

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka.

2.1.1 E-Commerce

E-commerce adalah seperangkat teknologi yang dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Yulimar, 2010). Menurut Kalakota dan Whinston (1997), definisi *e-commerce* dapat ditinjau melalui empat perspektif yang berbeda yaitu (Turban, E., dan King, D., 2002):

- a) Dilihat dari perspektif komunikasi, *e-commerce* merupakan pengadaan barang, jasa, serta informasi atau penyeteroran melalui jejaring komputer atau alat elektronik yang lainnya.
- b) Dilihat dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* merupakan implementasi dari teknologi yang mengarah kepada mekanisasi transaksi bisnis dan aliran kerja (*workflow*).
- c) Dilihat dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan cara bagi perusahaan dalam memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam rangka memotong biaya layanan (*service cost*) ketika menaikkan kualitas produk dan menaikkan kinerja pelayanan konsumen.
- d) Dilihat dari perspektif *online*, *e-commerce* merupakan sebuah wadah yang memungkinkan adanya proses jual beli produk melalui media elektronik, internet dan sarana *online* lainnya.

E-commerce dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek, berikut ini klasifikasi *e-commerce* menurut sifat transaksinya (Turban, E., dan King D., 2002):

- a) *Business-to-Business* (B2B) Kegiatan transaksi *e-commerce* pada B2B, umumnya melibatkan perusahaan atau pelaku bisnis lain sebagai pembeli atau penjual.

- b) *Business-to-Consumer (B2C)* Kegiatan transaksi *e-commerce* pada B2C memiliki skala yang lebih kecil, tidak hanya organisasi tetapi individu juga terlibat sebagai pembeli atau penjual. *Business-to-Consumer* juga biasa disebut sebagai *e-tailing*.
- c) *Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C)* Pada kegiatan transaksi *e-commerce* ini, perusahaan bertindak sebagai penyedia produk barang atau jasa kepada perusahaan lainnya, kemudian perusahaan
- d) *Consumer-to-Business (C2B)* Pada kegiatan transaksi *e-commerce* ini, individu berperan sebagai penyedia produk barang atau jasa kepada perusahaan atau organisasi yang berperan sebagai konsumen.
- e) *Consumer-to-Consumer (C2C)* Pada kegiatan transaksi *e-commerce* ini, individu menjual produk barang atau jasa lainnya kepada individu lain sebagai konsumen.
- f) *Mobile Commerce (M-Commerce)* *M-Commerce* merupakan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik yang berteknologi tinggi, yang dapat digerakkan dengan bebas atau bergerak tanpa kabel.
- g) *Intrabusiness E-Commerce* *Intrabusiness E-Commerce* merupakan kegiatan bisnis internal meliputi pertukaran barang atau jasa dan informasi antar unit di dalam sebuah perusahaan atau organisasi.
- h) *Business-to-Employees* Pada tipe *e-commerce* ini merupakan bagian dari *Intrabusiness E-Commerce*, dimana perusahaan menyediakan barang atau jasa, informasi kepada pegawai yang bekerja di dalamnya.
- i) *Collaborative Commerce* *Collaborative Commerce* terjadi ketika individu atau organisasi melakukan kolaborasi atau komunikasi secara *online*.
- j) *Non-business E-Commerce* *Non-business E-Commerce* merupakan tipe *e-commerce* yang bergerak tidak untuk mencari keuntungan seperti organisasi *non-profit*, organisasi keagamaan, organisasi sosial, dan organisasi lainnya.
- k) *E-Government* *E-Government* merupakan tipe *e-commerce* yang digunakan oleh pemerintah dalam memberikan informasi dan pelayanan

2.1.2 Agribisnis

Agribisnis merupakan suatu pendekatan yang dapat digunakan dalam kegiatan pembangunan pertanian. Agribisnis adalah suatu sistem bisnis pertanian yang utuh mulai dari subsistem penyediaan faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal (sarana produksi dan peralatan pertanian), dan skill), subsistem budidaya tanaman dan atau ternak, subsistem pengolahan (agroindustri), subsistem pemasaran, subsistem prasarana, dan subsistem pembinaan. Wawasan agribisnis pada dasarnya adalah kerangka berpikir secara utuh tentang proses pertanian mulai dari bagaimana menyiapkan faktor produksi, bagaimana budidayanya, bagaimana pengolahannya (agroindustri), bagaimana pemasarannya, bagaimana kondisi prasarana yang dibutuhkan, dan apa saja kegiatan pembinaan yang perlu dilakukan.

Agribisnis dalam arti sempit dapat diartikan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari subsistem penyediaan faktor produksi, subsistem budidaya tanaman dan atau ternak, subsistem pengolahan (agroindustri), subsistem pemasaran, subsistem prasarana, dan subsistem pembinaan. Dalam hubungannya dengan pertanian dalam arti luas, agribisnis adalah kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan pertanian.

Masing-masing subsistem dalam sistem agribisnis memiliki hubungan saling ketergantungan. Kegiatan dalam suatu sistem dapat terlaksana dengan baik dan lancar jika kegiatan dalam subsistem yang lain menunjang atau mendukung kegiatan tersebut. Contohnya kegiatan budidaya tanaman dan atau ternak dapat berjalan jika faktor produksi tersedia. Kegiatan pengolahan hasil baru dapat terlaksana jika kegiatan budidaya telah menghasilkan produk.

Di samping hubungan saling ketergantungan juga terdapat hubungan saling mempengaruhi antara subsistem dalam sistem agribisnis. Keberhasilan kegiatan suatu subsistem dipengaruhi oleh kegiatan subsistem yang lain. Misalkan kegiatan pengolahan hasil dapat berjalan baik jika produk primer yang dihasilkan dari subsistem budidaya memiliki kuantitas dan kualitas yang baik pula. Demikian halnya berlaku pula dengan subsistem yang lain.

2.1.3 *E-commerce* Agribisnis

E-commerce agribisnis adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan internet untuk memfasilitasi transaksi jual beli produk dan layanan agribisnis secara online. *E-commerce* agribisnis dapat melibatkan pertanian, perikanan, peternakan, dan sektor lainnya dalam agribisnis. Dalam *e-commerce* agribisnis, para pelaku bisnis dapat menjual dan membeli produk seperti bibit tanaman, benih, pupuk, pestisida, alat pertanian, produk peternakan, hasil perikanan, dan sebagainya melalui platform online.

E-commerce agribisnis dapat membawa manfaat seperti meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok agribisnis, mengurangi biaya produksi dan distribusi, dan meningkatkan keuntungan bagi para pelaku bisnis. Selain itu, *e-commerce* agribisnis juga dapat membantu menghubungkan petani dan produsen dengan konsumen secara langsung, sehingga membantu meningkatkan nilai tambah produk agribisnis dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang mengkonsumsi produk tersebut.

Berikut adalah penjelasan beberapa ahli tentang *e-commerce* agribisnis:

- a) Menurut Dr. I Gede Wahyu Wibawa, *e-commerce* agribisnis adalah "suatu platform digital yang memfasilitasi kegiatan jual-beli produk-produk pertanian dan perikanan." (Wibawa, I. G. W. (2018). *E-commerce Agribisnis untuk Meningkatkan Daya Saing Petani.*)
- b) Menurut Dr. Mochamad Indrawan, *e-commerce* agribisnis adalah "suatu sistem perdagangan elektronik yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta internet dalam transaksi perdagangan produk-produk agribisnis." (Indrawan, M. (2017). *E-Commerce Agribisnis dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Petani.*)
- c) Menurut Dr. Ahmad A. Gani, *e-commerce* agribisnis adalah "suatu sistem bisnis yang menghubungkan produsen dan konsumen dengan cara memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta internet dalam

proses transaksi jual-beli produk-produk agribisnis." (Gani, A. A. (2017). Peningkatan Daya Saing Agribisnis Melalui Pemanfaatan E-Commerce.)

- d) Menurut Dr. Slamet Hartono, e-commerce agribisnis adalah "suatu sistem bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet untuk memudahkan pelaku bisnis dalam melakukan transaksi jual-beli produk-produk agribisnis dengan konsumen yang berada di lokasi yang jauh." (Hartono, S. (2019). Strategi Pengembangan E-Commerce Agribisnis di Indonesia.)

2.1.4 Ibu Rumah Tangga

Ibu yang tidak bekerja dapat dikatakan sebagai ibu yang hanya menjalankan fungsinya sebagai ibu rumah tangga dan banyak menghabiskan waktunya dirumah tanpa terikat pekerjaan diluar rumah (Firdausi, 2010). Wanita sebagai ibu rumah tangga bertanggung jawab atas terpenuhinya segala keperluan rumah tangga dan keluarga, baik berupa jasa maupun barang serta kebutuhan mental spiritual (Anshori, Kosasih dan Sarimaya, 1997). Ibu rumah tangga adalah "wanita yang menghabiskan sebagian besar waktunya di rumah untuk mengurus keluarga dan tugas domestik, dan mungkin juga memiliki pekerjaan sampingan atau kegiatan sukarela di luar rumah" (Linda Lindsey,2015).

2.1.5 UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

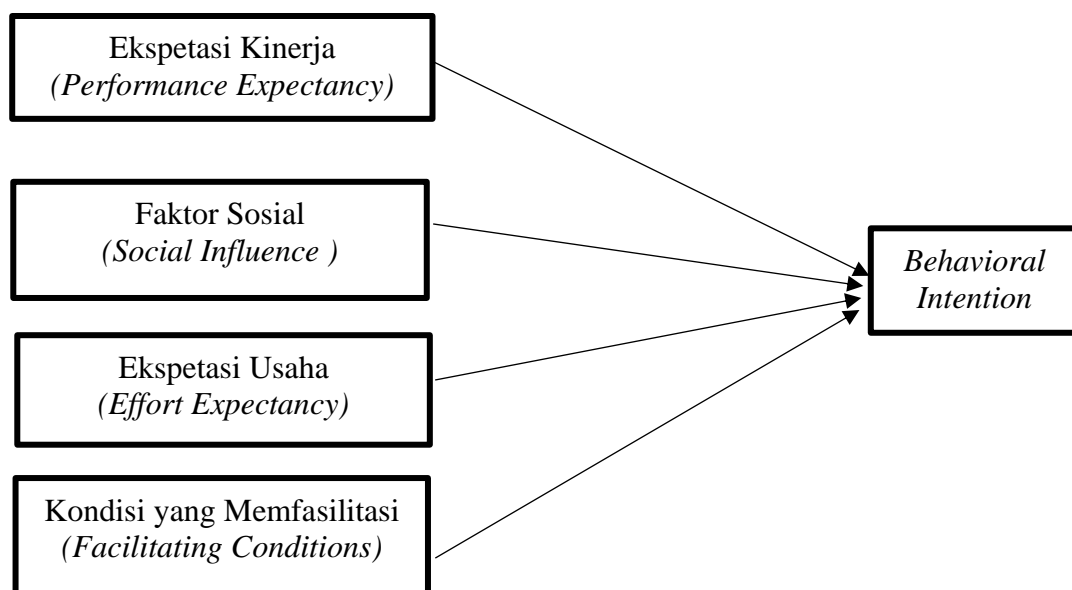
Menurut sumber dari buku Sistem Informasi Keprilakuan (Jogiyanto, 2008:313) menjelaskan tentang Metode UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk (2003). Sebelum nya telah dilakukan pengkajian teori-teori tentang penerimaan teknologi oleh pemakai – pemakai sistem. sebanyak delapan buah teori dikaji sebagai berikut:

- a) Teori tindakan beralasan (*Theory of reasoned action* atau TRA)
- b) Model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* atau TAM)
- c) Model motivasional (*motivational model* atau MM)
- d) Teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB)

- e) Model gabungan TAM dan TPB (*a model combining the technology acceptance model and the theory of planned behavior* atau TAM + TPB)
- f) Model pemanfaatan PC (*model of PC utilization* atau MPCU)
- g) Teori difusi inovasi (*innovation diffusion theory* atau IDT)

Venkatesh dkk. (2003) kemudian menggunakan teori yang sudah ada sebelumnya ini untuk mengembangkan sebuah model gabungan baru yang terintegrasi. Model gabungan (*unified model*) ini kemudian mereka sebut dengan nama teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) atau disebut dengan singkatnya yaitu UTAUT.

UTAUT merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi dengan mengkombinasikan dari delapan model penerimaan teknologi lainnya yang telah berhasil dikembangkan sebelumnya yaitu TRA, TAM dan TPB, SCT kombinasi TAM dan TPB, DTBU, dan MPCU. Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) menunjukkan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*).



Gambar 2 UTAUT Model Adopsi Venkatesh (Sumber : Mediyanto. 2017)

Dilihat dari gambar 2 berikut adalah definisi dari setiap variabel penelitian yang dibuat berdasarkan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), (Venkatesh et al, 2003):

- a. Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*). Venkatesh dkk., (2003) mendefinisikan konstruk ini sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu dalam memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan. Dalam konsep ini terdapat gabungan-gabungan variabel dari penelitian sebelumnya, yaitu:
 - a) Persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*). Variabel ini mendefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meringankan pekerjaan
 - b) Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*). Variabel ini mendefinisikan sebagai motivasi yang diinginkan pengguna dalam mencapai hasil-hasil kinerja yang berbeda.
 - c) Kesesuaian Pekerjaan (*Job Fit*). Variabel ini didefinisikan sebagai bagaimana kemampuan suatu sistem dalam meningkatkan pekerjaan individual.
 - d) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*). Variabel ini didefinisikan sebagai seberapa jauh penggunaan inovasi sistem dapat bekerja lebih baik dibandingkan pendahulunya
 - e) Ekspektasi-ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*). Ekspektasi hasil didefinisikan sebagai konsekuensi yang diterima oleh pengguna. Ekspektasi hasil dipisahkan ke dalam ekspektasi kinerja dan ekspektasi individu.
- b. Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*). Konstruk ini didefinisikan sebagai tingkat kemudahan pengguna sistem yang akan mengurangi waktu dan tenaga dalam melakukan pekerjaan. Konstruk ini dirumuskan berdasarkan teori-teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan pengguna dari model TAM, kompleksitas dari model of PC utilization, dan kemudahan dari teori difusi inovasi.

- c. Pengaruh Sosial (i). Konstruk ini didefinisikan sebagai sejauh mana individu mempercayai persepsi orang lain akan memengaruhinya menggunakan suatu sistem yang baru. Pengaruh social merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresetasikan dalam model TRA, TAM, TPB, faktor social dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT). Semakin besar pengaruh sosial dan lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru, maka akan semakin tinggi minat calon pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut dikarenakan pengaruh yang kuat dari lingkungan
- d. Kondisi-Kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Condition*). Konstruk ini didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur fasilitas dan teknikal tersedia dalam mendukung sistem. Pada konstruk ini terbentuk berdasarkan variabel-variabel dari penelitian sebelumnya yaitu, kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991), kondisi-kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Thomson 1991), dan kompatibilitas (*compatibility*) (Moore dan Benbasat, 1991).
- e. Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*). Minat Pemanfaatan didefinisikan sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa seseorang tersebut mempunyai akses terhadap informasi. Niat seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi didukung oleh keyakinan bahwa dengan menggunakan teknologi akan memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan, bahwa dengan menggunakan teknologi akan mengurangi usaha yang lebih dan seseorang tersebut mendapat pengaruh dari lingkungan sekitar.

Penelitian mengenai tingkat penerimaan menggunakan model UTAUT yaitu (1) Trie Handayani dan Sudiana (2015) menyatakan bahwa variabel *performance exoectancy* (PE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI), sedangkan variabel *Effort*

Expectancy (EE) memberikan hasil yang tidak signifikan. (2) Wu dkk. (2011) menyatakan bahwa *performance exoectancy* (PE) dan *Social Influence* (SI) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention (BI) sedangkan *Facilitating Conditions* (FC) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Use Behaviour*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada beberapa penelitian terdahulu, model UTAUT rata-rata dapat memprediksi 70 persen niat penggunaan teknologi. Venkatesh (2003) memaparkan berdasarkan pada teori psikologi sosial dan sistem informasi, niat berperilaku merupakan determinan penting pada perilaku aktual dan memediasi hubungan antara keyakinan dan variabel eksternal pada perilaku penggunaan. Meski begitu niat perilaku setidaknya memiliki tiga keterbatasan sebagaimana dijelaskan Venkatesh dkk (2008):

- a. Niat perilaku tidak sepenuhnya menangkap pengaruh dari faktor eksternal yang berpotensi menghalangi atau memfasilitasi sebuah perilaku karena dianggap sebagai refleksi skema internal individu memfasilitasi aksi dari sebuah perilaku. Dalam UTAUT, *facilitating condition* menurut dugaan menunjukkan peran factor eksternal tersebut.
- b. Keterbatasan kemampuan memprediksi disebabkan ada kejadian yang tidak dapat dilihat dan ketidakpastian selama niat terbentuk dan perilaku dilakukan. Informasi baru mungkin mengubah keyakinan dan niat pelaku.
- c. Niat perilaku tidak bisa memprediksi perilaku yang tidak bisa dikendalikan oleh kemauan individu sendiri (sesuatu di luarkemampuan individu).

Adapun hasil penelitian yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian ini diantaranya adalah Venkatesh dkk., (2003), tentang *User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View*. Penelitian tersebut terdiri dari variabel Independen: *Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, Computer self efficacy, Computer anxiety, Attitude toward using technology* Dependen: *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan

adanya hubungan positif signifikan terhadap *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioural intention system informasi*. Dan adanya hubungan positif signifikan *behavioral intention* sistem informasi dan *facilitating conditions* terhadap *use behaviour*.

Peneliti lainnya adalah Siti Aulia Rahmaniah (2020), jurnal tentang Tingkat Penerimaan *E-Commerce* Agribisnis oleh Ibu Rumah Tangga. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Bantar Gebang, Kota Bekasi. Metode penelitian ini adalah survei dengan penentuan sampel nya melalui Teknik *simple random sampling*. Analisis dilakukan dengan metode UTAUT yang di modifikasi lalu alat analisis menggunakan aplikasi SmartPLs.30. Penelitian ini menunjukkan Tingkat Penerimaan *e-commerce* agribisnis oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Sumur Batu, Kecamatan Bantar Gebang, Kota Bekasi memiliki memiliki tingkat yang rendah karena ibu rumah tangga belum menyadari akan keberadaan sistem tersebut.

Penelitian terdahulu pada UTAUT yang menggunakan hipotesis satu arah dan hasil penelitiannya menunjukkan hasil yang positif. Salah satu contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kurnia dan Kusumasari (2017) dengan judul "Analisis UTAUT dalam Memprediksi Minat Penggunaan Sistem Informasi Keuangan pada Mahasiswa". Dalam penelitiannya, Kurnia dan Kusumasari menggunakan hipotesis satu arah, yaitu "*Performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sistem informasi keuangan pada mahasiswa". Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis tersebut diterima dan variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sistem informasi keuangan pada mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan hipotesis satu arah pada kerangka konseptual UTAUT dapat memberikan hasil yang positif dalam mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian UTAUT yang menggunakan hipotesis satu arah adalah penelitian yang dilakukan oleh Surya dan Wibowo (2019) dengan judul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Perangkat Lunak Akuntansi terhadap

Minat Penggunaan oleh Auditor Internal". Dalam penelitiannya, mereka menggunakan hipotesis satu arah, yaitu "Kemudahan penggunaan perangkat lunak akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan perangkat lunak akuntansi oleh auditor internal". Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis tersebut diterima dan variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan perangkat lunak akuntansi oleh auditor internal. Penelitian tersebut memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dan auditor internal dalam mempertimbangkan penggunaan perangkat lunak akuntansi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi audit internal.

Penelitian "*The Impact of Social Media on Consumer Behavior: An Empirical Study on Factors Influencing Consumer Purchase Intention in China*" (Wang dkk., 2019) menguji pengaruh variabel UTAUT pada niat pembelian konsumen di China. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat hipotesis dalam model UTAUT, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, semuanya memiliki pengaruh positif dan signifikan pada niat pembelian konsumen di China. dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji regresi linear berganda untuk menguji hipotesis dan melibatkan 310 responden.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa model UTAUT dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian konsumen di China, dan keempat faktor yang diukur dalam model tersebut dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif di pasar China..

2.3 Kerangka Berpikir

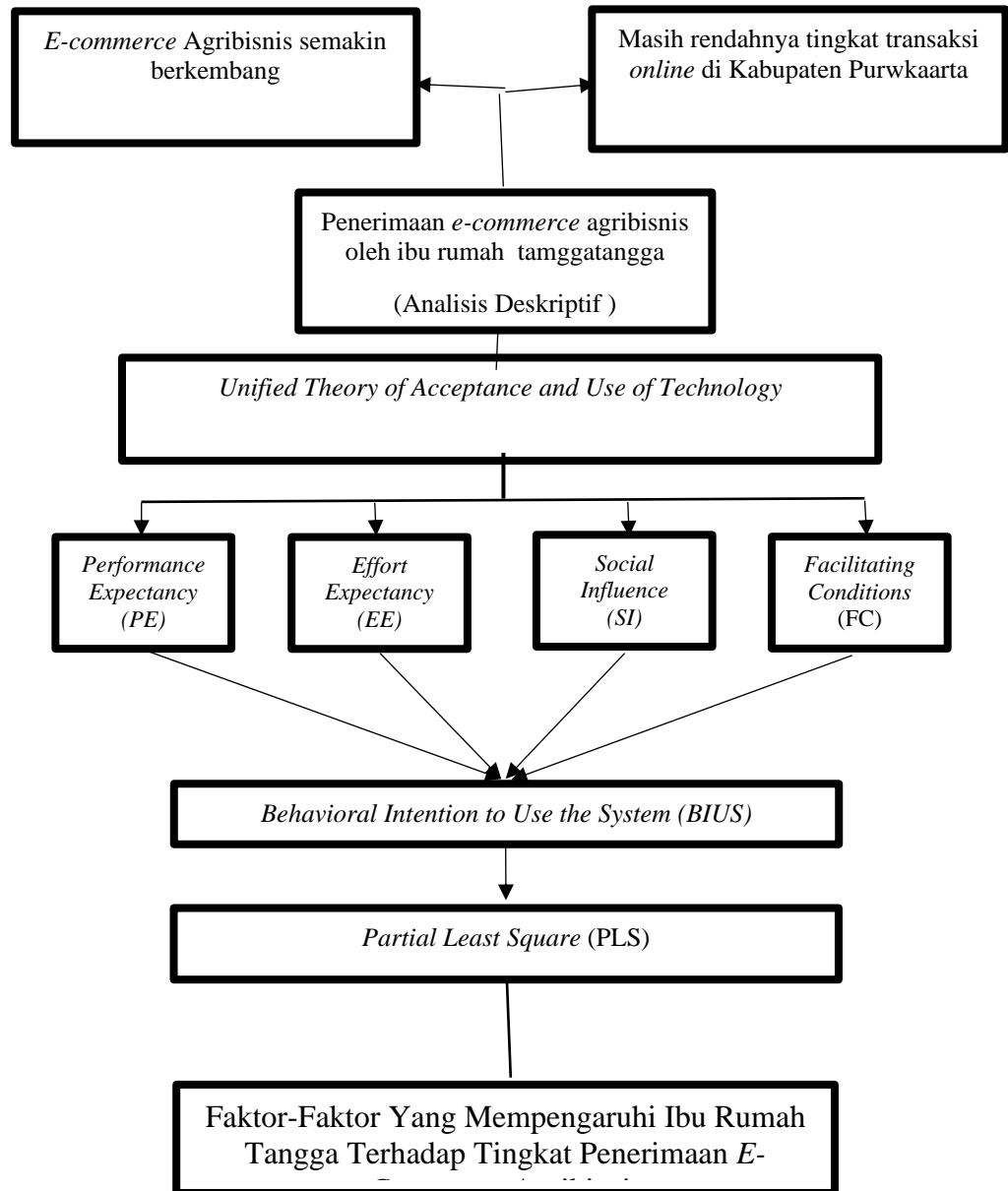
Kerangka berpikir UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu:

- a) *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja): Bagaimana seorang individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam melakukan tugas tertentu.
- b) *Effort Expectancy* (Harapan Kemudahan): Sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan mudah digunakan.

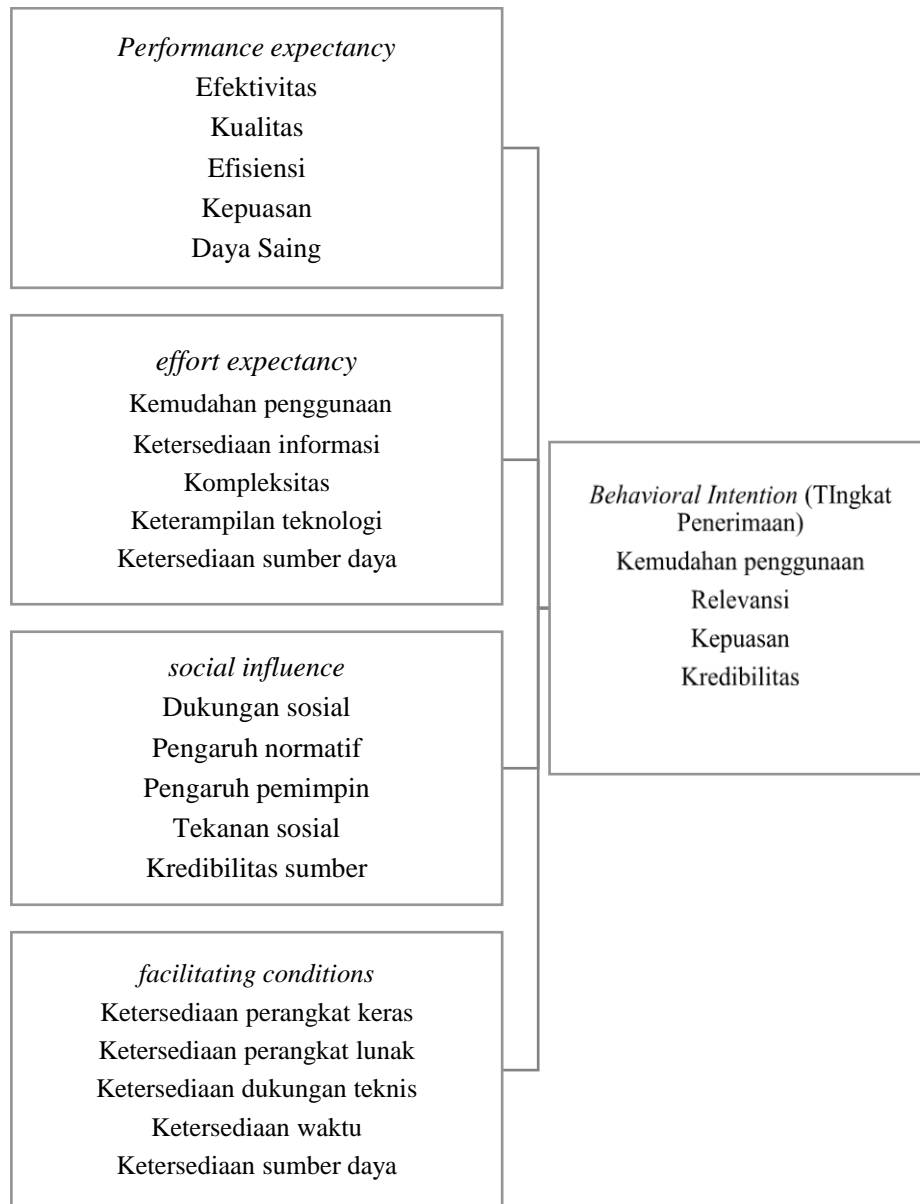
- c) *Social Influence* (Pengaruh Sosial): Sejauh mana seseorang percaya bahwa orang-orang penting dalam lingkungannya, seperti atasan atau kolega, mengharapkan mereka untuk menggunakan teknologi.
- d) *Facilitating Conditions* (Kondisi Pendukung): Apakah seseorang memiliki akses dan dukungan yang cukup untuk menggunakan teknologi, seperti infrastruktur, pelatihan, dan dukungan teknis.

Dalam kerangka berpikir UTAUT, variabel-variabel ini dipercayai mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku penggunaan sebenarnya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan teknologi, penting untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan memberikan dukungan yang memadai kepada individu, yang selanjutnya proses analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Data yang diolah menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 akan menjawab apakah tingkat penerimaan Ibu rumah tangga terhadap *e-commerce* Agribisnis itu rendah atau tinggi, lalu data yang dikumpulkan dan diolah juga akan menjawab faktor apa yang paling berpengaruh dalam tingkat penerimaan Ibu rumah tangga terhadap *e-commerce* agribisnis.



Gambar 3 Bagan Kerangka Berpikir



Gambar 4 Model Konseptual Variabel dan Indikatornya

Pada model konseptual di atas, setiap variabel saling berhubungan dan mempengaruhi niat. *Performance expectancy* dan *effort expectancy* berkontribusi pada niat penggunaan (*behavioral intention*) teknologi, sedangkan *social influence* dan *facilitating conditions* mempengaruhi niat penggunaan melalui pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Selain itu, variabel-variabel *facilitating conditions* juga dapat secara langsung mempengaruhi niat penggunaan karena ketersediaan sumber daya dan dukungan teknis yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi.

Model konseptual ini memberikan gambaran tentang bagaimana variabel-variabel utama dalam UTAUT saling berinteraksi dan berkontribusi pada adopsi dan penggunaan teknologi oleh individu.

2.4 Hipotesis

Hipotesis untuk faktor-faktor yang mempengaruhi ibu rumah tangga dalam penerimaan sistem *e-commerce* agribisnis dalam kerangka UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) menggunakan metode SmartPLS dapat dirumuskan sebagai berikut: *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat penerimaan (*Behavioral Intention*) *e-commerce* agribisnis oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Ciseureuh, Kecamatan Purwakarta, Kabupaten Purwakarta.