKM di Kota Surakarta.

Dalam penelitian ini yang berlokasi di Kota Surakarta. Sampel diambil dengan menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *incidental*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *SEM-PLS* pada aplikasi *Smart-PLS 4*.

Jumlah responden di dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada UMKM Kota Surakarta dan dianalisis menggunakan *SEM-PLS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Managerial Characteristics* memiliki pengaruh negatif terhadap *adoption e-commerce* UMKM Kota Surakarta. Namun, pada variabel *Observability*, *Relative Advantage*, dan *Customer Pressure* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *adoption e-commerce* UMKM Kota Surakarta

Kata Kunci: *e-commerce*, UMKM, *managerial characteristic*, *Observability*, *Relative Advantage*, *Customer Pressure*