

ABSTRAK

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan satu bagian penting dari sektor ekonomi yang mengalami perkembangan yang positif serta memberi sumbangan cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Digitalisasi di sektor ini berjalan maju dengan cepat sejalan dengan semakin ketatnya persaingan usaha yang hadir. Penerapan *e-bisnis* dalam kegiatan usaha UMKM menjadi salah satu cara untuk mengembangkan serta mempertahankan usaha di tengah persaingan ketat di sektor UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Managerial Characteristics*, *Organisational Readiness*, *Relative Advantage*, *Cost*, *Managers Innovativeness*, *Organisational Factors ICT*, *Government Support*, *Customer Pressure*, *Direct Competitors*, *Complexity of The Country*, *Ease of Use*, *Compatibility*, *Observability*, dan *Perceived Risk* berpengaruh terhadap adopsi *E-commerce* pada unit UMKM di Kabupaten Garut, yang merupakan salah satu daerah dengan jumlah UMKM terbanyak di Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kabupaten Garut.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive*. Peneliti mengambil sampel lebih lanjut dengan memilih 140 UMKM yang terdaftar dalam data UMKM aktif yang ada di Kabupaten Garut.

Hasil pada penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwasanya variabel *Cost*, *Ease of Use*, *Observability* dan *Relative Advantage* memiliki pengaruh yang positif terhadap Adopsi *E-commerce* pada UMKM di Kabupaten Garut. Variabel *Complexity of The Country*, *Customer Pressure*, *Compatibility*, *Direct Competitors*, *Government Support*, *Managerial Characteristic*, *Manager Innovativeness*, *Organisational Factors ICT*, *Organisational Readiness*, dan *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh terhadap Adopsi *E-commerce* pada UMKM di Kabupaten Garut.

Kata Kunci: UMKM, *E-commerce*, *Managerial Characteristics*, *Organisational Readiness*, *Relative Advantage*, *Cost*, *Managers Innovativeness*, *Organisational Factors ICT*, *Government Support*, *Customer Pressure*, *Direct Competitors*, *Complexity of The Country*, *Ease of Use*, *Compatibility*, *Observability*, *Perceived Risk*, Garut