**Ringkesan:** Turunna jumlah UMKM di Kabupatén Majalengka turun ti taun 2018 nepi ka 2022, sanajan aya kanaékan séktor-séktor tangtu saperti pengolahan kadaharan. UMKM di séktor fashion masih kurang berkembang sanajan boga poténsi pasar gedé ngaliwatan e-commerce. Salah sahiji pendekatan anu tiasa dianggo pikeun nganalisis sareng ningkatkeun adopsi e-commerce di kalangan UMKM nyaéta Technology Acceptance Model (TAM). Métode anu digunakeun dina panalungtikan ieu nyaéta métode kuantitatif. Ukuran sampel dina panalungtikan ieu nyaéta 80 réspondén anu ditangtukeun ngagunakeun rumus Slovin. Ku ngagunakeun Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) kapanggih yén 1] Gampangna ngagunakeun anu dirasakeun (perceived ease of use) manfaat anu dirasakeun (perceived usefulness); 2] Panggunaan anu dirasakeun (perceived ease of use) boga pangaruh positif jeung signifikan kana sikep pamakéan (attitude towards using); 3] Mangpaat nu dirasakeun (perceived usefulness) boga pangaruh positip teu signifikan dina sikep ngagunakeun (attitude towards using); 4] Mangpaat nu dirasakeun (perceived usefulness) boga pangaruh positif jeung signifikan kana niat ngagunakeun; 5] Sikep ngagunakeun boga pangaruh positif jeung signifikan kana niat ngagunakeun (intention to use); 6] Niat ngagunakeun (Intention to use) boga pangaruh anu positip sarta signifikan kana Panggunaan Sabenerna (Actual Usage) pamakéan E-commerce di UMKM dina séktor Fashion di Kabupatén Majalengka. Ku alatan éta, dianjurkeun pikeun UMKM di sektor fashion fokus dina ngagunakeun platform e-commerce jeung terus ngamutahirkeun situs web mereka.

**Kecap Konci**: UMKM, *Technology Acceptance Model, E-commerce*