



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 3787-3797

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Kesiapan Dan Penerimaan UMKM Kota Jambi Terhadap Perkembangan *Social Commerce* Dengan *Technology Readiness And Acceptance Model* (TRAM)

Khairunisa¹, Mutamassikin², Mhd. Theo Ari Bangsa³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Shaifuddin Jambi

¹khairunisa.0683@gmail.com

Abstrak

Revolusi industri 4.0 telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi pilar penting perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis adalah *social commerce*, yang memungkinkan pelaku usaha memasarkan produksi melalui platform media sosial seperti TikTok. Namun, tingkat adopsi *social commerce* di Provinsi Jambi, khususnya di Kota Jambi, masih tergolong rendah dibandingkan daerah lain di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan pelaku UMKM Kota Jambi dalam mengadopsi *social commerce* dengan menggunakan pendekatan *Technology Readiness Acceptance Model* (TRAM), yang menggabungkan aspek kepribadian pengguna terhadap teknologi dengan model penerimaan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha Mikro, serta analisis data menggunakan Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *optimism* belum cukup kuat untuk membentuk *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* TikTok, sedangkan *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap kedua persepsi tersebut. Faktor negatif seperti *discomfort* dan *insecurity* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa hambatan psikologis terhadap penggunaan teknologi relatif rendah di kalangan pelaku UMKM Kota Jambi. Pada aspek niat penggunaan, hanya *perceived usefulness* yang berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* TikTok, sementara *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara langsung. Temuan ini mendukung teori TAM lanjutan yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan lebih berpengaruh dibandingkan sekedar kemudahan penggunaan. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintahan dan pelaku industri dalam merancang strategi peningkatan literasi digital dan pemberdayaan UMKM melalui platform *social commerce*.

Kata Kunci : UMKM, *Social Commerce*, TikTok, (*Technology Readiness Acceptance Model*) TRAM, Kota Jambi

1. Latar Belakang

Industri 4.0 menjadi pendorong utama transformasi digital di berbagai sektor industri, termasuk di Indonesia. Dengan proyeksi menjadi salah satu dari 10 ekonomi terbesar dunia pada 2023, Indonesia menunjukkan potensi besar dari penerapan teknologi dalam industri [1]. Namun, revolusi ini juga menimbulkan tantangan, khususnya pada sektor tenaga kerja, karena adopsi robotik dan otomatisasi menggantikan peran manusia [1]. Kementerian Perindustrian RI merespon perubahan ini dengan merancang Making Indonesia 4.0, di mana pemberdayaan UMKM menjadi salah satu prioritas utama [2], mengingat sektor ini berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional.

UMKM di Indonesia dikategorikan berdasarkan aset dan omzet tahunan sesuai UU No. 20 Tahun 2008. Fokus penelitian ini diarahkan pada usaha mikro karena merupakan mayoritas pelaku UMKM, khususnya di Kota Jambi. Data dari Dinas Koperasi Kota Jambi menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM tergolong usaha mikro, sehingga penting untuk mengetahui kesiapan mereka terhadap transformasi digital, khususnya dalam penggunaan *social commerce* yang berpotensi besar dalam mendongkrak perekonomian lokal [1].

Salah satu dampak nyata revolusi industri adalah pesatnya perkembangan e-commerce. Bentuk pemasaran digital ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara virtual tanpa kehadiran fisik. Hal ini sangat

relevan dalam konteks social commerce, yaitu pemasaran dan penjualan produk melalui media sosial seperti TikTok Shop, Instagram Shopping, WhatsApp Business, dan Facebook Store [3] [4]. Data dari Populix menunjukkan TikTok Shop menjadi platform social commerce paling populer di Indonesia, digunakan oleh 46% responden, disusul WhatsApp Business (21%), Facebook Shop dan Instagram Shopping masing-masing 10% (Dewi & Safitri, 2021).

Sayangnya, tingkat adopsi social commerce di Provinsi Jambi masih sangat rendah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, hanya 0,74% pelaku UMKM di Jambi yang memanfaatkan platform ini, dan 80,04% masih memilih metode jualan konvensional. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan besar antara potensi UMKM dan pemanfaatan teknologi digital. Meski Pemerintah Kota Jambi dan perguruan tinggi telah meluncurkan berbagai program pelatihan digital marketing bagi UMKM, seperti Sarasehan UMKM 2023 dan program pendampingan UIN Jambi, adopsi teknologi tetap rendah di kalangan pelaku usaha mikro.

Model Technology Readiness Acceptance Model (TRAM), gabungan dari Technology Acceptance Model (TAM) dan Technology Readiness Index (TRI), dinilai mampu menganalisis kesiapan psikologis dan sikap individu terhadap teknologi baru [1]. Keunggulan TRAM terletak pada kemampuannya untuk mengidentifikasi faktor kepribadian yang memengaruhi penerimaan teknologi, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian [5] dan studi blended learning lainnya. Oleh karena itu, model TRAM dianggap tepat dalam menilai kesiapan dan penerimaan social commerce di kalangan pelaku UMKM mikro di Kota Jambi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dirancang untuk menjawab dua rumusan masalah utama: (1) mengukur tingkat kesiapan UMKM Kota Jambi terhadap penerimaan social commerce berdasarkan pengukuran dengan model Technology Readiness Acceptance Model (TRAM), dan (2) menguji faktor-faktor apa saja yang dapat diterima serta memengaruhi kesiapan UMKM Kota Jambi terhadap penerimaan social commerce berdasarkan pengukuran model TRAM. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai kesiapan dan respons pelaku UMKM mikro terhadap perkembangan teknologi digital, khususnya dalam memanfaatkan social commerce sebagai sarana pengembangan usaha dan peningkatan daya saing di era Industri 4.0.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis tingkat kesiapan dan penerimaan teknologi dalam penggunaan social commerce oleh pelaku UMKM di Kota Jambi. Data yang digunakan berbentuk angka dan dianalisis secara statistik untuk mendapatkan gambaran objektif mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggabungkan dua model teori yaitu *Technology Readiness Index* (TRI) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang bersama-sama membentuk model *Technology Readiness Acceptance Model* (TRAM). Terdapat tujuh variabel yang digunakan, terdiri dari: *Optimism* (OPT), *Innovativeness* (INN), *Discomfort* (DIS), dan *Insecurity* (INS) dari model TRI serta *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Intention to Use* (ITU) dari model TAM. Variabel-variabel ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan dan penerimaan pelaku UMKM dalam mengadopsi social commerce. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang disebarakan kepada responden yang merupakan pemilik atau pengelola UMKM di wilayah Kota Jambi. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan beberapa perangkat lunak, yaitu Microsoft Word 2019 untuk penyusunan laporan, Microsoft Excel 2019 untuk tabulasi dan manajemen data, serta SmartPLS untuk analisis statistik berbasis Partial Least Square yang sesuai untuk model dengan banyak variabel laten.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan berbagai cara untuk melakukan pengumpulan data, seperti:

- 1) Observasi
Peneliti melakukan observasi langsung terhadap pelaku UMKM di Kota Jambi untuk memahami peran TikTok dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan, serta tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan platform tersebut.
- 2) Wawancara
Wawancara dilakukan untuk menggali data demografis (usia, jenis kelamin, pendidikan, dan latar belakang usaha) serta pengalaman dan pandangan pelaku UMKM terkait penggunaan TikTok dalam pemasaran produk.
- 3) Kuesioner

Pengumpulan data utama dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung maupun online (Google Forms via WhatsApp). Kuesioner mengukur kesiapan dan faktor penerimaan social commerce menggunakan skala Likert berdasarkan variabel model TRAM.

2.2. Teknik Analisis Data

Penelitian ini mencakup dua jenis analisis, yaitu analisis demografi dan analisis statistik. Analisis demografi meliputi data usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan dan penggunaan teknologi social commerce. Sedangkan analisis statistik yaitu menganalisis jawaban hasil kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan tools SmartPLS. Melakukan pengujian measurement dan structural model, dimana pengujian measurement untuk mengetahui reliabilitas dan validitas outer model mencakup indicator reliability, internal consistency reliability, convergent validity, dan discriminant validity sedangkan pengujian structural model meliputi pengujian path coefficient, coefficient of determination (R²), t-test menggunakan metode bootstrapping, effect size (f²), predictive relevance (Q²) dan relative impact (q²).

Bagian selanjutnya ialah interpretasi hasil yaitu membahas hasil dari tahap analisis demografis dan menerjemahkan hasil analisis model secara kuantitatif. Hasil dan pembahasan lebih lanjut mengenai interpretasi ini akan diberikan pada bab IV..

2.3. Variabel Penelitian

1) Optimism

Variabel yang mempresentasikan pandangan positif dan keyakinan pengguna bahwa TikTok sebagai salah satu social commerce memiliki manfaat positif yang dapat membantu meningkatkan fleksibilitas dan efisiensi.

2) Innovativeness

Merupakan variabel yang mempresentasikan kecenderungan Pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi baru, seperti TikTok sebagai bagian dari upaya mereka untuk terus beradaptasi dengan perkembangan digital dan memperkuat daya saing usaha mereka.

3) Discomfort

Variabel yang menggambarkan rasa tidak nyaman yang muncul pada sebagian pelaku UMKM karena keraguan terhadap kemampuan dalam menggunakan teknologi seperti TikTok. Banyak pelaku UMKM yang merasa tidak percaya diri atau cemas tentang kemampuan mereka untuk menggunakan platform ini secara efektif, mengingat TikTok memerlukan keterampilan tertentu dalam membuat konten kreatif dan pemahaman tentang algoritma yang dapat mempengaruhi jangkauan audiens. Bagi mereka lebih nyaman cara manual serta merasa penggunaan teknologi hanya untuk sebagian orang saja.

4) Insecurity

Merupakan variabel yang menggambarkan keraguan yang muncul pada pelaku UMKM terkait penggunaan TikTok, yang seringkali disebabkan oleh perasaan tidak aman dan khawatir terhadap potensi resiko yang mungkin timbul dari adopsi teknologi tersebut. Banyak pelaku UMKM merasa cemas bahwa penggunaan TikTok sebagai sarana pemasaran dapat membawa dampak negatif, seperti potensi kerugian finansial akibat investasi yang tidak efektif atau bahkan resiko merusak reputasi bisnis jika konten yang diunggah tidak diterima dengan baik oleh audiens.

5) Perceived Usefulness

Merupakan variabel yang merepresentasikan tingkat kepercayaan dan keyakinan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dalam menggunakan TikTok sebagai alat yang dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas pekerjaan mereka. Pelaku UMKM meyakini bahwa platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat yang dapat membantu mereka dalam mengelola dan mengoptimalkan strategi pemasaran lebih efektif.

6) Perceived Ease of Use

Variabel ini menggambarkan persepsi pelaku UMKM terhadap kemudahan dalam menggunakan TikTok, yang dapat memengaruhi sejauh mana mereka merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat bagi bisnis mereka, serta memengaruhi keinginan mereka untuk terus menggunakannya dimasa depan.

7) Intention to Use

Variabel ini menggambarkan bagaimana pelaku UMKM merespons pengalaman mereka dengan TikTok dan sejauh mana mereka merasa terdorong untuk menggunakannya kembali dalam aktivitas pemasaran..

3. Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian didasarkan pada urutan logis untuk membentuk sebuah cerita. Isinya menunjukkan fakta/data. Dapat menggunakan Tabel dan Angka tetapi tidak mengulangi data yang sama dalam gambar, tabel, dan teks. Untuk lebih memperjelas deskripsi, dapat menggunakan subtitle.

Diskusi adalah penjelasan dasar, hubungan, dan generalisasi yang ditunjukkan oleh hasilnya. Deskripsi menjawab pertanyaan penelitian. Jika ada hasil yang meragukan, tunjukkan secara objektif.

3.1. Analisis dan Interpretasi

Pada tahap pertama dalam pengujian instrumen penelitian agar kuesioner yang disebarakan kepada responden telah reliabel dan valid, maka peneliti membutuhkan pengujian yang bernama *pilot study* atau *pilot test*. *Pilot test* membutuhkan 30 responden diperlukan agar hasil pengujian mendekati kurva normal [6]. Peneliti melakukan *pilot test* yang menghasilkan 30 responden untuk mengetahui reliabilitas dan validitas kuesioner penelitian ini.

Hasil yang didapatkan setelah melakukan pilot test, maka peneliti menghapus 4 indikator dikarenakan hasilnya berada dibawah 0,6 dan ada 2 indikator dengan nilai diatas 0,6 yang dipertahankan pada pengujian outer loading. Indikator yang dihapus yaitu Discomfort (DIS1), Innovativeness (INN3), Insecurity (INS1), dan Perceived Ease of Use (PEOU1) sedangkan 2 indikator yang dipertahankan yaitu Innovativeness (INN1) dan Optimism (OPT4). Indikator yang dihapus karena pertanyaannya tidak valid sesuai dengan perhitungan statistik yang akan dilakukan, selain itu dapat memengaruhi validitas instrumen penelitian karena syarat untuk instrument yang valid jika outer loading berada pada rentang tertentu. Menurut pengujian statistik nilai outer loading antara 0,6 hingga 0,7 dianggap cukup, sedangkan nilai yang lebih besar dari 0,7 dianggap ideal. Dan nilai AVE lebih dari 0,5, maka pada tahap pilot test ini menghapus 4 indikator saja karena mempengaruhi nilai composite reliability, sedangkan 2 indikator yang dipertahankan tidak signifikan mempengaruhi nilai composite reliability.

Tabel 1. Hasil *cross loading pilot test*

	DIS	INN	INS	ITU	OPT	PEOU	PU
DIS 1	0.566						
DIS 2	0.829						
DIS 3	0.924						
DIS 4	0.803						
INN 1		0.667					
INN 2		0.774					
INN 3		0.490					
INN 4		0.860					
INS 1			0.411				
INS 2			0.812				
INS 3			0.927				
INS 4			0.795				
ITU 1				0.986			
ITU 2				0.986			
OPT 1					0.725		
OPT 2					0.879		
OPT 3					0.739		
OPT 4					0.686		
PEOU 1						0.490	
PEOU 2						0.856	
PEOU 3						0.818	
PEOU 4						0.864	
PU 1							0.742
PU 2							0.784
PU 3							0.884

PU 4

0.731

Dibawah ini merupakan nilai *composite reliability* sebelum indikator yang pada *loading factor* belum dihapus. Dimana nilai *composite reliability* pada saat ini sudah valid namun dikarenakan *cross loading* nilainya masih ada di bawah 0,6 dan nilai AVE yang masih dibawa 0,5 maka harus diperbaiki agar instrumen penelitian valid. Pada table 2 dibawah merupakan hasil *composite reliability* sebelum indikator dihapus.

Tabel 2. Data *composite Reliability* yang belum dihapus

	CR
DIS	0.867
INN	0.790
INS	0.838
ITU	0.986
OPT	0.845
PEOU	0.850
PU	0.867

Pada Tabel 3 merupakan hasil dari *outer loading* yang sudah memenuhi syarat serta telah valid dalam penelitian setelah melewati proses penghapusan 4 indikator yang menyebabkan instrumen ini tidak valid dengan membuktikan nilai *outer loading* telah mencapai batas minimum yang disarankan dan nilai AVE juga melebihi ambang batas yang telah ditetapkan [7].

Tabel 3. Data *Outer Loading* yang Sudah Dihapus

	DIS	INN	INS	ITU	OPT	PEOU	PU
DIS 2	0.870						
DIS 3	0.921						
DIS 4	0.745						
INN 1		0.687					
INN 2		0.715					
INN 4		0.877					
INS 2			0.809				
INS 3			0.929				
INS 4			0.804				
ITU 1				0.986			
ITU 2				0.986			
OPT 1					0.730		
OPT 2					0.881		
OPT 3					0.730		
OPT 4					0.688		
PEOU 2						0.831	
PEOU 3						0.860	
PEOU 4						0.865	
PU 1							0.741
PU 2							0.786
PU 3							0.886
PU 4							0.726

Pada Tabel 4 menunjukkan nilai *Composite Reliability* setelah indikator yang ada pada *outer model* dihapus. Nilai *Composite Reliability* menunjukkan validitas dan mengalami kenaikan nilai.

Tabel 4. Data *composite Reliability* yang sudah dihapus

CR	
DIS	0.885
INN	0.805
INS	0.886
ITU	0.986
OPT	0.845
PEOU	0.889
PU	0.866

Selanjutnya adalah pengujian reliabilitas pilot test dimana syarat suatu instrumen bisa reliabel adalah nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability a dan c diatas 0,6. Selain itu nilai AVE > 0,5. Tabel 5 merupakan nilai Cronbach Alpha, Composite Reliability dan AVE.

Tabel 5. Data *Cronbach Alpha, Composite Reliability* dan AVE

	Cronbach's alpha	Composite Reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)	Average variance extracted (AVE)
DIS	0.814	0.882	0.885	0.720
INN	0.643	0.704	0.805	0.583
INS	0.815	0.967	0.886	0.722
ITU	0.972	0.972	0.986	0.972
OPT	0.756	0.772	0.845	0.579
PEOU	0.815	0.839	0.889	0.727
PU	0.800	0.860	0.866	0.620

Tahap terakhir *pilot test* yaitu mengecek *Forenell-Larcker* pada table 6 di bawah bisa dilihat bahwa nilai *Forenell-Larcker* pada *pilot test* sudah memenuhi syarat.

Tabel 6. Data *Fornell-Larcker pilot test*

	DIS	INN	INS	ITU	OPT	PEOU	PU
DIS	0.849						
INN	0.422	0.763					
INS	0.408	0.337	0.849				
ITU	0.117	0.699	0.214	0.986			
OPT	0.458	0.655	0.409	0.481	0.761		
PEOU	0.277	0.706	0.187	0.703	0.468	0.852	
PU	0.000	0.623	0.266	0.804	0.484	0.713	0.787

3.2. Analisis dan Interpretasi Hasil Demografi

Pada tahap ini, analisis dilakukan terhadap tanggapan kuesioner responden, khususnya pada bagian data demografi. Tujuannya adalah untuk memahami karakteristik responden terkait kesiapan dan penerimaan UMKM terhadap teknologi e-commerce, khususnya TikTok. Peneliti berhasil mengumpulkan data dari 100 responden dalam waktu sekitar satu bulan. Informasi demografis yang diperoleh mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan, domisili, pengalaman menggunakan TikTok, dan jenis UMKM mereka. Berikut adalah hasil analisis demografi tersebut:

Sebagian besar responden adalah kelompok usia muda, yaitu 20-30 tahun. Dari segi jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 70% (70 responden), sementara laki-laki berjumlah 30% (30 responden),

yang mengindikasikan bahwa kepemilikan UMKM di Kota Jambi dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan S1 dengan 51% (51 responden), diikuti oleh SMA/SMK sebanyak 45% (45 responden), Diploma (D1-D3) 2% (2 responden), dan S2 sebanyak 2% (2 responden). Minat berwirausaha yang tinggi turut menjelaskan mengapa sebagian besar usaha responden berusia kurang dari 5 tahun.

Selanjutnya, dominasi usaha makanan dan minuman menunjukkan bahwa sektor ini masih menjadi pilihan utama pelaku UMKM, didorong oleh tingginya permintaan pasar dan kemudahan dalam memulai usaha. Sektor jasa, kecantikan, kesehatan, kerajinan, dan fashion juga berkontribusi pada komposisi jenis usaha, meskipun dengan persentase yang lebih rendah. Hal ini mencerminkan keberagaman sektor UMKM, meskipun fokus utama masih pada sektor konsumsi harian. Meskipun sebagian besar pelaku usaha sudah familiar dengan TikTok, proses adopsi digital di kalangan UMKM masih terus berkembang.

3.3. Analisis dan Interpretasi *Outer Model*

1) *Individual Item Reliability*

Pengujian yang dilihat dari sudut pandang *Standardizer Loading Factor*. Nilai yang dinyatakan valid yaitu $< 0,7$. Tetapi jika terdapat nilai lebih dari 0,5 masih dapat menjadi bahan pertimbangan dan bisa dipertahankan. Fungsi kedua nilai ini untuk mengetahui hubungan antara korelasi pada indikator dengan konstruknya [8].

Tabel 7. Hasil data *Outer Loading Main Study*

	DIS	INN	INS	ITU	OPT	PEOU	PU
DIS 2	0.917						
DIS 3	0.791						
DIS 4	0.709						
INN 1		0.772					
INN 2		0.792					
INN 4		0.844					
INS 2			0.780				
INS 3			0.932				
INS 4			0.647				
ITU 1				0.944			
ITU 2				0.948			
OPT 1					0.716		
OPT 2					0.884		
OPT 3					0.832		
OPT 4					0.651		
PEOU 2						0.889	
PEOU 3						0.886	
PEOU 4						0.836	
PU 1							0.609
PU 2							0.778
PU 3							0.831
PU 4							0.743

2) *Internal Consistency Reliability*

pengujian internal consistency reliability ini diambil dari nilai CR atau *composite reliability* karena pengujian dilakukan dengan melihat nilai CR yang memiliki nilai diambang batas 0,7. Untuk nilai 0,8 dan 0,9 dapat dikategorikan sebagai nilai sangat memuaskan. Hasil nilai CR pada penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 8 dimana nilainya berada diatas 0,7 yang memenuhi persyaratan.

Tabel 8. Hasil Nilai *Composite Reliability Main Study*

	Composite reliability	Keterangan
DIS	0.850	Sangat Memuaskan
INN	0.845	Sangat Memuaskan
INS	0.834	Sangat Memuaskan
ITU	0.944	Sangat Memuaskan

OPT	0.857	Sangat Memuaskan
PEOU	0.904	Sangat Memuaskan
PU	0.831	Sangat Memuaskan

3) Average Variance Extracted

Tahap selanjutnya dilakukan dengan melihat nilai pada *Average Variance Extracted* (AVE). nilai yang digambarkan besaran indikator yang dapat dikandung oleh variable laten (konstruk). Nilai AVE dikatakan ideal apabila nilai AVE lebih dari 0,5. Hasil pengujian dalam Tabel 9 membuktikan bahwa AVE >0,5 sehingga telah memenuhi standar teori Hair.

Tabel 9. Hasil Average Variance Extracted Main Study

	Composite reliability	Keterangan
DIS	0.657	Valid
INN	0.645	Valid
INS	0.632	Valid
ITU	0.894	Valid
OPT	0.602	Valid
PEOU	0.758	Valid
PU	0.555	Valid

4) Discriminant Validity

Pada tahap pengujian *Discriminant Validity* ini dievaluasi dari nilai *cross loading* yang ada. Melalui dua tahap pemeriksaan *cross loading*, yaitu *cross loading* antara indikator dan *cross loading Fornell-Lacker's*. tahap pertama yaitu memeriksa *cross loading* antara indikator yaitu membandingkan korelasi antara indikator dengan variabelnya dan variabel di blok lainnya. Jika korelasi antara indikator dengan variabel lebih tinggi dibandingkan dengan variabel pada blok lainnya, maka blok tersebut memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya.

Tabel 10. Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)

	DIS	INN	INS	ITU	OPT	PEOU	PU
DIS1	dihapus						
DIS2	0.917	0.183	0.262	0.083	0.149	0.079	0.119
DIS3	0.791	-0.140	0.439	0.106	-0.083	-0.016	0.090
DIS4	0.709	-0.109	0.409	0.128	-0.067	-0.047	0.035
INN1	0.197	0.772	0.051	0.458	0.664	0.433	0.528
INN2	-0.039	0.792	0.153	0.394	0.566	0.540	0.347
INN3	dihapus						
INN4	-0.001	0.844	-0.052	0.556	0.494	0.616	0.584
INS 1	dihapus						
INS2	0.340	0.018	0.780	0.032	0.029	0.102	-0.017
INS3	0.351	0.055	0.932	0.093	0.042	0.119	0.090
INS4	0.581	-0.054	0.647	-0.033	-0.075	0.031	-0.082
ITU1	0.106	0.534	0.096	0.944	0.502	0.554	0.581
ITU2	0.101	0.586	0.062	0.948	0.504	0.536	0.625
OPT1	0.064	0.438	-0.025	0.470	0.716	0.336	0.443
OPT2	0.069	0.630	0.056	0.487	0.884	0.461	0.453

OPT3	0.083	0.610	0.016	0.360	0.832	0.549	0.406
OPT4	-0.040	0.496	0.111	0.336	0.651	0.262	0.365
PEOU1	dihapus						
PEOU2	0.004	0.605	0.087	0.423	0.509	0.889	0.586
PEOU3	-0.021	0.607	0.143	0.587	0.450	0.886	0.626
PEOU4	0.144	0.521	0.107	0.483	0.438	0.836	0.641
PU1	0.134	0.447	0.188	0.463	0.400	0.440	0.609
PU2	0.103	0.427	0.117	0.447	0.369	0.489	0.778
PU3	0.085	0.557	-0.011	0.540	0.430	0.631	0.831
PU4	0.030	0.376	-0.116	0.431	0.387	0.528	0.743

5) Interpretasi dan Pembahasan Hasil Analisis *Outer Model*

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* setiap indikator dan variabelnya lebih besar dibandingkan dengan korelasi variabel blok lainnya. Hal ini membuktikan bahwa kuatnya korelasi konstruk dengan masing-masing indikatornya.

Selanjutnya tahap kedua dalam pengujian *discriminant validity* yaitu menguji nilai *Fornell-Lacker's* yang dilakukan dengan memperhatikan bahwa nilai akar AVE yang harus memiliki nilai lebih tinggi dari korelasi yang ada dari variable satu dengan variable lainnya. Berdasarkan nilai pada Tabel 11 *Fornell-Lacker's* menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara variabel lainnya.

Tabel 11. Ringkasan Hasil Uji *Outer Model*

VAR	IND	OL	Cross Loading							CR	AVE
			OPT	INN	DIS	INS	PU	PEOU	ITU		
OPT	OPT1	0.716	0.716	0.438	0.064	-0.025	0.443	0.336	0.470	0.857	0.602
	OPT2	0.884	0.884	0.630	0.069	0.056	0.453	0.461	0.487		
	OPT3	0.832	0.832	0.610	0.083	0.016	0.406	0.549	0.360		
	OPT4	0.651	0.651	0.496	-0.040	0.111	0.365	0.262	0.336		
INN	INN1	0.772	0.664	0.772	0.197	0.051	0.528	0.433	0.458	0.845	0.645
	INN2	0.792	0.566	0.792	-0.039	0.153	0.347	0.540	0.394		
	INN3*										
	INN4	0.844	0.494	0.844	-0.001	-0.052	0.584	0.616	0.556		
DIS	DIS1*									0.850	0.657
	DIS2	0.917	0.149	0.183	0.917	0.262	0.119	0.079	0.083		
	DIS3	0.791	-0.083	-0.140	0.791	0.439	0.090	-0.016	0.106		
	DIS4	0.709	-0.067	-0.109	0.709	0.409	0.035	-0.047	0.128		
INS	INS1*									0.834	0.632
	INS2	0.780	0.029	0.018	0.340	0.780	-0.017	0.102	0.032		
	INS3	0.932	0.042	0.055	0.351	0.932	0.090	0.119	0.093		
	INS4	0.647	-0.075	-0.054	0.581	0.647	-0.082	0.031	-0.033		
PU	PU1	0.609	0.400	0.447	0.134	0.188	0.609	0.440	0.463	0.831	0.555
	PU2	0.778	0.369	0.427	0.103	0.117	0.778	0.489	0.447		
	PU3	0.831	0.430	0.557	0.085	-0.011	0.831	0.631	0.540		
	PU4	0.743	0.387	0.376	0.030	-0.116	0.743	0.528	0.431		
PEOU	PEOU1*									0.904	0.758
	PEOU2	0.889	0.509	0.605	0.004	0.087	0.586	0.889	0.423		
	PEOU3	0.886	0.450	0.607	-0.021	0.143	0.626	0.886	0.587		
	PEOU4	0.836	0.438	0.521	0.144	0.107	0.641	0.836	0.483		
ITU	ITU1	0.944	0.502	0.534	0.106	0.096	0.581	0.554	0.944	0.944	0.894
	ITU2	0.948	0.504	0.586	0.101	0.062	0.625	0.536	0.948		

3.4 Interpretasi dan Pembahasan Perhitungan TRI

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, penggunaan teknologi *social commerce* (*TikTok*) memiliki tingkat kesiapan teknologi yang sedang, yaitu termasuk dalam kategori *medium technology readiness* dengan perolehan skor TRI sebesar 3,431. Variable *optimism* memberikan kontribusi paling besar yaitu dengan nilai 0,967. Kemudian variable *innovativeness* memberikan kontribusi terbesar kedua yaitu dengan nilai 0,907. Meskipun skor rata-rata *optimism* lebih tinggi dibandingkan *innovativeness*, namun hanya *innovativeness* yang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi pelaku UMKM memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan *TikTok*. Sementara itu, sikap optimis belum cukup kuat secara statistik untuk mendorong persepsi yang sama. Kemudian variable *discomfort* dan *insecurity* mendapatkan nilai relative lebih rendah dibandingkan dengan variable *optimism* dan *innovativeness* yaitu masing-masing memiliki nilai 0,779 dan 0,777. Rendahnya nilai kedua variable ini menunjukkan bahwa pengguna masih memiliki rasa tidaknyaman dan ketidakamanan saat menggunakan *TikTok*.

Hasil perhitungan TRI yang dikategorikan *Medium Technology Readiness* dapat dijadikan acuan dalam menentukan tingkat kesiapan pengguna UMKM di Kota Jambi. Skor minimal untuk *Medium Technology Readiness* ialah sebesar 2,89 yang apabila dibagi dengan jumlah variable, menghasilkan skor minimal sebesar 0,7225. Berdasarkan hal tersebut maka variable dengan skor dibawah 0,8775 dianggap perlu ditingkatkan.

Tabel 12. Rekomendasi Hasil Perhitungan TRI

Variabel	Skor	Skor minimum	Keterangan
<i>Optimism</i>	0,967	0,722	Tingkatkan
<i>Innovativeness</i>	0,907	0,722	Tingkatkan
<i>Discomfort</i>	0,779	0,722	Tingkatkan
<i>Insecurity</i>	0,777	0,722	Tingkatkan

Tabel 12 menunjukkan bahwa setiap variable telah berada dalam ambang kategori *medium technology readiness*, tetapi nilai variable-variabel tersebut masih belum optimal untuk mencapai kategori *high technology readiness* sehingga perlu adanya peningkatan melalui pelatihan teknis atau penguatan literasi digital. Dilihat dari tabel tersebut variable *insecurity* memperoleh skor yang relatif rendah dibandingkan dengan variable lainnya, temuan dari pengujian mengindikasikan bahwa variable ini tidak memberikan dampak signifikan terhadap penerimaan teknologi, sehingga sifat kurang percaya diri tersebut tidak menjadi hambatan utama dalam penggunaan *TikTok* oleh pelaku UMKM.

Sebaliknya, variabel *innovativeness* terbukti berpengaruh signifikan, yang artinya semakin tinggi tingkat inovatif pengguna, semakin tinggi pula kecenderungan mereka menerima teknologi. Oleh karena itu strategi peningkatan bisa berfokus pada mendorong sifat inovatif, misalnya dengan membangun komunitas kreatif UMKM di *TikTok*. Dan variabel yang signifikan selanjutnya ialah *perceived usefulness* (PU) yang artinya pengguna sudah merasa manfaat *TikTok* bagi bisnis mereka. Sehingga faktor ini sudah berjalan dengan baik dan dapat dipertahankan atau bahkan diperkuat melalui fitur-fitur bisnis yang relevan bagi UMKM.

Variabel *optimism* tidak berpengaruh signifikan sehingga perlunya upaya untuk meningkatkan sikap positif pengguna terhadap penggunaan teknologi. Hal ini dapat dilakukan melalui edukasi atau penyebaran informasi mengenai keberhasilan UMKM lainnya yang memanfaatkan *TikTok* secara efektif. Lalu untuk variabel *discomfort* juga tidak signifikan. Rasa tidak nyaman atau kebingungan dalam menggunakan platform bisa dikurangi dengan menyediakan pelatihan praktis dan panduan langkah demi langkah yang mudah di akses. Variabel *perceived ease of use* (PEOU) juga tidak signifikan yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan belum optimal dalam mendorong pengguna untuk mengadopsi *TikTok* secara maksimal. Padahal secara umum antarmuka *TikTok* sudah dirancang cukup sederhana dan intuitif. Oleh karena itu perlunya peningkatan bukanlah pada desain antarmukanya tetapi dukungan pendampingan dan peningkatan literasi digital pengguna, seperti melalui pelatihan menggunakan fitur-fitur *TikTok* secara langsung, pembuatan konten yang kreatif, serta berbagai studi kasus sukses dari UMKM yang sudah mahir dalam penggunaan *TikTok*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya mengenai kesiapan dan penerimaan social commerce, khususnya penggunaan TikTok oleh pelaku UMKM, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil mengimplementasikan Technology Readiness Acceptance Model (TRAM) guna mengetahui sejauh mana kesiapan dan penerimaan UMKM di Kota Jambi terhadap platform tersebut. Hasil perhitungan dengan model Technology Readiness Index (TRI) menunjukkan bahwa tingkat kesiapan pengguna teknologi social commerce, khususnya TikTok, berada pada klasifikasi Medium Technology Readiness dengan skor 3,431, di mana nilai keempat variabel masih berada dalam rentang ambang skor 2,89 hingga 3,51. Meski demikian, peningkatan masih diperlukan agar dapat mencapai kategori High Technology Readiness. Dari keseluruhan sepuluh hipotesis yang diuji, hanya tiga hipotesis yang diterima dan tujuh lainnya ditolak. Hipotesis yang diterima adalah hubungan antara innovativeness terhadap perceived usefulness ($t = 3,646$), innovativeness terhadap perceived ease of use ($t = 5,030$), dan perceived usefulness terhadap intention to use ($t = 4,051$). Hasil ini menunjukkan bahwa sifat inovatif memainkan peran penting dalam membentuk persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan TikTok. Pelaku UMKM dengan tingkat inovasi tinggi cenderung lebih cepat beradaptasi, mengeksplorasi, dan merasa nyaman menggunakan fitur-fitur TikTok untuk mendukung aktivitas bisnis mereka, serta persepsi positif terhadap kegunaan TikTok juga mendorong intensi penggunaan yang berkelanjutan. Sementara itu, hipotesis yang ditolak meliputi pengaruh optimism terhadap perceived ease of use dan perceived usefulness, discomfort terhadap kedua variabel yang sama, insecurity terhadap perceived ease of use dan usefulness, serta perceived ease of use terhadap intention to use. Meskipun sikap optimis menunjukkan arah pengaruh positif, namun belum signifikan dalam memengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan dan kegunaan TikTok. Selain itu, variabel discomfort dan insecurity yang secara teori dapat menghambat adopsi teknologi, ternyata tidak memberikan pengaruh signifikan dalam konteks ini, sehingga rasa tidak nyaman dan rasa tidak aman bukanlah hambatan utama dalam adopsi TikTok oleh UMKM. Bahkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Penelitian ini memiliki keterbatasan wilayah karena hanya mencakup pelaku UMKM di Kota Jambi, serta keterbatasan waktu yang menyebabkan belum sempat dilakukannya wawancara mendalam untuk menggali pengalaman individu masing-masing responden secara lebih luas. Meski demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting. Dari sisi metodologi, penelitian ini mendorong pemanfaatan pendekatan kuantitatif dalam penyusunan skripsi pada Program Studi Sistem Informasi UIN Sultan Thaha Syaifuddin Jambi. Dari sisi teori, penelitian ini memperkaya referensi penggunaan konstruk TRI 2.0 dan TAM dalam model TRAM. Secara praktis, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dan data penunjang bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usahanya..

Referensi

- [1] F. A. Ramadheena, Analisis kesiapan dan penerimaan teknologi cloud computing pada UMKM di Jakarta dengan metode Technology Readiness Acceptance Model (TRAM), Skripsi, Fak. Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022, pp. 1–152.
- [2] R. P. Sari, D. T. Santoso, dan D. Puspita, "Analisis kesiapan UMKM Kabupaten Karawang terhadap adopsi cloud computing dalam konteks industri 4.0," *J@Ti Undip: J. Tek. Ind.*, vol. 15, no. 2, pp. 63–72, 2020.
- [3] W. Chen dan A. Dirgantara, "Social commerce marketing: Exploring the role of user experience and technology adoption in enhancing consumer engagement," *J. Bus. Res.*, vol. 78, pp. 45–58, 2023.
- [4] S. Maharani dan I. M. B. Dirgantara, "Faktor-faktor yang memengaruhi immersion saat live streaming syaria shopping serta pengaruhnya kepada minat pembelian (Studi Pada Social Commerce TikTok Indonesia)," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 2, pp. 2942–2955, 2023.
- [5] W. Aripadono, "Analisis Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) pada penggunaan sport wearable technology," *Teknika*, vol. 10, no. 1, pp. 68–77, 2021.
- [6] P. Guenther, M. Guenther, C. M. Ringle, G. Zaefarian, dan S. Cartwright, "Improving PLS-SEM use for business marketing research," *Ind. Mark. Manag.*, vol. 111, no. 3, pp. 127–142, 2023.
- [7] J. F. Hair Jr., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, dan M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage Publications, 2021.
- [8] M. Alshurideh, B. Al-Kurdi, S. A. Salloum, I. Arpaci, dan M. Al-Emran, "Predicting the actual use of m-learning systems: A comparative approach using PLS-SEM and machine learning algorithms," *Interact. Learn. Environ.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2020.