

ABSTRAK

IMAN NURAHMAN–2116191036. Pengukuran Tingkat *E-Readiness* Adopsi *E-Commerce* Pada Reseller Mouza Indonesia Menggunakan Metode *Technology Readiness Index*. Di bawah bimbingan Bapak Khaerul Manaf.

E-commerce merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Data survei *e-commerce* 2019 oleh BPS menunjukkan bahwa dari total usaha yang dihitung, hanya 15,08 persen yang termasuk dalam kategori *e-commerce*. Survei ini dilakukan dengan mengambil sampel dari 3.504 Blok Sensus yang tersebar di 101 kabupaten/kota di semua provinsi di Indonesia pada tahun 2019.. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan melalui internet di Indonesia masih tergolong rendah, usaha di Indonesia masih didominasi dengan jenis usaha konvensional. Belum diketahui faktor-faktor kesiapan adopsi *e-commerce* pada Reseller Mouza Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana kesiapan adopsi serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesiapan adopsi *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan model *Technology Readiness Index* (TRI). Populasi pada penelitian ini adalah PT. Mouza Sinergi Indonesia terfokus pada para Reseller yang menjual produk Mouza. Sampel yang digunakan dari populasi tersebut berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisa menggunakan *PLS-SEM* serta proses analisis data menggunakan *SmartPLS* versi 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dua dari empat hipotesis diterima. Sehingga faktor yang mempengaruhi kesiapan adopsi *e-commerce* adalah variable *Optimism* terhadap IT

Adoption dan *Discomfort* terhadap variabel customer *IT Adoption*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media transaksi jual-beli secara *online* bagi para *Resseler* Mouza Indonesia.

Kata Kunci: kesiapan adopsi, *e-commerce*, *Technology Readiness Index*, *PLS-SEM*.

ABSTRACT

Measuring the Level of E-Readiness of E-Commerce Adoption at Mouza Indonesia Resellers Using the Technology Readiness Index Method. Under the guidance of Mr. Khaerul Manaf.

E-commerce is a concept that can be described as the process of buying and selling goods on the internet or the process of buying and selling or exchanging products, services and information through information networks including the internet. The 2019 e-commerce survey data by BPS shows that of the total businesses counted, only 15.08 percent are included in the e-commerce category. This survey was conducted by taking samples from 3,504 Census Blocks spread across 101 regencies/cities in all provinces in Indonesia in 2019. This shows that businesses conducted via the internet in Indonesia are still relatively low, businesses in Indonesia are still dominated by business types. conventional. The readiness factors for e-commerce adoption at Mouza Indonesia Resellers are not yet known. The purpose of this study is to determine the extent of adoption readiness and what factors influence e-commerce adoption readiness. This study uses the Technology Readiness Index (TRI) model. The population in this study is PT. Mouza Sinergi Indonesia focuses on resellers who sell Mouza products. The sample used from this population is 100 respondents with a purposive sampling technique. This study uses quantitative methods with analysis techniques using PLS-SEM and data analysis using SmartPLS version 4. The results of this study indicate that two of the four hypotheses are accepted. So that the factors that influence the readiness of e-commerce adoption are the Optimism variable for IT Adoption and Discomfort for the IT Adoption customer variable. The results of this study are expected to be taken

into consideration in developing and utilizing e-commerce as a medium for online buying and selling transactions for Mouza Indonesia Resselers.

Keywords: *adoption readiness, e-commerce, Technology Readiness Index, PLS-SEM.*