

## ABSTRAK

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN *E-COMMERCE* AGRIBISNIS PADA IBU RUMAH TANGGA

Oleh

Ahmad Maulana Akmal  
175009025

Dosen Pembimbing :

Dedi Djuliansah

Enok Sumarsih

*E-commerce* di Indonesia telah semakin berkembang, termasuk di sektor pertanian yang juga turut serta dalam digitalisasi bisnis tersebut. Salah satu contohnya adalah *e-commerce* agribisnis yang mulai berkembang sejak pemerintah meluncurkan program sinergi aksi untuk ekonomi rakyat pada tahun 2015. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat penerimaan *e-commerce* agribisnis oleh ibu rumah tangga dengan menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan PLS (*Partial Least Square*). Sebanyak 360 ibu rumah tangga di Kelurahan Ciseureuh, Kecamatan Purwakarta, Kabupaten Purwakarta dijadikan responden dengan teknik penentuan responden menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penerimaan *e-commerce* agribisnis oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Ciseureuh masih rendah, tetapi menunjukkan sikap positif dan ketertarikan. Faktor yang paling memengaruhi tingkat penerimaan *e-commerce* agribisnis oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Ciseureuh adalah kondisi *social influence* sebesar 31 persen, kemudahan penggunaan (*facilitating condition*) 29,6 persen. Sedangkan variabel *performance expectancy* hanya mempengaruhi sebesar 0,5 persen dan *effort expectancy* 0,7 persen tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : Ibu Rumah Tangga, Agribisnis, *E-commerce*.

## **ABSTRACT**

### ***FACTORS INFLUENCING AGRIBUSINESS E-COMMERCE ACCEPTANCE IN HOUSEWIVES***

*by*

**Ahmad Maulana Akmal**

**175009025**

***Supervisor :***

**Dedi Djuliansah**

**Enok Sumarsih**

*E-commerce in Indonesia has been increasingly developing, including in the agricultural sector which also participates in digitalizing businesses. One example is agribusiness e-commerce which has been growing since the government launched a synergy program for the people's economy in 2015. This research was conducted to determine the level of acceptance of agribusiness e-commerce by housewives using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. The research method used was quantitative with data analysis techniques using Partial Least Square (PLS). A total of 360 housewives in Ciseureuh Village, Purwalarta District, Purwakarta Regency were selected as respondents using purposive sampling. The results showed that the level of acceptance of agribusiness e-commerce by housewives in Ciseureuh Village is still low, but it shows a positive attitude and interest. The factor that most influences the level of acceptance of agribusiness e-commerce by housewives in Ciseureuh Village is social influence condition with 31 percent, facilitating conditions with 29.6 percent. Meanwhile, the performance expectancy variable only affects 0.5 percent, and effort expectancy has no significant influence at 0.7 percent.*

*Keywords : House wife, Agribusiness, E-commerce*