

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
ADOPSI *E-COMMERCE* DAN *SOCIAL COMMERCE*  
OLEH UMKM DI KABUPATEN MADIUN:  
PENDEKATAN *TOE FRAMEWORK***

**SKRIPSI**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Disusun Oleh:**

**SYAHRUL MUBAROK  
H06219016**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Syahrul Mubarak  
NIM : H06219016  
Program Studi : Sistem Informasi  
Angkatan : 2019

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI *E-COMMERCE* DAN *SOCIAL COMMERCE* OLEH UMKM DI KABUPATEN MADIUN: PENDEKATAN *TOE FRAMEWORK*”. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Surabaya, 06 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Syahrul Mubarak)

NIM H06219016

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Oleh

NAMA : SYAHRUL MUBAROK

NIM : H06219016

JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
ADOPSI E-COMMERCE DAN SOCIAL COMMERCE OLEH  
UMKM DI KABUPATEN MADIUN: PENDEKATAN TOE  
FRAMEWORK

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 31 Desember 2025

Dosen Pembimbing 1



Andhy Permadi, M.Kom  
NIP 198110142014031002

Dosen Pembimbing 2



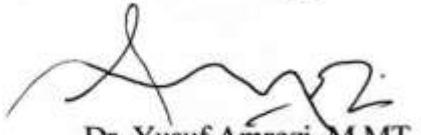
Dr. Ilham, M.Kom.  
NIP 198011082014031002

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

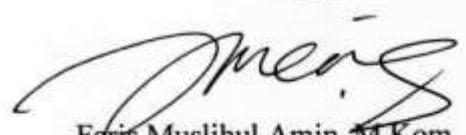
Skripsi Syahrul Mubarak ini telah dipertahankan  
di depan tim penguji skripsi  
di Surabaya, 09 Januari 2026

**Menyetujui,**

Dosen Penguji 1

  
Dr. Yusuf Amrozi, M.MT  
NIP. 197607032008011014

Dosen Penguji 2

  
Faris Muslihul Amin, M.Kom.  
NIP. 198808132014031001

Dosen Penguji 3

  
Andhy Permadi, M.Kom.  
NIP. 198110142014031002

Dosen Penguji 4

  
Dr. Ilham, M.Kom.  
NIP. 198011082014031002

**Mengetahui,**

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Sunan Ampel Surabaya

  
Dr. A. Saepul Hamdani, M.Pd.  
NIP. 196307312000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syahrul Mubarak  
NIM : H06219016  
Fakultas/Jurusan : Sains dan Teknologi/Sistem Informasi  
E-mail address : [syahrulm098@gmail.com](mailto:syahrulm098@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Social Commerce Oleh Umkm Di Kabupaten Madiun: Pendekatan Toe Framework**

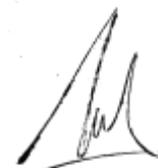
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2026

Penulis



( Syahrul Mubarak )

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI *E-COMMERCE* DAN *SOCIAL COMMERCE* OLEH UMKM DI KABUPATEN MADIUN: PENDEKATAN *TOE FRAMEWORK*

Oleh:

**Syahrul Mubarak**

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi e-commerce dan social commerce oleh UMKM di Kabupaten Madiun menggunakan Technology-Organization-Environment (TOE) Framework. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), penelitian melibatkan 161 responden dari berbagai sektor UMKM di Kabupaten Madiun yang dipilih melalui purposive sampling. Model penelitian menguji 11 hipotesis yang menggambarkan pengaruh lima konstruk dimensi teknologi (Perceived Usefulness, Compatibility, Relative Advantage, Complexity, Security Concern), tiga konstruk dimensi organisasi (Top Management Support, Technology Readiness, Employees Knowledge), dan tiga konstruk dimensi lingkungan (Competitive Pressure, Government Support, External Infrastructure) terhadap adopsi e-commerce dan social commerce.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model memiliki fit yang excellent (SRMR=0.079) dengan kemampuan menjelaskan 90.7% variasi dalam adopsi teknologi digital ( $R^2=0.907$ ) dan relevansi prediktif yang kuat ( $Q^2=0.782$ ). Temuan utama penelitian adalah bahwa dimensi organisasi terbukti paling dominan dalam mendorong adopsi, khususnya Top Management Support ( $\beta=0.350$ ,  $p<0.001$ ), diikuti Employees Knowledge ( $\beta=0.330$ ,  $p<0.001$ ) dan Technology Readiness ( $\beta=0.317$ ,  $p<0.001$ ). Dari dimensi teknologi, hanya Compatibility yang signifikan berpengaruh positif ( $\beta=0.202$ ,  $p=0.002$ ), sementara Perceived Usefulness, Relative Advantage, Complexity, dan Security Concern tidak berpengaruh signifikan. Dari dimensi lingkungan, hanya External Infrastructure yang signifikan tetapi menunjukkan pengaruh negatif ( $\beta=-0.166$ ,  $p=0.026$ ), sedangkan Competitive Pressure dan Government Support tidak signifikan.

Implikasi penting dari penelitian ini adalah bahwa kesuksesan transformasi digital UMKM di Kabupaten Madiun bergantung terutama pada faktor-faktor internal organisasi, terutama komitmen pemilik usaha (Top Management Support) dan kapabilitas sumber daya manusia, bukan sekadar pada ketersediaan teknologi atau insentif eksternal dari pemerintah. Rekomendasi kebijakan menekankan pentingnya program pelatihan digital berkelanjutan, pemberdayaan pemilik UMKM untuk mengambil peran aktif dalam transformasi digital, dan pengembangan infrastruktur pendukung yang adaptif dengan karakteristik semi-perkotaan Kabupaten Madiun. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memvalidasi TOE Framework dalam konteks semi-perkotaan Indonesia post-pandemi, serta kontribusi praktis yang dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis oleh pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan stakeholder lainnya dalam mendorong transformasi digital yang berkelanjutan dan inklusif.

**Kata Kunci:** Adopsi Teknologi, *E-commerce*, *Social Commerce*, UMKM, *TOE Framework*, Kabupaten Madiun, PLS-SEM

## ABSTRACT

### **ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE ADOPTION OF E-COMMERCE AND SOCIAL COMMERCE BY MSMEs IN MADIUN REGENCY: THE TOE FRAMEWORK APPROACH**

**By:**

**Syahrul Mubarak**

*This research analyzes the factors influencing the adoption of e-commerce and social commerce by SMEs in Madiun Regency using the Technology-Organization-Environment (TOE) Framework. Employing a quantitative approach and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), the study involves 161 respondents from various SME sectors in Madiun Regency selected through purposive sampling. The research model tests 11 hypotheses examining the influence of five technology-dimension constructs (Perceived Usefulness, Compatibility, Relative Advantage, Complexity, Security Concern), three organization-dimension constructs (Top Management Support, Technology Readiness, Employees Knowledge), and three environment-dimension constructs (Competitive Pressure, Government Support, External Infrastructure) on the adoption of e-commerce and social commerce.*

*The results demonstrate that the model exhibits excellent fit (SRMR=0.079) with the ability to explain 90.7% of variation in digital technology adoption ( $R^2=0.907$ ) and strong predictive relevance ( $Q^2=0.782$ ). The key finding is that the organization dimension proves most dominant in driving adoption, particularly Top Management Support ( $\beta=0.350$ ,  $p<0.001$ ), followed by Employees Knowledge ( $\beta=0.330$ ,  $p<0.001$ ) and Technology Readiness ( $\beta=0.317$ ,  $p<0.001$ ). From the technology dimension, only Compatibility has a statistically significant positive effect ( $\beta=0.202$ ,  $p=0.002$ ), while Perceived Usefulness, Relative Advantage, Complexity, and Security Concern do not show significant effects. From the environment dimension, only External Infrastructure is significant but demonstrates a negative effect ( $\beta=-0.166$ ,  $p=0.026$ ), while Competitive Pressure and Government Support are not significant.*

*An important implication of this research is that the success of digital transformation of SMEs in Madiun Regency depends primarily on internal organizational factors, particularly the commitment of business owners (Top Management Support) and human resource capabilities, rather than solely on technology availability or external government incentives. Policy recommendations emphasize the importance of continuous digital training programs, empowering SME owners to play an active role in digital transformation, and developing supporting infrastructure adapted to the characteristics of semi-urban Madiun Regency. This research contributes theoretically by validating the TOE Framework in the post-pandemic Indonesian semi-urban context, and provides practical contributions that can serve as a basis for strategic decision-making by local government, SME actors, and other stakeholders in promoting sustainable and inclusive digital transformation.*

**Keywords:** Technology Adoption, E-commerce, Social Commerce, SMEs, TOE Framework, Madiun Regency, PLS-SEM

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Dasar Teori.....	12
2.2.1 Adopsi Teknologi .....	12

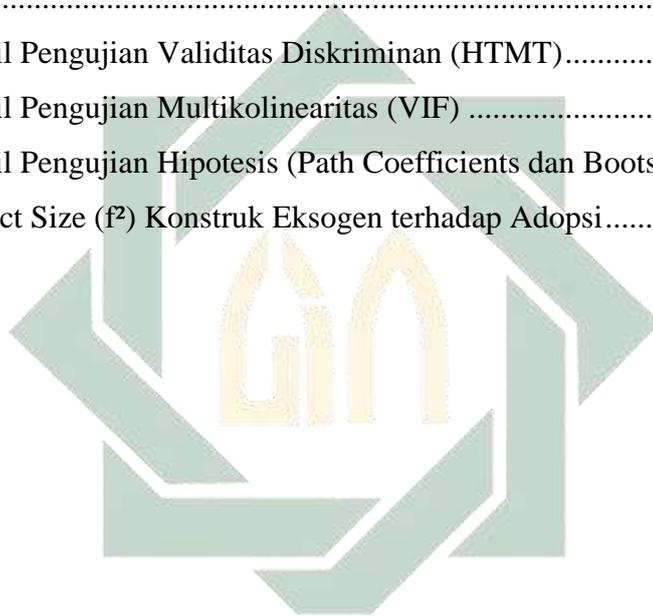
2.2.2	<i>TOE Framework</i> .....	13
2.2.3	UMKM .....	17
2.2.4	<i>E-commerce dan Social Commerce</i> .....	17
2.2.5	PLS-SEM.....	18
2.2.6	Smart PLS 4.0.....	21
2.3	Integrasi Keilmuan .....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Rancangan Penelitian .....	24
3.1.1	Pendekatan Kuantitatif .....	24
3.1.2	Jenis Penelitian Deskriptif dan Verifikatif .....	24
3.1.3	Populasi dan Sampel .....	25
3.1.4	Hipotesis dan Model Penelitian .....	27
3.1.5	Prosedur Penelitian.....	30
3.2	Tempat Waktu dan Lokasi Penelitian .....	31
3.3	Alat dan Bahan .....	32
3.3.1	Proses Pengumpulan Data.....	32
3.3.2	Sumber Data.....	32
3.3.3	Bahan Penelitian.....	33
3.3.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas kuisisioner .....	34
3.4	Variabel Penelitian.....	35
3.5	Analisis Data .....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		39
4.1	Karakteristik Responden .....	39
4.2	Hasil Pengujian Outer Model .....	45
4.2.1	Pengujian validitas konvergen dan reliabilitas konstruk.....	45
4.2.2	Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait-Monotrait Ratio/HTMT)..	47

4.2.3 Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor/VIF) .....	51
4.3 Pengujian dan Pembahasan Model Struktural (Inner Model) .....	53
4.3.1 Uji Path Coefficient dan Pengujian Hipotesis.....	53
4.3.2 Effect Size ( $f^2$ ) dan Interpretasi Praktis.....	55
4.3.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
4.3.4 Predictive Relevance ( $Q^2$ ) .....	57
4.3.5 Model Fit Assessment .....	57
4.4 Pembahasan Temuan Penelitian dan Implikasi Teoritis .....	57
4.5 Intepretasi Hasil .....	58
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN .....	65

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Perhitungan Ukuran Sampel .....	26
Tabel 3.2 Kerangka Konseptual.....	36
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Outer Model (validitas konvergen dan reliabilitas konstruk) .....	46
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan (HTMT).....	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Multikolinearitas (VIF) .....	52
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficients dan Bootstrapping) .....	54
Tabel 4.5 Effect Size ( $f^2$ ) Konstrak Eksogen terhadap Adopsi.....	56



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

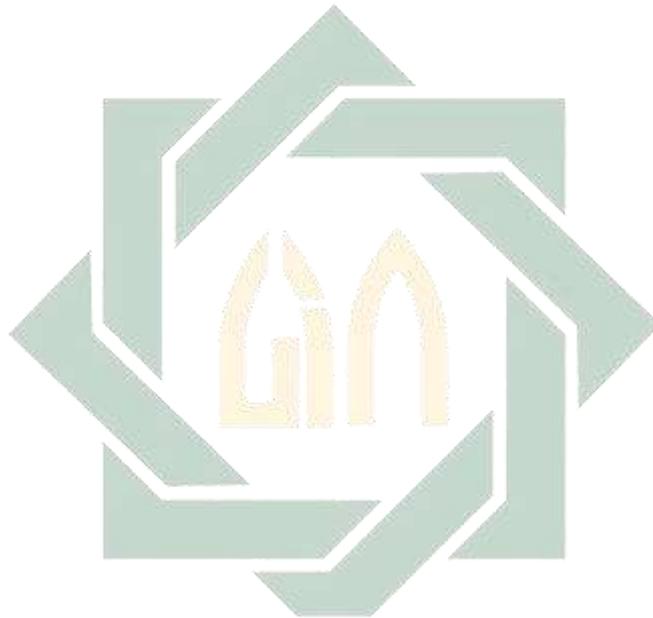
Gambar 2.1 Dimensi TOE Framework .....	13
Gambar 2.2 TOE Framework IT Adoption.....	14
Gambar 2.3 TOE Framework Adoption of E-Commerce and Social Commerce. 15	
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	29
Gambar 3.2 Alur Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Diagram Distribusi Status Responden .....	40
Gambar 4.2 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Sektor Usaha.....	41
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	42
Gambar 4.4 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Omset Bulanan.....	43
Gambar 4.5 Diagram Frekuensi Penggunaan Platform E-Commerce dan Social Commerce .....	44



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Rekomendasi Penelitian Dari Bakesbangpol Kabupaten Madiun .....	65
Lampiran 2. Instrumen Kuisisioner .....	67
Lampiran 3. Distribusi Jawaban.....	72



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Almaududi Ausat, A. M., Astuti, E. S., & Wilopo, W. (2022). Analisis Faktor yang Berpengaruh pada Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM di Kabupaten Subang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(2), 333. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2022925422>
- Alshamaila, Y., Papagiannidis, S., & Li, F. (2013). Cloud computing adoption by SMEs in the north east of England: A multi-perspective framework. *Journal of Enterprise Information Management*, 26(3), 250–275.
- Awa, H. O., Ojiabo, U., & Emecheta, B. C. (2017). Integrating TAM, TPB and TOE frameworks and expanding their characteristic constructs for e-commerce adoption by SMEs. *Journal of Science & Technology Policy Management*, 8(1), 72–94.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Iacovou, C. L., Benbasat, I., & Dexter, A. S. (1995). Electronic data interchange and small organizations: Adoption and impact of technology. *MIS Quarterly*, 465–485.
- Ifinedo, P. (2011). Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: An exploratory investigation. *Internet Research*, 21(3), 255–281.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson Education.
- Maurizkika, F., & Fitria, S. E. (2022). *Pengaruh TOE Framework Terhadap Adopsi E-Commerce Pada UMKM Sepatu Di Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung*.

- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2010). Understanding e-business adoption across industries in European countries. *Industrial Management & Data Systems*, 110(9), 1337–1354.
- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2011). Literature review of information technology adoption models at firm level. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 14(1), 110–121.
- Palangan, C. Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi E-commerce oleh UMKM Kerajinan DIY. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 425–435. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.8232>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Rawash, H. N. (2021). *E-commerce Adopting TOE Model by SMEs in Jordan*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4598098>
- Religia, Y., Ekhsan, M., Huda, M., & Fitriyanto, A. D. (2023). TOE Framework for E-Commerce Adoption by MSMEs during The COVID-19 Pandemic: Can Trust Moderate? *Applied Information System and Management (AISM)*, 6(1), 47–54. <https://doi.org/10.15408/aism.v6i1.30954>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Simon and Schuster.
- Scupola, A. (2009). Adoption of internet commerce by SMEs in the South of Italy: An environmental, technological and organizational perspective. *Journal of Global Information Technology Management*, 12(1), 52–80.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Setiyani, L. & Yeny Rostiani. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case Study in Karawang, Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1113–1132. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i4.246>
- Shakir Nasir, I., Mousa, A. H., & Hussein Alsammak, I. L. (2021). SMUPI-BIS: A synthesis model for users' perceived impact of business intelligence

- systems. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 21(3), 1856. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v21.i3.pp1856-1867>
- Sugiyanto. (2021). Pengembangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 115–128.
- Tambunan, T. H. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The Processes of Technological Innovation*. Lexington Books.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Zahra, N. A., Putri, A., Kamilah, I., & Kuslaila, N. R. (2023). ANALISIS PENGUKURAN FAKTOR ADOPSI TEKNOLOGI E-COMMERCE PADA PELAKU UMKM MENGGUNAKAN FRAMEWORK TOE. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.558>
- Zhang, L., & Benyoucef, M. (2016). Consumer behavior in social commerce: A literature review. *Decision Support Systems*, 86, 95–108.
- Zhu, K., & Kraemer, K. L. (2005). Post-adoption variations in usage and value of e-business by organizations: Cross-country evidence from the retail industry. *Information Systems Research*, 16(1), 61–84.
- Zhu, K., Kraemer, K. L., & Xu, S. (2006). Innovation diffusion in global contexts: Determinants of post-adoption digital transformation. *Information Systems Research*, 17(3), 228–247.

## LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Rekomendasi Penelitian Dari Bakesbangpol Kabupaten Madiun