

**ANALISIS FAKTOR KESUKSESAN E-COMMERCE
PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI
JAWA TIMUR**

Nama Mahasiswa : Umi Nur Fadila

NRP : 5210 100 066

Jurusan : Sistem Informasi FTIF-ITS

Dosen Pembimbing : Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc

**Feby Artwodini Muqtadiroh, S.Kom,
M.T**

Abstrak

E-commerce sebagai media jual beli online mulai berkembang dan ramai diperbincangkan oleh pelaku bisnis seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi. Implementasi e-commerce diakui dapat memberikan berbagai macam keuntungan seperti kemudahan bertransaksi yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, sehingga hal tersebut menggeser kebiasaan masyarakat cenderung untuk melakukan transaksi secara online (online shopping). Saat ini banyak pelaku bisnis berskala besar maupun pebisnis berskala mikro, kecil dan menengah (UMKM) mulai mengimplementasikan e-commerce. Dan fakta yang terjadi tidak sedikit pelaku bisnis yang dapat merasakan manfaat kesuksesan e-commerce, namun demikian tidak sedikit pula pelaku bisnis yang mengetahui apakah e-commerce mereka telah meraih kesuksesan dan bahkan masih banyak yang mengalami kegagalan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang menjadi penyebab kesuksesan e-commerce dengan mengacu pada teori kesuksesan e-commerce penelitian sebelumnya. Teori penelitian tersebut mengkatégorikan kesuksesan e-commerce berdasarkan 4 faktor yaitu faktor

pendorong Internal (Internal Drivers), faktor pendorong eksternal (External Drivers), faktor penghambat Internal (Internal Obstacles) dan faktor penghambat eksternal (External Obstacles). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generalized Structured Component Analysis (GSCA). Tools yang digunakan untuk menganalisis data yaitu SPSS dan GeSCA. Dari 222 UMKM di Jawa Timur diketahui bahwa (1) Internal Drivers memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan e-commerce, (2) Internal Obstacles memiliki pengaruh negatif terhadap kesuksesan e-commerce, (3) External Drivers memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan e-commerce, (4) External Obstacles memiliki pengaruh negatif terhadap kesuksesan e-commerce serta hasil penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi untuk meningkatkan kesuksesan e-commerce pada UMKM.

Kata Kunci : e-commerce, faktor kesuksesan e-commerce, UMKM, Internal Drivers, Internal Obstacles, External Drivers, External Obstacles, Generalized Structured Component Analysis (GSCA).