

AKSELERASI DIGITALISASI UMKM INDONESIA MELALUI ADOPTSI *E-COMMERCE*: ANALISIS DETERMINAN SOSIO-EKONOMI

AISYAH NUR'AENI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Akselerasi Digitalisasi UMKM Indonesia Melalui Adopsi *E-Commerce*: Analisis Determinan Sosio-Ekonomi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Aisyah Nur'aeni

H1401201017

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

AISYAH NUR'AENI. Akselerasi Digitalisasi UMKM Indonesia Melalui Adopsi *E-Commerce*: Analisis Determinan Sosio-Ekonomi. Dibimbing oleh BAMBANG JUANDA dan FAHMI SALAM AHMAD.

Studi ini mengkaji faktor-faktor yang berperan dalam pemanfaatan *e-commerce*, dengan fokus khusus pada dimensi sosial-ekonomi. Data survei yang dikumpulkan dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2021 digunakan sebagai dasar analisis, dengan penerapan metode regresi logistik. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dari variabel-variabel seperti jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan, terhadap adopsi *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara penjualan *online* dan aktivitas pembelian. Mereka yang terlibat dalam penjualan *online*, termasuk UMKM, cenderung juga melakukan pembelian *online* untuk kebutuhan pribadi sebanyak 62,80 persen. Sebaliknya, kecenderungan untuk tidak melakukan pembelian secara *online* mencapai 92,40 persen dari responden yang tidak terlibat dalam penjualan *online*. Faktor-faktor seperti jenis kelamin, status pernikahan, usia, kegiatan utama, pendapatan, ukuran keluarga, penggunaan telepon genggam, akses internet dan keuangan, tempat tinggal, dan perilaku penjualan serta pembelian *online* memengaruhi keputusan untuk melakukan adopsi *e-commerce*. Implikasi dari temuan ini diuraikan untuk memandu para pelaku industri dan pembuat kebijakan untuk mengoptimalkan penetrasi dan adopsi *e-commerce* di masyarakat.

Kata kunci: UMKM, *E-commerce*, Logit

ABSTRACT

AISYAH NUR'AENI. Accelerating the Digitalization of Indonesian MSMEs Through E-Commerce Adoption: Analysis of Socio-Economic Determinants. Supervised by BAMBANG JUANDA and FAHMI SALAM AHMAD.

This study examines the factors that play a role in e-commerce utilization, with a particular focus on socio-economic dimensions. Survey data collected from the 2021 National Socio-Economic Survey (Susenas) is used as the basis of analysis, with the application of the logistic regression method. This approach aims to identify the impact of variables such as gender, income, and education, on e-commerce adoption. The results show a relationship between online sales and purchasing activities. Those who engage in online sales, including MSMEs, tend to also make online purchases for personal needs as much as 62,80 percent. In contrast, the tendency not to make online purchases reached 92,40 percent of respondents who were not involved in online sales. Factors such as gender, marital status, age, main activity, income, family size, mobile phone usage, internet access and finance, place of residence, and online selling and purchasing behavior influence the decision to adopt e-commerce. The implications of these findings are outlined to guide industry players and policy makers to optimize e-commerce penetration and adoption in society.

Keywords: MSMEs, E-commerce, Logit

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**AKSELERASI DIGITALISASI UMKM INDONESIA MELALUI
ADOPSI *E-COMMERCE*:
ANALISIS DETERMINAN SOSIO-EKONOMI**

AISYAH NUR'AENI

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Pembangunan

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Yeti Lis Purnamadewi, M.Sc.Agr
- 2 Dr. Heni Hasanah, SE., M.Si.

Judul Skripsi : Akselerasi Digitalisasi UMKM Indonesia Melalui Adopsi
E-Commerce: Analisis Determinan Sosio-Ekonomi

Nama : Aisyah Nur'aeni
NIM : H1401201017

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Bambang Juanda, M.S
NIP. 196401011988031061



Pembimbing 2:
Fahmi Salam Ahmad, S.Stat., M.Si
NIP. 199310272020121001



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi:
Dr. Tony Irawan, SE, M.App.Ac
NIP. 198203062005011001



Tanggal Ujian:
30 Juli 2024

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Topik yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Juli 2024 ini adalah Ekonomi Digital, dengan judul “Akselerasi Digitalisasi UMKM Indonesia Melalui Adopsi *E-Commerce*: Analisis Determinan Sosio-Ekonomi”. Terima kasih banyak saya ucapkan kepada:

1. Allah SWT dan Rasul-Nya, yang telah memberikan izin, rahmat, dan yang tiada henti mempermudah segala prosesnya.
2. Murih Lestari (Ibu), Alm. Jasroni (Kakek), Sugini (Nenek), Zahro (Adik) atas begitu banyak pengorbanan tenaga, waktu, materi, serta perhatian yang tercurah kepada saya selama ini. Terima kasih atas kepercayaan dan pelukan hangat yang selalu memotivasi penulis.
3. Prof. Dr. Ir. Bambang Juanda, MS selaku dosen pembimbing utama, dan Fahmi Salam Ahmad S.Stat., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua, yang dengan penuh keikhlasan telah memberikan waktu, tenaga, serta ilmu yang luar biasa berharga selama proses penulisan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur telah diberikan lebih banyak kesempatan untuk belajar bersama Bapak. Semoga segala usaha dan bimbingan Bapak menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahala kebaikannya di akhirat kelak. Penulis tidak akan pernah melupakan kebaikan dan dedikasi yang telah Bapak berikan.
4. Dr. Ir. Yeti Lis Purnamadewi, M.Sc.Agr dan Dr. Heni Hasanah, SE., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukannya untuk perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh civitas akademika Institut Pertanian Bogor Fakultas Ekonomi dan Manajemen serta Departemen Ilmu Ekonomi yang telah memberi dukungan, bantuan dan arahan selama proses penulisan dan penelitian skripsi.
6. Teman dekat penulis, yaitu Aas, Drian, Safi, Komodo, Kak Firda, Kak Yasmina, Ara, Ina, Manda, Safira, Lisa, Della, Ivo, Okza, Milania, Dwiki, Agung, Gading, Supri, Arief, Nyoman, dan Dhio yang juga menemani *survive* selama perkuliahan.
7. Teman-teman Departemen Ilmu Ekonomi Angkatan 57, sebagai teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman organisasi BEM FEM, Bentang Asa Foundation, Hipotex, Orange FEM, BAFEST, KKN yang telah memberikan dukungan dan menjadi wadah pengembangan diri selama masa perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Aisyah Nur'aeni



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Konsumsi	9
2.2 Teori Perilaku Konsumen	10
2.3 <i>The Diffusion of Innovation Theory</i>	11
2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	12
2.5 <i>E-Commerce</i>	12
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Kerangka Penelitian	21
III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis dan Sumber Data	24
3.2 Definisi Operasional Variabel	25
3.3 Metode Analisis Data	32
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Adopsi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	41
4.2 Karakteristik UMKM Digital dan Konsumen <i>Online</i> di Indonesia	47
4.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Individu untuk Mengadopsi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	51
4.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi <i>E-Commerce</i> pada UMKM di Indonesia	68
V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76



5.3	Keterbatasan	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN	85
	RIWAYAT HIDUP	101

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	15
2	Klasifikasi individu yang menjual barang/jasa secara <i>online</i> digunakan berdasarkan status pekerjaan	24
3	Klasifikasi individu yang membeli barang/jasa secara <i>online</i> digunakan berdasarkan status pekerjaan	25
4	Rincian kategori Susenas 2021	30
5	Variabel dalam analisis regresi logistik	36
6	Nilai-nilai model regresi logistik dengan peubah bebas dikotomi	39
7	Distribusi populasi menurut wilayah	41
8	Distribusi populasi penduduk Indonesia yang membeli barang atau jasa secara <i>online</i> menurut wilayah	45
9	Indikator kesesuaian model	51
10	Koefisien model regresi logistik tiap parameter menurut wilayah ($e_{\text{jual}}=1$)	52
11	Koefisien model regresi logistik tiap parameter menurut wilayah ($e_{\text{beli}}=1$)	54
12	Jumlah responden yang terlibat dalam pembelian dan penjualan barang/jasa secara <i>online</i>	55
13	Hasil estimasi variabel jenis kelamin	56
14	Hasil estimasi variabel kedudukan dalam rumah tangga	57
15	Hasil estimasi variabel status	58
16	Hasil estimasi variabel usia	59
17	Hasil estimasi interaksi variabel bekerja dengan usia	60
18	Hasil estimasi variabel pendidikan	61
19	Hasil estimasi interaksi variabel bekerja dengan pendidikan	61
20	Hasil estimasi variabel kegiatan utama	62
21	Hasil estimasi variabel pendapatan	63
22	Hasil estimasi variabel ukuran keluarga	64
23	Hasil estimasi variabel tempat tinggal	65
24	Hasil estimasi interaksi variabel bekerja dengan tempat tinggal	65
25	Hasil estimasi variabel keuangan	66
26	Hasil estimasi variabel internet	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



27	Hasil estimasi variabel HP/Ponsel	68
28	Indikator kesesuaian model UMKM	68
29	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden UMKM menjual barang atau jasa secara <i>online</i> ($e_{\text{jual}}=1$)	70
30	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden UMKM membeli barang atau jasa secara <i>online</i> ($e_{\text{jual}}=1$)	72

DAFTAR GAMBAR

1	Nilai ekonomi digital Indonesia berdasarkan sektor usaha tahun 2022	1
2	Perkembangan nilai transaksi <i>e-commerce</i>	2
3	Pengguna internet di Indonesia (juta orang) tahun 2016-2022	5
4	Perbandingan penetrasi penjualan <i>online</i> di Indonesia menurut klasifikasi daerah per provinsi (persen) tahun 2021	6
5	Perbandingan penetrasi belanja <i>online</i> di Indonesia menurut klasifikasi daerah per provinsi (persen) tahun 2021	6
6	Kerangka pemikiran	23
7	Gambaran transformasi logit dengan peubah x berskala interval	33
8	Sifat dari nilai <i>odds ratio</i>	40
9	Distribusi penjualan <i>online</i> menurut provinsi	42
10	Sebaran provinsi menurut penetrasi pengguna internet terhadap persentase penjualan <i>online</i>	44
11	Distribusi belanja <i>online</i> menurut provinsi	46
12	Sebaran provinsi menurut penetrasi pengguna internet terhadap persentase belanja <i>online</i>	47
13	Karakteristik penjual <i>online</i> dan konsumen <i>online</i> di Indonesia berdasarkan jenis kelamin	48
14	Gambar 14 Karakteristik penjual <i>online</i> dan konsumen <i>online</i> di Indonesia berdasarkan status pernikahan	48
15	Gambar 15 Karakteristik penjual <i>online</i> dan konsumen <i>online</i> di Indonesia berdasarkan usia	49
16	Gambar 16 Karakteristik penjual <i>online</i> dan konsumen <i>online</i> di Indonesia berdasarkan tingkat pendidikan	50
17	Gambar 17 Karakteristik penjual <i>online</i> dan konsumen <i>online</i> di Indonesia berdasarkan tempat tinggal	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 @Hak cipta milik IPB University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden menjual barang/jasa secara <i>online</i> (e_jual nasional)	85
2	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden menjual barang/jasa secara <i>online</i> (e_jual Indonesia bagian barat)	86
3	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden menjual barang/jasa secara <i>online</i> (e_jual Indonesia bagian timur)	87
4	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden membeli barang/jasa secara <i>online</i> (e_beli nasional)	88
5	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden membeli barang/jasa secara <i>online</i> (e_beli Indonesia bagian barat)	89
6	Hasil dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden membeli barang/jasa secara <i>online</i> (e_beli Indonesia bagian timur)	90
7	Output stata indikator kesesuaian model (e_jual nasional)	91
8	Output stata indikator kesesuaian model (e_jual Indonesia bagian barat)	92
9	Output stata indikator kesesuaian model (e_jual Indonesia bagian timur)	93
10	Output stata indikator kesesuaian model (e_beli nasional)	94
11	Output stata indikator kesesuaian model (e_beli Indonesia bagian barat)	95
12	Output stata indikator kesesuaian model (e_beli Indonesia bagian timur)	96
13	Output stata indikator kesesuaian model khusus UMKM (e_jual)	97
14	Output stata indikator kesesuaian model khusus UMKM (e_beli)	98
15	Output stata dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden UMKM menjual barang/jasa secara <i>online</i>	99
16	Output stata dugaan model regresi logistik faktor-faktor yang memengaruhi responden UMKM membeli barang/jasa secara <i>online</i>	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.