

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU ADOPSI PENJUALAN ONLINE PADA UKM MEBEL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Muchlash Kurniawan<sup>1</sup>, Titik Kusmantini<sup>2</sup>, Tri Wahyuningsih<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

e-mail coresspondensi: awanmuchlash@gmail.com

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh perceived benefit, perceived risk, technological factor, dan external pressure terhadap adopsi penjualan online pada UKM Mebel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah masih kurang optimalnya pengadopsian penjualan online yang terdapat di UKM Mebel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 74 pemilik Mebel. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik sensus di mana seluruh karyawan dijadikan sebagai sampel. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan partial least square (PLS) yang menggunakan SmartPLS. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: perceived benefit, perceived risk, technological factor, dan external pressure berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi penjualan online pada UKM Mebel di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Manajemen Operasi khususnya pada penelitian tentang pengadopsian penjualan online.

**Kata Kunci:** Perceived Benefit, Perceived Risk, Technological Factor, External Pressure, Adopsi Penjualan Online