

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT*
(Studi Pada UMKM di Kota Surakarta)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh :

ALFIORI ANUGRAH RITONGA
NIM. 185231136

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT*
(Studi Pada UMKM di Kota Surakarta)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Disusun Oleh :

ALFIQRI ANUGRAH RITONGA

NIM. 18.523.11.36

Surakarta, 14 Agustus 2022

Disetujui dan Disahkan Oleh :
Dosen Pembimbing Skripsi



Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.

NIP: 197911112006041003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ALFIQRI ANUGRAH RITONGA

NIM : 185231136

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH PERSEPSI
KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUTUSAN UMKM UNTUK BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN
DIGITAL PAYMENT (Studi Pada UMKM Di Kota Surakarta)”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti
sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan
plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian
surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 14 Agustus 2022



Alfiqri Anugrah Ritonga

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ALFIQRI ANUGRAH RITONGA

NIM : 185231136

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT* (Studi Umkm Di Kota Surakarta)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 14 Agustus 2022



Alfiqri Anugrah Ritonga

Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Alfiqri Anugrah Ritonga

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Mas Said
Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Alfiqri Anugrah Ritonga NIM: 185231136 yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT* (Studi UMKM di Kota Surakarta)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 14 Agustus 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.

NIP: 197911112006041003

PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT*
(Studi UMKM Kota Surakarta)**

Oleh :

ALFIQRI ANUGRAH RITONGA
NIM. 18.52.31.136

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 06 September 2022 M / 09 Safar 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004



Penguji II
Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005



Penguji III
Fuad Hasyim, S.E.I., M.E.K
NIP. 19890316 201801 1 003



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004 4

MOTTO

Bila kaum muda yang telah belajar di sekolah dan menganggap dirinya terlalu tinggi dan pintar untuk melebur dengan masyarakat yang bekerja dengan cangkul dan hanya memiliki cita-cita yang sederhana, maka lebih baik pendidikan itu tidak diberikan sama sekali.

(Tan Malaka)

Kelahiran suatu pemikiran, sering disamakan sebagai kelahiran seorang anak. Ia didahului dengan penderitaan-penderitaan pembawaan kelahirannya.

(Tan Malaka)

Jangan biarkan emosi dan perasaan mengambil kendali dalam menentukan sebuah keputusan.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan untuk Ayahku Julhenri Ritonga dan Ibuku Erlimarlinda Harahap yang selalu ada untuk mendukung setiap Langkah yang kulalui, serta mengirim selalu mengirim do'a terbaik untuk diriku.

Pengajar pengajar yang telah membimbing dan mengajari ku berbagai hal yang tak ku ketahau

Teman – teman satu Angkatan MAN Insan endekia Jambi yang telah memberi dukungan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN UMKM UNTUK BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT* (STUDI UMKM DI KOTA SURAKARTA)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sebagai dosen pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Radem Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

5. Ayahku Julhenri Ritonga dan Ibuku Erlimarlinda Harahap, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
6. Teman teman Angkatan 9 MAN Insan cendekia Jambi yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Muhaimin Nur Siregar teman yang selalu membantu dalam menyelesaikan masalah selama menyelesaikan jenjang kuuliah

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 07 Juli 2022

Abstract

This study was conducted to determine the effect of perceived usefulness and perceived convenience on MSME decisions to transact using digital payments. Perceptions of usefulness and perceived convenience are variables used in accordance with TAM theory which is used to measure or determine the behavior of users of an information system, so that MSMEs that act as populations and samples in this study can know the factors that influence their decisions to use digital payments.

This study uses a quantitative method with purposive sampling technique. This research was conducted using data in the form of a questionnaire as primary data and data that had been previously studied as secondary data. The questionnaire used is in accordance with the indicators used in the TAM theory, so that the research objectives can be known and do not cross the research boundaries.

The analysis in this study was carried out with Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Testing using SPSS software. This study states that perceptions of usefulness have a significant positive influence on MSME decisions to transact using digital payments, and perceptions of convenience have a significant positive influence on MSME decisions to transact using digital payments.

Keywords: Digital Payment, Perception of Usefulness, Perception of Ease. SMEs.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*. Persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan menjadi variabel yang digunakan sesuai dengan teori TAM yang bertujuan untuk mengukur atau mengetahui perilaku pengguna suatu sistem informasi, sehingga UMKM yang berperan sebagai populasi dan sampel pada penelitian ini dapat diketahui faktor yang mempengaruhi keputusannya untuk menggunakan *digital payment*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data berupa kuesioner sebagai data primer dan data sekunder sebagai pendukung teori dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan sesuai dengan indikator yang terdapat dalam teori TAM, sehingga tujuan penelitian dapat diketahui dan tidak melewati batas penelitian.

Analisis pada penelitian dilakukan dengan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis dengan menggunakan *software SPSS*. Penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM bertransaksi menggunakan *digital payment*, dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Kata Kunci : Digital Payment, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan.

UMKM.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. <i>Financial Technology</i>	14
2.1.1 Pengertian <i>Financial Technology</i>	14

2.1.2 Jenis jenis <i>Financial Technology</i>	14
2.2. Digital Payment	15
2.2.1. Pengertian <i>Digital Payment</i>	15
2.2.2. Dimensi <i>Digital Payment</i>	17
2.2.3. Jenis <i>Digital Payment</i>	18
2.2.4. <i>Digital Payment</i> dari perspektif Islam	20
2.3. UMKM	23
2.4. Technology Acceptance Model	25
2.5. Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Dan Kualitas Layanan	27
2.5.1. Persepsi Kebermanfaatan	27
2.5.2. Persepsi Kemudahan	28
2.6. Penelitian Yang Relevan	30
2.7. Kerangka Berpikir	41
2.8. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian	43
3.2. Jenis Penelitian	43
3.3. Populasi dan Sampel	43
3.3.1. Populasi	43
3.3.2. Sample	44
3.4. Data dan Sumber Data	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1. Studi Kepustakaan	45

3.5.2. Dokumentasi	45
3.5.3. Kuesioner	46
3.6. Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1. Statistik Deskriptif	48
3.6.2. Uji Validitas	48
3.6.3. Uji Reliabilitas	49
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.5. Uji F	50
3.6.6. Uji Linear Berganda.....	51
3.6.7. Uji T	51
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Penelitian	54
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden.....	54
4.2. Pengujian Dan Hasil Analisis Data.....	57
4.2.1. Hasil Uji Instrumental.....	57
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.2.4. Uji Hipotesis	65
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	69
4.3.1. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Keputusan UMKM menggunakan <i>digital payment</i>	69

4.3.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan UMKM menggunakan <i>digital payment</i>	70
BAB V PENUTUP.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1. Jumlah Nilai Transaksi E-Money di Indonesia	2
Tabel 1.2. Tempat yang diinginkan untuk transaksi digital	3
Tabel 1.3. Proyeksi Nilai Transaksi E-Wall	4
Tabel 1.4. Pengguna <i>digital payment</i>	5
Tabel 1.5. UMKM <i>Go Online</i>	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.	30
Tabel 2.2. Kerangka Berpikir	41
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Profit.....	55
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3. Klasifikasi Berdasarkan Jenis	56
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.4. Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikoleniaritas	60
Tabel 4.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	61
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.9. Hasil Uji T	64
Tabel 4.10. Hasil Uji F	67
Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner L	85
Lampiran 2 Data Responden	87
Lampiran 3 Hasil Analisis Data	90
Lampiran 4 Cek Plagiasi	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

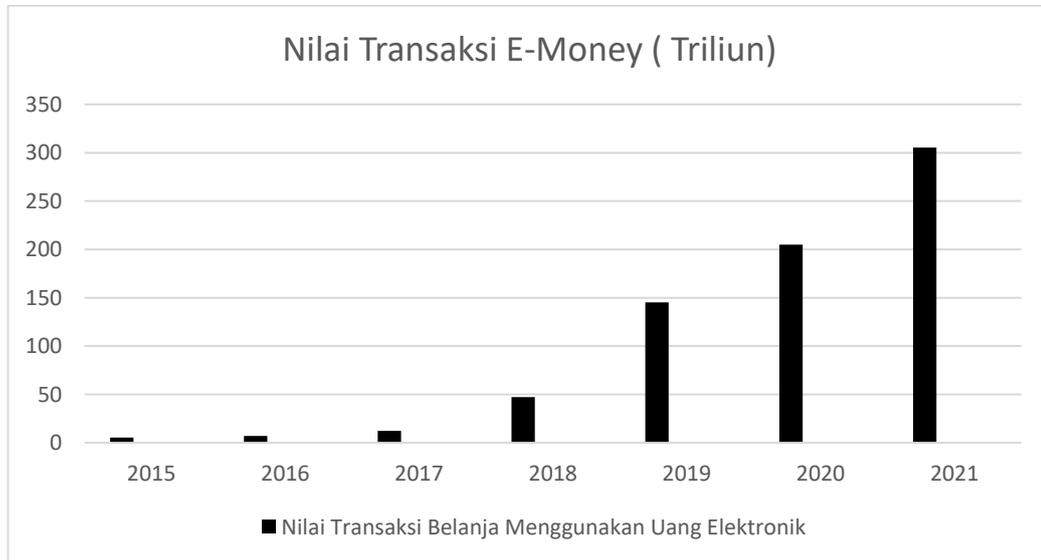
Teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari waktu ke waktu. Hal ini menyebabkan pengaruh yang cukup besar diberbagai sektor kehidupan. Berbagai inovasi muncul dengan harapan dapat memberikan efektifitas dan efisiensi bagi penggunanya (Cotter, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut juga berdampak pada sektor industri keuangan (Werdi Apriyanti, 2018). Berbagai teknologi disektor bacial atau biasa disebut sebagai *fintech* dibuat dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan aktifitas ekonomi, seperti transaksi, pinjam meminjam, investasi ataupun pembiayaan (Pedersen, 2020).

Financial teknologi dinilai dapat memberikan efektifitas dan menciptakan efisiensi dengan melakukan perubahan pada sistem menjadi serba digital. Sehingga dapat lebih mudah diakses oleh berbagai golongan masyarakat. salah satu *fintech* yang dikenal dan banyak digunakan adalah *digital payment* yang menyediakan layanan ketika melakukan transaksi (Wirtz, 2021).

Digital payment merupakan salah satu jenis *fintech* yang paling banyak ditemui dalam aktifitas ekonomi sehari hari. Hal ini dikarenakan *digital payment* memberikan efektifitas dalam proses transaksi, yang mana kegiatan transaksi tidak bisa lepas dari kegiatan ekonomi (Iradianty & Aditya, 2020). Berbagai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan melalui sistem *digital payment* menjadikan sistem pembayaran ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun (Tarantang et al., 2019).

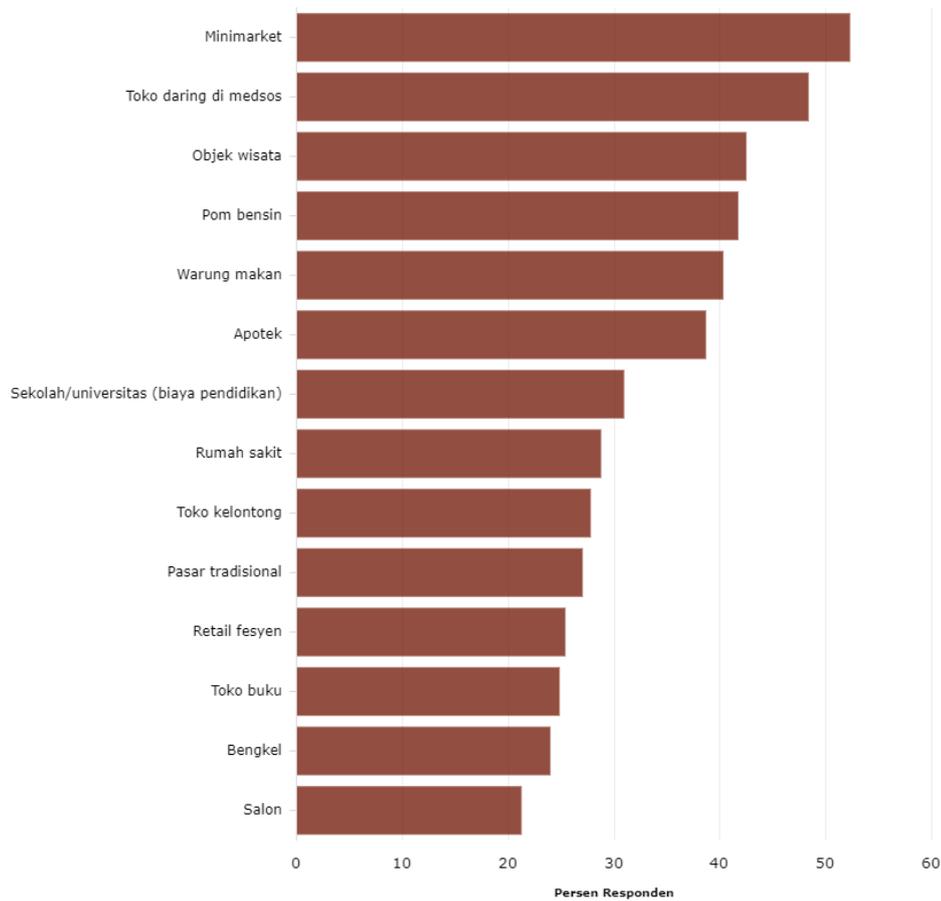
Tabel 1.1
Nilai Transaksi E-Money di Indonesia



Berdasarkan data tersebut nilai transaksi pengguna *digital payment* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Kusnandar, 2021). Peningkatan tersebut mendeskripsikan perilaku konsumtif masyarakat dan pengetahuan masyarakat mengenai *digital payment* semakin tinggi (Naufalia et al., 2022). Perkembangan *fintech digital payment* mendapat respon positif khususnya dari pemerintah. Dengan menyediakan pembayaran secara digital di berbagai fasilitas umum seperti tempat wisata dan angkutan umum.

Meski mengalami perkembangan yang cukup signifikan penggunaan *digital payment* di Indonesia masih cukup terbatas dan hanya dapat dilakukan di beberapa tempat saja (Tarantang et al., 2019). Keterbatasan tersebut menjadi salah satu problematika yang dialami masyarakat dalam menggunakan *digital payment* ketika hendak bertransaksi.

Tabel 1.2
 Tempat yang diinginkan masyarakat bertransaksi secara digital
 Tempat yang Diharapkan Menerima Transaksi Melalui Dompot Digital



Dkatadata.co.id

databoks

(Pusparisa, 2021)

Berdasarkan data tersebut masyarakat memiliki keinginan agar penggunaan *digital payment* dapat diterapkan diberbagai tempat, termasuk di UMKM. Keinginan masyarakat agar penggunaan *digital payment* dapat diterapkan di sektor UMKM tentu perlu mendapat perhatian dari pemilik UMKM. Selain agar manfaat dari *digital payment* dapat dirasakan oleh konsumen, UMKM

juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki serta meningkatkan minat konsumen agar *profit* UMKM dapat dimaksimalkan (Saragih, 2019).

UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat vital untuk mendukung perkembangan ekonomi disuatu wilayah (Sofyan, 2017). persaingan pasar yang terjadi antar UMKM juga menjadi cukup kompetitif, sehingga agar dapat bertahan dalam persaingan pasar para pemilik UMKM perlu meningkatkan kualitas dan layanan yang dimilikinya.

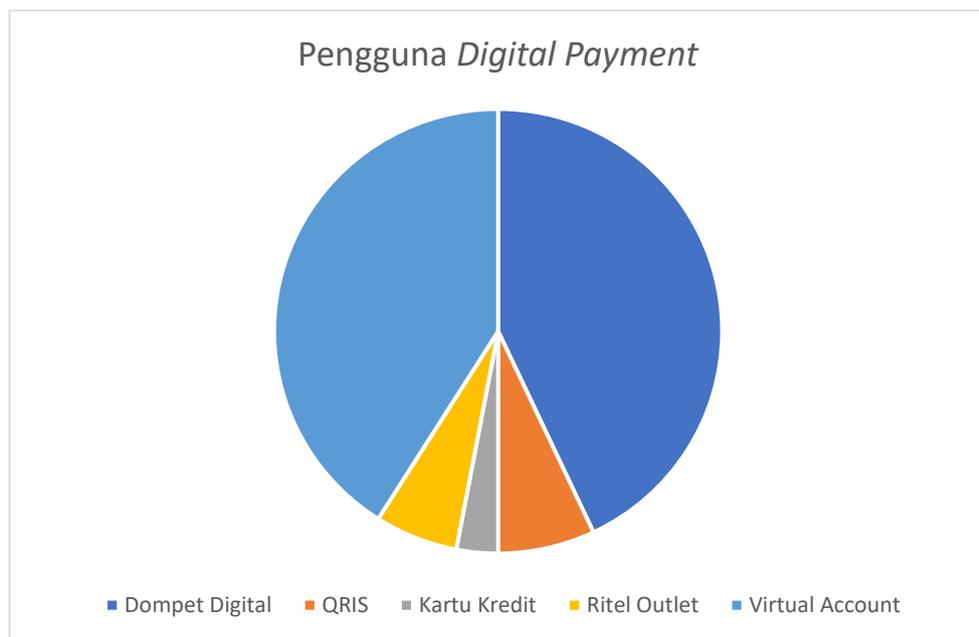
Salah satu opsi yang dimiliki UMKM untuk meningkatkan kualitasnya adalah dengan memanfaatkan *digital payment* dalam melakukan transaksinya, baik transaksi kepada konsumen ataupun transaksi untuk menyediakan bahan baku. Penggunaan *digital payment* oleh pemilik UMKM akan meningkatkan efisiensi terhadap kegiatan bisnis UMKM dan dapat memaksimalkan keuntungan bagi UMKM (Saragih, 2019).

Tabel 1.3



Histogram tersebut merupakan gambaran proyeksi nilai transaksi pengguna *E-Wallet* hingga tahun 2025 (Pahlevi, 2022). Pada proyeksi tersebut peningkatan pada pengguna *digital payment* diprediksi masih akan meningkat hingga tahun 2025 (Azis, 2021). Sehingga hal ini merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan pemilik UMKM untuk menyediakan transaksi menggunakan *digital payment* dan memaksimalkan profit yang dapat dicapai oleh UMKM.

Tabel 1.4



Data tersebut merupakan hasil survey yang mendeskripsikan jenis *digital payment* yang dapat digunakan di Indonesia (Javier, 2022). Dompot digital mendominasi pengguna *digital payment* dengan nilai 43%, sedangkan Virtual Account digunakan oleh 41% pengguna, QRIS 7%, Ritel Outlet 6%, dan Kartu Kredit 3% dari total pengguna *digital payment* yang berhasil disurvei. Dengan

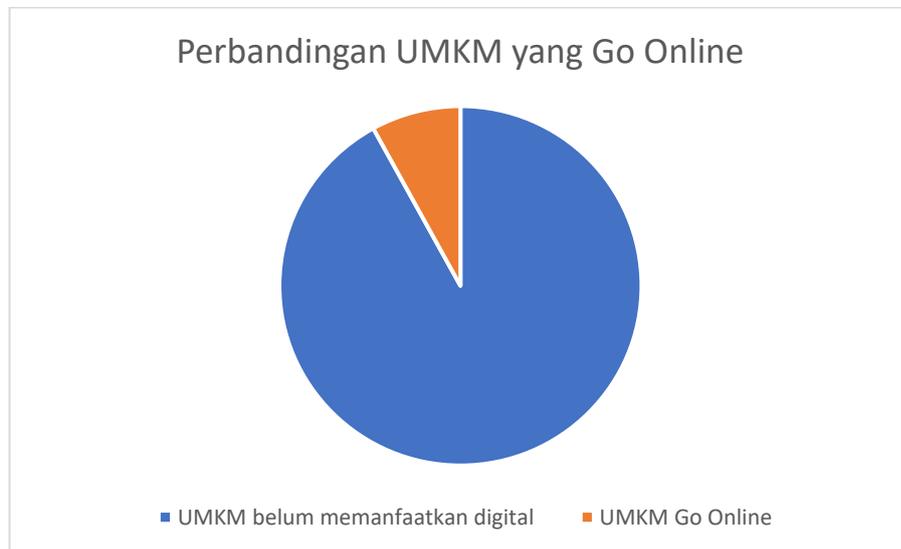
beragam pilihan tersebut tentu penggunaan *digital payment* dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya masing masing.

Penggunaan *digital payment* dalam bertransaksi menawarkan beragam kemudahan kepada para penggunanya baik bagi para pemilik UMKM ataupun konsumennya. Sehingga perkembangan pengguna *digital payment* terus bergerak kearah yang lebih baik dan berdampak positif terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut *digital payment* merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk terus memaksimalkan kegiatan usahanya. Sehingga hubungan *digital payment* dan UMKM memiliki kaitan yang erat terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Meski UMKM tergolong kegiatan usaha kecil faktanya UMKM mendominasi kegiatan usaha di Indonesia. Dengan jumlah Umkm yang mencapai 64 juta unit atau mencapai 99.9% dari total pelaku usaha di Indonesia (Sasongko, 2020) tentu UMKM menarik banyak perhatian baik dari sudut pandang pemerintah ataupun pihak pihak lainnya.

Tabel 1.5



Meski berbagai teknologi informasi telah berkembang cukup pesat, 92% UMKM masih belum memanfaatkan perkembangan tersebut dengan maksimal (Yuliani, 2017). Sehingga Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menggagas program untuk mempercepat transformasi digital. Yang tentunya penggunaan *digital payment* oleh UMKM didukung oleh berbagai pihak.

Salah satu daerah yang menjadi sorotan untuk pengembangan UMKM adalah Kota Surakarta, sebagai salah satu daerah yang dikenal sebagai Kota budaya Kota Surakarta diharapkan dapat dikenal juga melalui sektor perdagangan digital. Hal ini juga didukung oleh Bank Indonesia yang disampaikan melalui wawancara terhadap Kepala Perwakilan BI Surakarta (Muhammad, 2022).

Sorotan berbagai pihak terhadap *digitalisasi* UMKM di Kota Surakarta bukan tanpa alasan. Di Kota Surakarta yang memiliki jumlah penduduk 514.171.000 jiwa terdapat 82.531 UMKM yang beroperasi (Maulida, 2021)

sehingga perkembangan UMKM di Kota Surakarta tentu perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan sektor ekonomi di salah satu Kota Besar tersebut dan diharapkan dapat berdampak kepada wilayah-wilayah disekitar Kota Surakarta.

Dengan berbagai dukungan dan harapan yang diberikan oleh berbagai pihak terhadap digitalisasi UMKM tentu akan berdampak pula terhadap perkembangan *digital payment* yang merupakan sarana yang digunakan dalam digitalisasi UMKM tersebut. Dengan demikian peningkatan dari segi manfaat dan kemudahan bagi pengguna dapat terus dimaksimalkan sebaik mungkin.

Keputusan pengguna *digital payment* untuk menggunakan *digital payment* tentu dipengaruhi berbagai faktor. Berdasarkan penelitian Pengaruh Pengiklanan, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen yang dilakukan Widia Wati menyatakan bahwa Pengiklanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Konsumen dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan *digital payment*. Dan berdasarkan penelitian tersebut menyatakan bahwa masih ada beberapa indikator yang dapat ditambah untuk melengkapi penelitian tersebut.

Digital payment yang merupakan sistem dalam teknologi informasi yang berfungsi dalam bidang transaksi digital tentu masih memiliki berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunanya termasuk keputusan UMKM untuk menggunakan *digital payment*. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menemukan faktor yang mungkin mempengaruhi suatu sistem informasi adalah dengan *Theory Acceptance Model* atau disebut TAM.

Teori TAM digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna sistem informasi digital, dengan demikian teori TAM dapat digunakan untuk mengukur perilaku pengguna *digital payment* yang merupakan salah satu inovasi dan bentuk dari sistem informasi digital.

Dengan menggunakan teori TAM maka terdapat beberapa faktor yang memiliki potensi untuk dapat mempengaruhi keputusan UMKM untuk menggunakan *digital payment* diantaranya adalah Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan.

Berdasarkan data tersebut peneliti memiliki minat untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment* (Studi Kota Surakarta)”

1.2 Identifikasi Masalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Kurangnya Literasi masyarakat mengenai *Financial Technology* terutama *digital payment*.
2. Keraguan pemilik UMKM mengenai konsep *e-money*, dan lebih mempercayai pembayaran secara tunai.
3. Kebiasaan UMKM bertransaksi secara tunai yang sulit untuk diubah untuk menggunakan *digital payment*.

1.3 Batasan Masalah.

Batasan masalah dalam sebuah penelitian memiliki fungsi agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan fokus pada objek yang diteliti, sehingga penelitian tidak melebar pada aspek yang berada diluar lingkup penelitian sehingga penelitian ini dapat mencapai sasaran dan tujuan. Oleh karna itu, ruang lingkup pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta untuk bertransaksi menggunakan sistem *digital payment*.
2. Penelitian ini berfokus pada faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM untuk menggunakan sistem *digital payment* dalam melakukan transaksi.

1.4 Rumusan Masalah.

Rumusan masalah bertujuan untuk mengetahui titik fokus dan arah pada suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah pada penelitian ini maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment* ?.
2. Apakah terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment* ?.

1.5 Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian merupakan sasaran dari berlangsungnya sebuah penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*.
2. Mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*.

1.6 Manfaat Penelitian.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti secara ilmiah dalam mengungkap pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk menggunakan sistem *digital payment* dalam bertransaksi. Dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

2. Bagi praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas dan performa dari sistem *digital payment* sehingga literasi dan keyakinan masyarakat dapat meningkatkan minat pengguna *digital payment* dalam bertransaksi sehingga aktifitas ekonomi pada UMKM dan masyarakat dapat meningkat secara signifikan. Dengan peningkatan kualitas yang dilakukan pihak *digital payment* maka akan meningkatkan efektifitas pada dunia perbankan. Karena *digital payment* dan sektor perbankan memiliki kaitan yang sangat erat antara satu sama lain.

1.7 Sistematika Penelitian.

Untuk mempermudah jalannya penelitian ini maka peneliti akan memberikan deskripsi mengenai penelitian ini. Sistematika penulisan pada penelitian ini menggunakan lima bab.

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini merupakan pembahasan mengenai latar belakang masalah tentang Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*, Identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II LANDASAN TEORI, bab ini membahas mengenai tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini seperti teori mengenai Fintech digital payment, UMKM, presepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan serta penjelasan mengenai teori dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga pembahasan dalam penelitian ini dapat dilakukan secara mendetail dan memiliki sumber yang dapat dipertanggung jawabkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, bab metodologi penelitian membahas mengenai metode dan data data yang akan digunakan dalam penelitian seperti waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sample, Teknik pengambilan sample, Teknik pengumpulan data, data dan sumber data, serta Teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini mendeskripsikan hasil yang didapat peneliti dari penelitian yang dilakukan, dan membahas hasil dari pengolahan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Sehingga dapat diketahui keterkaitan teori teori yang ada

serta hasil dari pengolahan data mengenai Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM di Kota Surakarta Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*

BAB V PENUTUP, pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian tersebut dan keterbatasan dari penelitian. Sehingga pada bab ini merupakan rangkuman atau poin poin penting yang didapat selama penelitian dilakukan.

BAB II

Kajian Teori

2.1 *Financial Technology*.

2.1.1. Pengertian *Financial Technology*.

Financial Technology merupakan sebuah teknologi yang bergerak dibidang keuangan yang mengacu pada sebuah inovasi dalam perkembangan aplikasi, model bisnis atau produk di industry jasa keuangan yang menggunakan teknologi (Chuen & LOW, 2018).

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology* merupakan hasil inovasi dari penggabungan antara teknologi dan jasa keuangan yang menyebabkan perubahan model bisnis baru serta memiliki dampak terhadap stabilitas moneter, sistem keuangan, efisiensi, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Indonesia, 2017).

Leong dan Sung mendefinisikan *fintech* merupakan setiap inovasi dan ide ide yang dapat meningkatkan layanan keuangan yang mengusulkan teknologi sebagai suatu solusi sesuai dengan situasi bisnis (Leong, 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai *financial technology* dapat disimpulkan bahwa *financial technology* merupakan sebuah inovasi dibidang finansial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendapatkan manfaat seperti efisiensi, efektifitas, keamanan dan lain sebagainya

2.1.2. Jenis Jenis *Financial Technology*,

Secara Umum *Financial Technology* yang ada di Indonesia dibagi menjadi 5 berdasarkan jenis nya antara lain sebagai berikut:

1. *Digital Payment.*

Digital Payment merupakan salah satu jenis dari *Financial Technology* yang berupa penyediaan jasa pembayaran berbasis digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Dalam pelaksanaannya *sistem digital payment* tidak menggunakan uang kartal dan giral sebagai alat pembayarannya, tetapi menggunakan kartu dan *E-Money* (Susanne Chishti, 2016).

2. *Peer To Peer Lending.*

Financial Technology peer to peer lending (P2PL). Merupakan skema yang memberikan pelayanan dalam bidang keuangan dengan cara mempertemukan antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melalui sistem digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). *FinTech* P2PL menjadi solusi dari permasalahan modal dalam mengembangkan kegiatan usaha atau sebagai penyedia pembiayaan. Dengan kemudahan dan efektifitas yang ditawarkan oleh platform P2PL menjadikan *FinTech* ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan (Baihaqi, 2018).

3. *Microfinancing.*

Microfinancing adalah salah satu *FinTech* yang menyediakan layanan bagi masyarakat menengah kebawah untuk mengatasi kebutuhan dalam kehidupan sehari hari. *Microfinancing* hadir sebagai solusi bagi masyarakat menengah kebawah yang kesulitan untuk mendapatkan akses bantuan melalui perbankan. Dengan menjembatani antara peminjam dan pemberi pinjaman dengan mempertimbangkan keuntungan untuk kedua belah pihak (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

4. *Market Comparison*.

Market Comparison merupakan jenis *FinTech* yang digunakan sebagai pembandingan terhadap berbagai macam produk keuangan dan produk penyedia jasa keuangan. Selain itu *Market Comparison* dapat digunakan sebagai perencana finansial sehingga penggunanya dapat menentukan pilihan Investasi kedepannya (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

5. *Equity Crowdfunding*.

Equity Crowdfunding adalah salah satu jenis *FinTech* yang melakukan penggalangan dana berbasis online dari beberapa pemberi pinjaman dengan tujuan untuk melakukan pembiayaan terhadap suatu usaha (Messeni Petruzzelli et al., 2019).

2.2 Digital Payment.

2.2.1. Pengertian *Digital Payment*

Digital Payment atau biasa disebut sebagai pembayaran digital merupakan sebuah inovasi dalam proses transaksi. Yang mana dalam proses pelaksanaannya pembayaran digital tidak menggunakan kertas ataupun cek, melainkan menggunakan *E-Money*. Sehingga hal ini memudahkan dan memberikan efektifitas serta meningkatkan mobilitas bagi penggunanya menjadi lebih efisien (Abrazevhich, 2004).

Instrument pembayaran menggunakan kartu terus mengalami perkembangan dari segi teknologi, sehingga menjadi lebih praktis untuk digunakan. Perkembangan ini juga memicu munculnya instrument yang dapat

menyimpan dana pada media elektronik atau disebut sebagai *E-Money* (Bank Indonesia, 2020).

Digital payment sering disebut sebagai uang elektronik, memiliki dua bentuk dasar berupa sistem digital dan jaringan computer. Dalam proses transaksi pembayar dan penerima melakukan pengiriman uang melalui sistem digital (Rizkiyah et al., 2021).

Proses transaksi dapat dilakukan dengan praktis menggunakan *digital payment*. Hal ini disebabkan tersedianya berbagai produk yang memberikan layanan dalam proses transaksi. Masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan tersedianya layanan *digital payment* pada *Smartphone* (Opati Zhepania, 2019).

Penyedia layanan *digital payment* semakin mudah untuk dijumpai. Di Indonesia telah muncul berbagai macam aplikasi penyedia layanan untuk melakukan transaksi melalui digital seperti Shope pay, OVO, Gopay, DANA, Link Aja dan lain sebagainya (Iradianty & Aditya, 2020).

2.2.2. Dimensi *Digital Payment*.

Terdapat 8 Dimensi pada *FinTech Digital Payment*. Dimensi dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Efficiency* : mengacu pada efisiensi yang dirasakan pengguna metode pembayaran secara digital. Dan kepraktisan pembayaran digital ketika digunakan.

2. *Service quality* : mencakup kualitas pelayanan dalam sistem *digital payment*, serta kualitas dukungan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital.
3. *Perceived ease of payment* : mencakup kemudahan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan sistem pembayaran digital, serta pemahaman pengguna mengenai sistem pembayaran digital tersebut.
4. *Perceived speed* : mencakup kecepatan pada pertukaran informasi pembayaran harus tepat sasaran dan akurat.
5. *Perceived enjoyment* : kenikmatan ketika menggunakan sistem pembayaran digital dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
6. *Security* : dimensi keamanan terkait penyediaan akses fasilitas dan aplikasi yang aman untuk digunakan.
7. *Actual Use* : merujuk pada waktu yang dihabiskan ketika menggunakan teknologi.
8. *Perceived benefit* : merujuk pada keuntungan sistem *digital payment* terhadap pelanggan termasuk waktu yang diperlukan untuk penerimaan pembayaran.
(Rizkiyah et al., 2021)

2.2.3. Jenis *Digital Payment*.

1. *Mobile Banking*.

Mobile banking merupakan inovasi berupa suatu fasilitas yang disediakan dari Bank untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi di era modern. Dengan menyediakan aplikasi yang dapat melakukan berbagai aktifitas

transaksi perbankan melalui *smartphone* yang dimiliki oleh nasabah, dengan demikian nasabah dapat melakukan transaksi dengan lebih efisien (H. A. Kurniawati et al., 2017).

Mobile Banking juga tidak hanya digunakan untuk melakukan transaksi tapi juga untuk memperoleh informasi mengenai keuangan, berkomunikasi dengan layanan yang disediakan pihak bank, pembukaan rekening, registrasi dan alat pembayaran (OJK, 2016). Beberapa *m-banking* yang digunakan di Indonesia seperti BNI *mobile banking*, BRI *mobile banking*, BSI *mobile banking* dan lain sebagainya.

2. *E-Wallet*

E-Wallet atau biasa disebut sebagai dompet digital berdasarkan pada Peraturan Bank Indonesia No, 18/40/PBI/2016 pada Pasal 1 Ayat 7 merupakan layanan dalam bentuk elektronik yang digunakan untuk menyimpan data berupa instrument pembayaran dengan menggunakan *e-money* ataupun kartu yang dapat menampung dana untuk melakukan transaksi atau pembayaran.

Di Indonesia *e-wallet* merupakan salah satu bentuk dari *digital payment* yang mengalami perkembangan dengan signifikan. Terdapat beberapa *platform* yang menyediakan fasilitas dompet digital dan dapat digunakan oleh masyarakat seperti Go-Pay, Ovo, Shopepay, DANA, Link Aja dan lain sebagainya.

3. Kartu Kredit.

Kartu kredit berdasarkan Peraturan Bank Indonesia APMK No11/11/PBI/2009 memiliki pengertian bahwa kartu kredit merupakan APMK

yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran atas kewajiban yang muncul dari aktifitas ekonomi seperti transaksi perbelanjaan atau melakukan penarikan tunai dimana kewajiban yang dimiliki oleh pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh penerbit kartu tersebut dan pemegang kartu memiliki kewajiban untuk membayar hal tersebut sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Sejak tahun 1999 dimana pertama kali kartu kredit diterbitkan di Indonesia, pengguna kartu kredit mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan kartu kredit tersebut didukung oleh kebutuhan masyarakat untuk modernisasi dengan segala sesuatu yang serba mudah dan praktis.

4. Kartu Debet.

Kartu debet menurut Peraturan Bank Indonesia APMK No.11/11/PBI/2009 yang diubah pada No.14/2/PBI/2012 bahwa kartu debet merupakan salah satu jenis Alat Pembayaran Menggunakan Kartu atau APMK yang dapat dipakai untuk memenuhi kewajiban yang muncul dari aktifitas ekonomi pemegang kartu, yang mana kewajiban pemegang kartu dapat dipenuhi dengan menggunakan simpanan yang dimiliki pemegang kartu pada bank atau Lembaga penghimpun dana yang sesuai dengan ketentuan perundang undangan.

2.2.4. *Digital Payment* Dalam Perspektif Islam.

Digital payment merupakan salah satu inovasi dalam sektor keuangan yang memiliki berbagai jenis sesuai kebutuhan dalam mempermudah suatu proses suatu transaksi. Di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama islam tentu

perlu memperhatikan aspek Syariah dari *digital payment* sebelum menggunakannya. Sehingga Majelis Ulama Indonesia memiliki peranan yang penting dalam menentukan aspek Syariah dari *digital payment*.

Fatwa MUI NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik Syariah menyatakan bahwa *e-money* atau uang elektronik Syariah merupakan alat pembayaran yang sah selama memenuhi unsur unsur sebagai berikut (DSN-MUI, 2017):

1. Penerbitan uang sesuai dengan jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
2. Jumlah dari nominal uang disimpan dalam bentuk elektronik dalam suatu media yang telah terverifikasi dan teregistrasi.
3. Jumlah uang elektronik yang disimpan atau dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sesuai dengan undang undang yang mengatur mengenai perbankan.
4. Uang elektronik digunakan terhadap pedagang yang bukan merupakan penerbit dari uang elektronik tersebut.

Uang elektronik juga dapat digunakan selama tidak melanggar prinsip Syariah sesuai dengan Fatwa MUI NO: 116/DSN-MUI/IX/2017. Sehingga uang elektronik yang digunakan dalam kegiatan *digital payment* dapat digunakan untuk bertransaksi. Akad yang digunakan dalam penggunaan uang elektronik adalah akad *wadi'ah* (titipan) dan *qardh* (pinjaman).

Sedangkan pada alat pembayaran menggunakan kartu seperti kartu kredit dan kartu debit masih terdapat beberapa prinsip yang bertentangan dengan prinsip Islam. Karna dalam penggunaan kartu debit dan kartu kredit konvensional masih terdapat Riba didalamnya yang mana Riba sendiri bertentangan dengan prinsip Islam yang berlaku. Meski masih terdapat dapat beberapa prinsip yang bertentangan dengan kaidah islam akan tetapi penggunaan kartu kredit masih dapat digunakan sesuai dengan Fatwa DSN MUI NO:54/DSN-MUI/X/2006, dimana penggunaan kartu kredit dapat disebut sebagai *Syariah card*.

Syariah card memiliki fungsi sebagaimana kartu kredit akan tetapi ketentuan nya telah diatur sesuai pada fatwa MUI NO:54/DSN-MUI/X/2006. Dengan menggunakan beberapa akad dalam pelaksanaannya. Akad akad yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1. *Kafalah* : penerbit kartu memiliki peran sebagai penjamin terhadap pemegang kartu atas kewajiban bayar yang timbul dari aktifitas transaksi dari pemegang kartu. Dan atas pemberian *kafalah* maka penjamin atau penerbit berhak menerimah upah.
2. *Qardh* : penerbit kartu berperan sebagai pemberi pinjaman terhadap pemegang kartu melauai penarikan tunai dari bank atau dari ATM bank penerbit kartu.
3. *Ijarah* : penerbit kartu berperan sebagai penyedia jasa pada sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang kartu dan atas pelayanan yang diberikan oleh penerbit kartu maka penerbit kartu berhak mendapatkan upah.

Berdasarkan hal tersebut maka beberapa jenis *digital payment* ada yang bertentangan dengan prinsip Syariah akan tetapi sesuai dengan DSN MUI terdapat jenis *digital payment* yang sesuai dengan prinsip islam. Sehingga dalam penggunaan *digital payment* untuk bertransaksi masyarakat muslim perlu memperhatikan jenis dari *digital payment* yang akan digunakannya.

2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah.

Usaha mikro kecil dan menengah atau yang biasa disebut UMKM merupakan organisasi yang bergerak di bidang industry, pada sebagian besar negara karakteristik dari unit usaha kecil menengah yaitu organisasi yang terdiri dari kurang dari 250 karyawan (Eggers, 2020). Sedangkan di Indonesia Usaha mikro kecil menengah memiliki pengertian yang terdapat pada UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yaitu usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memiliki kriteria sesuai dengan undang-undang tersebut. Kriteria yang dimaksud dalam UU No.20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan dibawah Rp.50.000.000 belum termasuk tanah dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha atau hasil penjualan tahunan tidak mencapai angka Rp.300.000.000
2. Kriteria Usaha Kecil adalah kekayaan bersih yang dimiliki berada diantara Rp.50.000.000 – Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki nilai hasil penjualan Rp.300.000.000 - Rp.2.500.000.000 (Benjamin, 2019).

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian negara, meski bergerak dibidang industry yang tergolong kecil akan tetapi kuantitas UMKM sangat banyak sehingga memiliki pengaruh yang signifikan dalam perkembangan perekonomian sebuah negara (Eggers, 2020). Berdasarkan dari kuantitas UMKM yang menjadi mayoritas dalam segmen pasar maupun industry maka persaingan yang terjadi di pasar juga kian meningkat, sehingga memaksa UMKM untuk berkembang serta ber inovatif agar dapat bertahan dan bersaing dengan UMKM lainnya. Salah satu perkembangan UMKM yang sangat signifikan dapat terlihat dari pemanfaatan teknologi guna mengurangi biaya operasional serta memperluas jangkauan target pasar sehingga dalam pelaksanaanya UMKM dapat bergerak dengan sangat efektif (Qalati et al., 2021).

Pandemic covid 19 juga turut memaksa para pegiat UMKM untuk berkembang ke ranah digital karna dampak yang ditimbulkan mengakibatkan pembatasan social yang berdampak pada sistem utama UMKM dalam melakukan pemasaran (Winarsih et al., 2021). Sehingga seperti yang terjadi pada saat ini peningkatan aktifitas pada *digital payment* meningkat cukup drastis guna beradaptasi menghadapi pandemic yang terjadi (Melnyk et al., 2021).

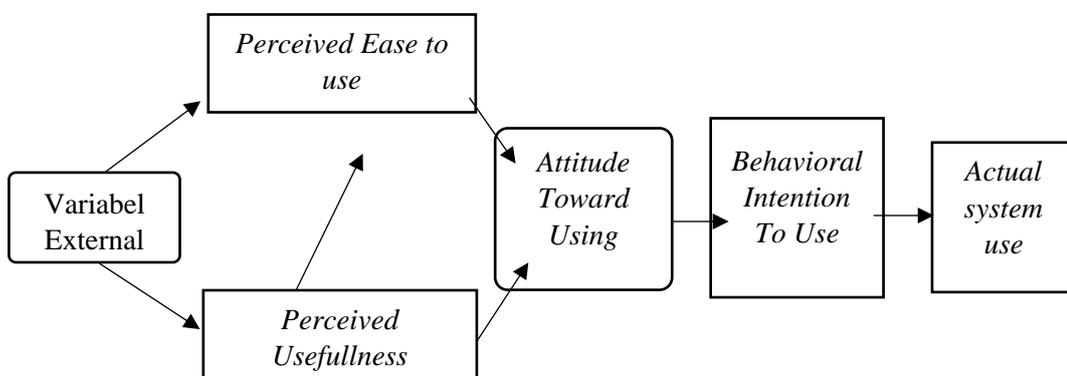
UMKM memiliki berbagai keunggulan dalam operasionalnya. Dalam pengambilan keputusan serta pengembangan kreatifitas UMKM mampu bergerak secara fleksibel sehingga menciptakan persaingan pasar yang cukup kompetitif dan terus berkembang (Falahat et al., 2020). Sehingga dari waktu ke waktu UMKM dapat bertahan bahkan bersaing dengan perusahaan besar dalam perannya terhadap ekonomi makro suatu negara (Galli-debicella, 2021).

2.4 *Technology Acceptance Model (TAM).*

Metode *Technology acceptance model* atau biasa dikenal sebagai TAM dikembangkan pertamakali oleh Davis pada tahun 1986 dengan tujuan untuk menjabarkan faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan dari teknologi informasi itu sendiri (Oktapiani et al., 2020).

Tecnology Acceptance model merupakan salah satu model penelitian yang banyak digunakan untu mengukur perilaku pengguna teknologi informasi. Metode TAM sendiri merupakan pengembangan dari *Theory of reasoned action* (TRA) dan *theory of planned behavior* (TPB) yang masih memiliki keterbatasan dalam penelitian (Mostafa Al-Emran, 2021).

Penelitian menggunakan metode TAM menempatkan faktor *ease of us* (Kemudahan) dan *usefulness* (Kemanfaatan) sebagai 2 faktor utama sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi (Hasanuddin et al., n.d.).



Perceived Usefulness atau Persepsi kebermanfaatan pada metode TAM menjelaskan bahwa sikap penerimaan pengguna terhadap penggunaan suatu sistem teknologi informasi, yang mana apabila pengguna memiliki keyakinan bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tersebut dapat memberikan manfaat dan dapat memaksimalkan pekerjaannya maka pengguna akan menggunakan sebuah sistem tersebut (Hasanuddin et al., n.d.).

Sedangkan variable *Perceived Ease Of Use* atau disebut sebagai persepsi kemudahan merupakan suatu kondisi dimana kemudahan yang dirasakan pengguna sistem informasi dipersepsikan, yang mana penggunaan sistem informasi tersebut diyakini oleh pengguna dapat digunakan dengan mudah sehingga pengguna suatu sistem informasi mau menggunakan sistem informasi tersebut (Rahmawati et al., 2022).

Attitude Toward Using pada metode TAM merupakan bentuk dari perasaan seseorang baik hal tersebut berupa perasaan negative ataupun positif apabila harus melakukan perilaku tersebut. Sehingga *Attitude Toward Using* dapat dikonsepsikan sebagai sikap dari seseorang berupa bentuk penerimaan ataupun penolakan terhadap suatu sistem teknologi informasi untuk memaksimalkan aktifitas dalam pekerjaannya (Mostafa Al-Emran, 2021).

Penggunaan metode TAM digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna *FinTech* (Hu et al., 2019). Yang mana *digital payment* sebagai salah satu jenis *fintech* merupakan

perkembangan di bidang teknologi informasi serta keuangan. Sehingga penggunaan model TAM untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengguna *digital payment* masih relevan terhadap tujuan metode TAM.

2.5 Persepsi Kebermanfaatan & Persepsi Kemudahan

2.5.1. Persepsi Kebermanfaatan.

Persepsi kebermanfaatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Tindakan pengguna teknologi informasi. Persepsi merupakan proses dimana informasi dapat masuk kedalam otak manusia dan mempengaruhi tingkah laku seseorang (Slameto, 2003). Dengan demikian persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana seseorang melakukan pemilihan, pengorganisasian dan masukan informasi untuk menciptakan suatu deskripsi dan gambaran dari apa yang berarti didunia ini (Pasaribu, 2022).

Berdasarkan hal tersebut maka persepsi manfaat memiliki definisi sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat pada penggunanya (Pasaribu, 2022). Perspektif yang memberikan indikasi bahwa suatu teknologi dirancang dengan bertujuan untuk mempermudah pemakainya dalam menjalani aktivitasnya bukan untuk menyulitkan para penggunanya (Sijabat et al., 2020). Dalam persepsi kebermanfaatan terdapat beberapa indikator menurut Davis yaitu:

1. Mempermudah Transaksi.

Mempermudah transaksi merupakan salah satu indikator dalam persepsi kebermanfaatan yang mana merupakan sebuah kondisi dimana sebuah transaksi seperti jual beli dapat dilakukan dengan lebih praktis dan mudah.

2. Mempercepat transaksi.

Indicator persepsi manfaat salah satunya adalah mempercepat transaksi merupakan suatu kondisi dimana sebuah transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat ketika menggunakan suatu sistem informasi *digital payment* tersebut.

3. Mendapat Keuntungan Tambahan.

Indicator tersebut merupakan sebuah kondisi dimana pengguna sistem informasi pembayaran digital dapat memberikan keuntungan yang lebih dalam suatu proses transaksi.

4. Meningkatkan Efisiensi.

Meningkatkan efisiensi merupakan suatu kondisi yang mana pengguna dapat menyelesaikan sebuah proses transaksi dengan lebih efisien ketika menggunakan sistem informasi *digital payment* yang digunakan.

2.5.2. Persepsi Kemudahan.

Persepsi kemudahan menurut Davis (1989) merupakan kepercayaan dari seorang individu bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak dibutuhkan usaha yang besar. Kemudahan dalam penggunaan suatu sistem informasi dapat dirasakan apabila pengguna atau individu tersebut dapat merasakan kemudahan ketika menggunakan suatu sistem informasi tersebut, baik dalam faktor operasionalnya ataupun dalam penggunaannya. Yang mana kemudahan tersebut dapat memberi dorongan kepada penggunanya untuk menggunakan sebuah sistem informasi tersebut.

Persepsi kemudahan memiliki hubungan terhadap perilaku pengguna suatu sistem informasi dimana apabila keyakinan penggunaannya semakin tinggi maka semakin tinggi pula pemanfaatan sistem informasi tersebut. Pada persepsi kemudahan terdapat beberapa indikator menurut Davis (Rahmawati et al., 2022) indikator tersebut antara lain:

1. Mudah untuk dipelajari.

Penggunaan pada suatu sistem informasi dapat dengan mudah untuk dipelajari dan di ingat baik dari cara kerjanya maupun dalam pengoperasiannya.

2. Dapat dikontrol.

Indikator berikutnya pada persepsi kemudahan adalah dapat dikontrol, yang artinya pada penggunaan sistem informasi tersebut dapat dikontrol dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh penggunaannya.

3. Jelas dan dapat dipahami.

Jelas dan dapat dipahami yang dimaksud dalam indikator tersebut adalah instruksi yang diberikan ketika menggunakan sistem informasi dapat dimengerti dengan mudah

4. Fleksibel.

Fleksibel pada penggunaan sistem informasi yang dimaksud ialah kemudahan bagi pengguna sistem informasi tersebut untuk berinteraksi terhadap sistem tersebut sehingga dapat digunakan kapan dan dimana saja.

5. Mudah untuk menjadi mahir.

Mudah untuk menjadi mahir dalam penggunaan sistem informasi yang dimaksud adalah pengguna dapat dengan mudah mengingat dan mengakses sistem tersebut sehingga apabila pengguna sering menggunakan sistem informasi tersebut maka pengguna akan dengan mudah memahami dan menjadi lebih mahir dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

6. Mudah untuk digunakan.

Mudah untuk digunakan dalam penggunaan yang dimaksud adalah pengguna dapat dengan mudah memanfaatkan dan menggunakan sistem informasi tersebut.

2.6 Hasil Penelitian Yang Relevan.

Beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

Tabel 2.1

No	Nama Peneliti.	Judul	Hasil Penelitian
1	Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif (2017).	Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology	Pengalaman dan Kompleksitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan. Persepsi

		Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)	Kemudahan pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat dan persepsi kegunaan. Dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat. Sedangkan gender tidak memiliki pengaruh signifikan (H. A. Kurniawati et al., 2017).
2	Novita Sari & Mia Andika Sari. (2021)	Analisis Persepsi Kemudahan, Social Influence Dan Persepsi Keamanan	Persepsi Kemudahan, Social Influence dan Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap

		Terhadap Minat Penggunaan Marketplace Oleh UMKM Di Jabodetabek	minat UMKM menggunakan market place (Novitasari & Mia, 2021)
3	Izza Ashsifa (2020)	Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan Mobile Banking secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)”	Perceived usefulness dan perceived ease of use memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan privasi memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan mobile banking (Ashsifa, 2020).
4	Devi Suryani, Ermansyah, Saipul Al	Pengaruh Perceived Ease	Pengaruh <i>Perceived ease of</i>

	Sukri (2021)	of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.	<i>use</i> dan <i>perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Sedangkan variable <i>trus</i> tidak memiliki pengaruh (Suryani et al., 2021) .
5	Nur Fadhillah (2018)	Pengaruh faktor pendapatan, daya tarik promosi, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan berbasis teknologi	Pendapatan yang tinggi tidak berpengaruh terhadap minat pengguna dalam menggunakan produk YAP!, Daya tarik promosi tidak berpengaruh terhadap minat seseorang dalam

			menggunakan produk YAP, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat (Fadhillah, 2018).
6	Donny Arif (2018)	Pengaruh Crm dan Kualitas Layanan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Variabel Crm dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (Arif, 2018).
7	Santi Johana, Dolares Oktavianthy, Agus Edy Rangkuti (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Berpengaruh secara parsial memiliki

		Penggunaan Aplikasi OVO	pengaruh positif serta signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO (Sibuea et al., 2021)
8.	Sulfina, Yuliniar, Alfida Aziz. (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)	Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Positif Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay (Sulfina et al., 2022)
9	Sartika Sari Ayu Tjini, Zaki Baridwan (2012)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi	Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi

		<p>Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking</p>	<p>Kenyamanan memiliki Pengaruh Positif Signifikann Terhadap Minat penggunaan Internet Banking (Tjini & Baridwan, 2016).</p>
10	<p>Ni Made Ari Puspita Dewi, I Gede Kt. Warmika (2016)</p>	<p>Peran Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar</p>	<p>Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat menggunakan mobile commerce di kota Denpasar (Dewi & Warmika, 2016).</p>

11.	Andhika Bayu Pratama, I Dewa Gede Dharma Saputra (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dn Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E- Money</i> (Pratama & Suputra, 2019).
12	Setyo Ferri Wibowo, Dede Romsmauli, Usep Suhud. (2015)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhada Minat Menggunakan <i>E- Money Card</i> Studi Pada Pengguna Jasa	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh seara positif signifikan terhadap minat penggunaan Uang Elektronik (Wibowo et al.,

		Commuterline Jakarta	2015).
13	Alifatul Laily Romadloniyah, Dwi Hari Prayitno. (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunaan E- Money Pada Bank Bri Lamongan	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Keperayaan dan Persepsi Manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>E- Money</i> pada Bank BRI Lamongan (Romadloniyah & Prayitno, 2018)
14	Andrean Septa Yoganada, I Made Bayu Dirgantara. (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan

		<p>Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik</p>	<p>kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan instrument keuangan sedangkan variable risiko memiliki pengaruh negative tapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan instrument uang elektronik (Yogananda, 2017).</p>
15	<p>Mia Andika Sari, Rodiana Listiawati, Novitasari, Rahmanita Vidyasari (2020).</p>	<p>Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan,</p>	<p>Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi manfaat, dan Persepsi</p>

	Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E- Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek	Kemanan Memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>E-Wallet</i> sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> Gopay dan Link Aja pada masyarakat Jabodetabek
--	--	--

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa *digital payment* atau pembayaran melalui sitem digital memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat serta persepsi yang dimiliki masyarakat.

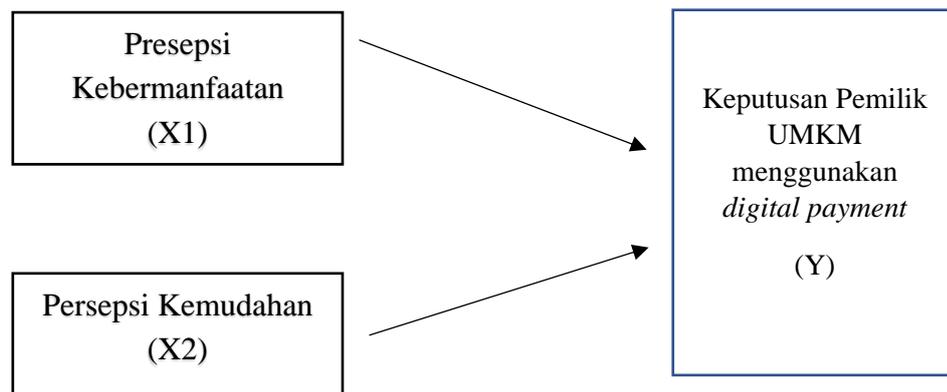
Pada penelitian terdahulu fokus penelitian dilakukan terhadap pelanggan yang berperan sebagai konsumen. Hal inilah yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, karna fokus dalam penelitian ini adalah UMKM yang dapat menggunakan *digital payment* untuk kebutuhan produksinya ataupun sebagai bentuk pelayanan terhadap pelanggannya.

Lokasi pada penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, yang artinya bahwa situasi dan kondisi geografi maupun kebiasaan penduduknya memiliki perbedaan dengan lokasi pada penelitian lain.

2.7 Kerangka Berpikir.

Kerangka berpikir berfungsi sebagai gambaran dalam penelitian ini agar pemecahan masalah dapat diselesaikan secara tepat sasaran dan jelas. Pada penelitian ini kerangka berfikir yang digunakan yaitu:

Tabel 2.2
Kerangka Berpikir



2.8. Hipotesis.

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih perlu diuji melalui sebuah penelitian dari suatu permasalahan untuk diketahui kebenarannya. Dalam penilaian hipotesis, penelitian sementara dalam suatu perilaku dapat berupa benar atau salah. Pengarahan penelitian agar sesuai dengan napa yang diharapkan merupakan fungsi dari hipotesis.

1. Persepsi Kebermanfaatan.

Persepsi kebermanfaatan merupakan salah satu variable yang digunakan dalam metode TAM untuk mengetahui perilaku pengguna dari sebuah sistem informasi. Definisi persepsi kebermanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat pada penggunanya (Pasaribu, 2022).

Suatu sistem informasi termasuk *digital payment* memiliki berbagai manfaat yang ditawarkan terhadap penggunanya, seperti efisiensi, mobilitas tinggi, dan berbagai keuntungan lainnya. Sehingga sebagai pengguna *digital payment* tentu mempertimbangkan manfaat yang diperoleh ketika menggunakan *digital payment* sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Sehingga berbagai manfaat pada penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi suatu keputusan untuk menggunakan *digital payment* dalam proses transaksi, tidak terkecuali bagi UMKM.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO (Sibuea et al., 2021) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi OVO, yangmana OVO. Dan pada penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay) (Sulfina et al., 2022) juga menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan Shopeepay.

Sehingga berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang digunakan pada penelitian adalah.

H1 : Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan UMKM dikota Surakarta untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

2. Persepsi Kemudahan.

Persepsi kemudahan merupakan salah satu variable yang terdapat pada metode TAM. Pada metode TAM persepsi kemudahan merupakan kepercayaan dari seorang individu bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak dibutuhkan suatu usaha yang besar. Sehingga berdasarkan sudut pandang pengguna, sistem tersebut dapat dioperasikan dengan mudah.

Keputusan untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi tentu dapat dipengaruhi berbagai faktor, salah satunya adalah persepsi kemudahan. Karna apabila suatu sistem dapat digunakan dengan mudah oleh penggunanya maka pengguna akan terus menggunakan sistem tersebut, dan apabila suatu sistem sulit digunakan maka pengguna akan mempertimbangkan keputusannya untuk menggunakan sistem tersebut. Dengan demikian persepsi kemudahan dapat mempengaruhi keputusan UMKM untuk menggunakan *digital payment* dalam bertransaksi.

Berdasarkan pada penelitian yang berjudul pengaruh Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta) (Wibowo et al., 2015) menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*, yang mana

e-money merupakan termasuk dalam *digital payment*. serta pada penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik (Pratama & Suputra, 2019) menemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu maka hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan UMKM di Kota Surakarta untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

BAB III

Metode Penelitian

3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian.

Waktu penelitian yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini diperkirakan kurang dari 1 tahun, terhitung sejak Februari 2022 hingga Agustus 2022. Tempat dilaksanakannya penelitian ini berada di Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk melakukan transaksi jual beli menggunakan *Digital Payment*.

3.2 Jenis Penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu cara untuk melakukan analisis terhadap data yang telah didapatkan dengan sumber data yang berupa angka terhadap tujuan dilakukannya penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, Keamanan, dan kualitas layanan terhadap minat pemilik UMKM untuk melakukan transaksi menggunakan *digital payment*.

3.3 Populasi Dan Sampel.

3.3.1. Populasi.

Populasi merupakan keseluruhan objek dan subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik (Taherdoost, 2018) serta menjadi tujuan utama dari dilakukannya sebuah penelitian (Sulaiman Saat; Sitti Mania, 2020). Populasi pada penelitian ini dilakukan terhadap seluruh pemilik UMKM di Kota Surakarta dan

sekitarnya yang menggunakan sistem *digital payment* dalam pelaksanaan kegiatan transaksinya.

Berdasarkan keterangan Ridzki Kramadibrata sebagai President Of Grab Indonesia UMKM yang berada di Kota Surakarta berjumlah 82.531 entitas (Lely, 2021) Jumlah tersebut merupakan jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.2. Sampel.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang di pilih dan di ambil oleh peneliti dengan jumlah yang sudah ditentukan secara sistematis sehingga dapat dijadikan sebagai objek yang mewakili karakteristik dari populasi yang kemudian di jadikan dasar dari pengambilan kesimpulan (Sulaiman Saat; Sitti Mania, 2020). Sample memiliki peranan yang sangat penting yaitu menjadi data serta acuan dalam melakukan analisis. Ketika penelitian sedang dilakukan, sehingga kesimpulan berhasil didapatkan melalui sample yang telah dianalisis.

Dalam penelitian ini sample didapatkan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan menetapkan karakteristik pada sample yang hendak di ambil (Taherdoost, 2018). Kriteria yang digunakan pada responden adalah sebagai berikut:

1. UMKM baik yang mempunyai toko, toko online ataupun bisnis rumahan yang berada di Kota Surakarta.
2. UMKM yang telah menggunakan *digital payment*.
3. UMKM mikro dengan pendapatan dibawah Rp.300.000.000 ataupun UMKM kecil dengan pendapatan 300.000.000 – 2.500.000.000.

Pada penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan sebagai data dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* tersebut adalah sebagai berikut.

$$n = N : \{1 + (N \times e^2)\}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sample

N = Jumlah populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam penggunaan rumus Slovin ada beberapa ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) jika populasi berjumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) jika sample dalam jumlah kecil.

Berdasarkan Rumus *Slovin* tersebut maka sample dari Populasi UMKM Kota Solo yang berjumlah sekitar 82.531 maka jumlah sample adalah:

$$\begin{aligned} n &= 82.531 : (1 + (82.531 \times 0.1^2)) \\ &= 99,883 \end{aligned}$$

Maka sample yang digunakan berjumlah 99,883 disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 Responden.

3.4 Data dan Sumber Data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data Primer dan Skunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti melalui narasumber yang berkaitan langsung terhadap penelitian (Sugiyono, 2016). Pada proses pengumpulan data Primer dilakukan dengan penggunaan kuisisioner secara

online menggunakan googleform ataupun menggunakan angket yang telah dicetak sehingga penelitian dapat dilakukan secara efektif dan terarah.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung dari narasumber, atau data yang telah diolah terlebih dahulu oleh pihak lainnya (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini data skunder merupakan dokumen atau penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam pemaparan teori pada penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data.

Pengumpulan data menjadi salah satu faktor utama dari berjalannya penelitian, sehingga dalam pelaksanaannya diperlukan perhatian lebih guna menghindari kesalahan informasi yang dapat berakibat fatal pada hasil penelitian (Anufia, 2019). Penelitian ini menggunakan Studi Pustaka, dokumentasi, dan Kuisisioner sebagai data yang digunakan dalam penelitian.

3.5.1. Studi Kepustakaan.

Studi kepustakaan merupakan salah satu Teknik atau cara untuk melakukan pengumpulan data dalam sebuah penelitian. Studi Pustaka memiliki kaitan erat dengan nilai budaya, dan norma yang berkembang pada status social yang di teliti karna hal ini tidak akan pernah lepas terhadap literatur literatur ilmiah (Sugiyono, 2016).

3.5.2. Dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi merupakan salah satu Teknik yang paling sering digunakan. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan yang berasal dari penelitian terdahulu, dapat pula berbentuk surat surat

resmi ataupun surat surat yang di keluarkan oleh negara. Dalam pengertian secara luas berarti setiap proses pembuktian yang didapat atas jenis sumber apapun baik tulisan, lisan, ataupun gambaran (Nilamsari, 2014).

Pada penelitian ini Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan teori dan beracuan pada penelitian terdahulu agar hasil dari penelitian menjadi lebih akurat.

3.5.3. Kuesioner

Kuisisioner (*questionnaire*) merupakan suatu daftar yang mencatat jawaban dari pertanyaan yang diajukan terhadap responden yang telah dirumuskan dan didefinisikan secara jelas (Sekaran & Bougie, 2018). Berikut kuisisioner yang disebar menggunakan scoring menurut skala likert sebagai berikut:

Tabel 2

Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu ragu (R)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mendapatkan hasil yang sesuai, karna pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur sikap pengguna sistem informasi.

Kuesioner dibuat dengan menggunakan indikator persepsi kebermanfaatan dan persepsi kegunaan sesuai dengan teori TAM. Sehingga penelitian terlaksana sesuai dengan Batasan penelitian dan Tujuan penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data.

3.6.1. Statistik Deskriptif.

Statistik deskriptif merupakan salah satu cabang dalam ilmu statistika yang memiliki keterkaitan dengan pengumpulan, pengorganisasian, pengolahan dan penyajian data sehingga menjadikan data lebih mudah dipahami seperti table ataupun grafik (E. F. Kurniawati, 2018). Selain itu statistic deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dari data yang berhasil dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara keseluruhan (Yosani, n.d.)

3.6.2. Uji Validitas.

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui kemampuan suatu Instrumen penelitian sehingga tujuan dari penelitian benar benar dapat terukur (Astuti, 2019). Uji validitas dilakukan agar penelitian dapat berjalan secara terarah dengan memastikan suatu kuesioner dapat menyajikan data yang relevan dengan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan untuk mengukur kemampuan Instrumen penelitian dalam mengetahui pengaruh persepsi manfaat, reputasi dan kualitas layanan terhadap minat pemilik UMKM untuk bertransaksi menggunakan sistem *digital payment*.

Data yang digunakan pada uji validitas adalah hasil jawaban dari responden yang memahami objek yang ditentukan dalam penelitian (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017). Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan *Software SPSS*, dengan membandingkan nilai signifikansi terhadap

koefisien yang telah ditentukan yaitu 0,05 sehingga apabila nilai signifikansi dari setiap indikator lebih kecil dari 0,05 maka kuesioner tersebut dinyatakan valid. Atau dengan membandingkan R_{hitung} terhadap R_{tabel} sehingga apabila R_{tabel} lebih kecil dibanding R_{hitung} maka kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid (Janna & Herianto, 2021).

3.6.3. Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban-jawaban yang diberikan responden. Uji ini dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang mirip dan memiliki hubungan dengan pertanyaan yang lainnya (Astuti, 2019). Alat ukur dapat dinyatakan reliabel apabila hasil yang didapat tetap konsisten meski alat ukur digunakan untuk melakukan pengujian beberapa kali (Janna & Herianto, 2021).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha* dengan menggunakan *Software SPSS*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> R_{tabel}$ (Janna & Herianto, 2021). Dengan memenuhi syarat uji reliabilitas maka alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten meski alat ukur digunakan lebih dari satu kali.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi ketika menggunakan analisis regresi linear yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan autokorelasi (Duli, 2019). Akan tetapi dalam penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi, hal ini karena penelitian

ini bersifat *cross section* karna pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung.

1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.

Penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji normalitas menggunakan metode tersebut banyak digunakan dalam penelitian, hal ini karna metode ini tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara pengamat satu dengan pengamat lainnya. Konsep penggunaan uji ini dengan melakukan perbandingan antara distribusi data dan distribusi normal baku (Darmawi, 2000).

2. Uji Heterokedastisitas.

Pada uji heterokedastisitas menggunakan metode *Glejser*, dengan melakukan regresi terhadap nilai *absolute residual* terhadap variable independent lainnya (I Ghozali, 2016). Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai *absolute residual*. Apabila nilai *absolute residual* $> 0,01$ maka tidak terdapat heterokedastisitas pada variable independent.

3. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi diantara variable independent yang terdapat pada model regresi. Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai *Tolerance* dan VIF yang didapat melalui Analisa menggunakan *software SPSS*. Model penelitian dapat dinyatakan tidak terjadi multikoleniaritas apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ (I Ghozali, 2016).

3.6.5. Uji F.

Uji F merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menunjukkan seluruh variable bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara Bersama terhadap variable terikat (Imam Ghozali, 2018). Dalam melakukan uji F kriteria yang digunakan adalah ketika nilai signifikan $F < 0.05$. hal tersebut membuktikan bahwa semua variable independent secara simultan dan signifikan memiliki pengaruh terhadap variable dependen (Imam Ghozali, 2018).

Pada uji F analisis data dapat dilkaukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Variable independent dapat dikatakan memiliki pengaruh terhadap variable dependen apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ begitu pula sebaliknya.

3.6.6. Uji Linear Berganda.

Uji linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variable bebas. Analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah serta besarnya pengaruh yang di berikan variable independent terhadap variable dependen (Imam Ghozali, 2018).

Pada penelitian ini analisis linear berganda dilakukan terhadap Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan yang berperan sebagai variable bebas dalam penelitian ini terhadap keputusan pemilik UMKM sebagai variable terikatnya.

3.6.7. Uji T.

Uji T merupakan salah satu uji yang dignakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah variable independent memiliki pengaruh secara parsial terhadap variable dependen dalam suatu penelitian (Imam Ghozali, 2018).

Nilai dari α pada penelitian ini adalah 0,05. Sehingga hipotesis dapat diterima apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ begitu pula sebaliknya apabila nilai sig lebih besar dari 0,05 atau nilai T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} maka hipotesis ditolak.

3.6.8. Koefisien Determinasi.

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari seluruh Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y). Jika Koefisien determinasi mendekati 1 artinya pengaruh pada Variabel Independen terhadap Variabel Dependen memiliki pengaruh yang kuat, dan begitu pula sebaliknya.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Gambaran Penelitian

Perkembangan Teknologi Informasi memiliki pengaruh yang cukup luas termasuk pada sektor keuangan. Terdapat berbagai macam perkembangan yang terjadi pada kebiasaan masyarakat khususnya dalam melakukan berbagai aktifitas ekonomi seperti perkembangan yang terjadi pada proses transaksi yang menggunakan sistem digital untuk memberikan efektifitas dalam melakukan transaksi.

Inovasi terhadap sektor keuangan memberikan begitu banyak kontribusi dalam efektifitas perekonomian, salah satu yang sering digunakan adalah *Digital Payment*. Dengan menggunakan sistem pembayaran menjadi serba digital memberikan beragam kemudahan dan manfaat dalam melakukan transaksi. Hal ini dapat menjadi alternatif bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas yang dimiliki sehingga dapat bertahan dalam persaingan pasar.

UMKM yang memiliki peranan penting dalam perkembangan ekonomi tentu perlu untuk meningkatkan kualitasnya seiring berjalannya waktu. Terjadinya peningkatan pada pengguna sistem pembayaran digital tentu dapat dijadikan opsi sebagai salah satu Langkah dalam meningkatkan kualitas UMKM. Sehingga UMKM dapat tetap bertahan dan beradaptasi pada perkembangan teknologi saat ini.

Penulis melakukan penelitian kepada UMKM di Surakarta dan sekitarnya. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi

manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*. Penelitian ini menggunakan metode TAM untuk mengukur perilaku pengguna sistem informasi.

Proses penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online ataupun langsung terhadap 100 responden sebagai data primer yang akan diolah dengan menggunakan *software* SPSS. Untuk mendapatkan jawaban dari 100 responden peneliti memerlukan waktu kurang dari 1 minggu. Dalam mendapatkan jawaban responden peneliti menggunakan angket dan *googleform*.

4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden

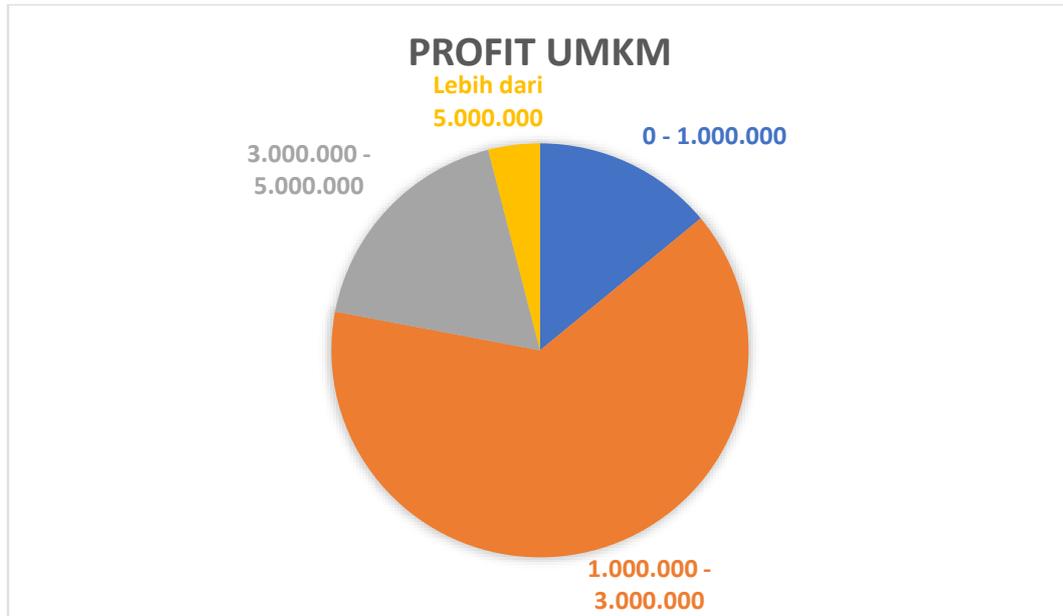
Gambaran karakteristik penelitian ini dilakukan pada UMKM di Surakarta yang memiliki peran sebagai populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini, peneliti memperoleh data melalui hasil penyebaran kuisisioner. Kuisisioner tersebut menjelaskan perilaku UMKM terhadap faktor faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment* sesuai dengan indikator yang terdapat pada teori TAM. Hasil penyebaran kuisisioner tersebut diperoleh data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh Persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*.

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi responden berdasarkan dari karakteristiknya (umur dan jenis kelamin). Karakteristik konsumen tidak termasuk dalam penelitian, tetapi hanya sebagai kajian teoritis mengenai keadaan responden. Berikut adalah gambaran umum responden :

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Profit.

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Profit



Data tersebut merupakan data klasifikasi responden berdasarkan pada profit yang dimiliki UMKM. Terdapat 64% dari total 100 responden pada UMKM yang memiliki profit Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 sedangkan 14% dari total responden merupakan UMKM dengan profit Rp.0 – Rp.1.000.000, 18% merupakan UMKM dengan profit Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 dan 4% sisanya merupakan UMKM dengan pendapatan lebih dari 5.000.000.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Presentase (%)
	Laki-Laki	70 Orang	70%
	Perempuan	30 Orang	30%
Jumlah		100 Orang	100 %

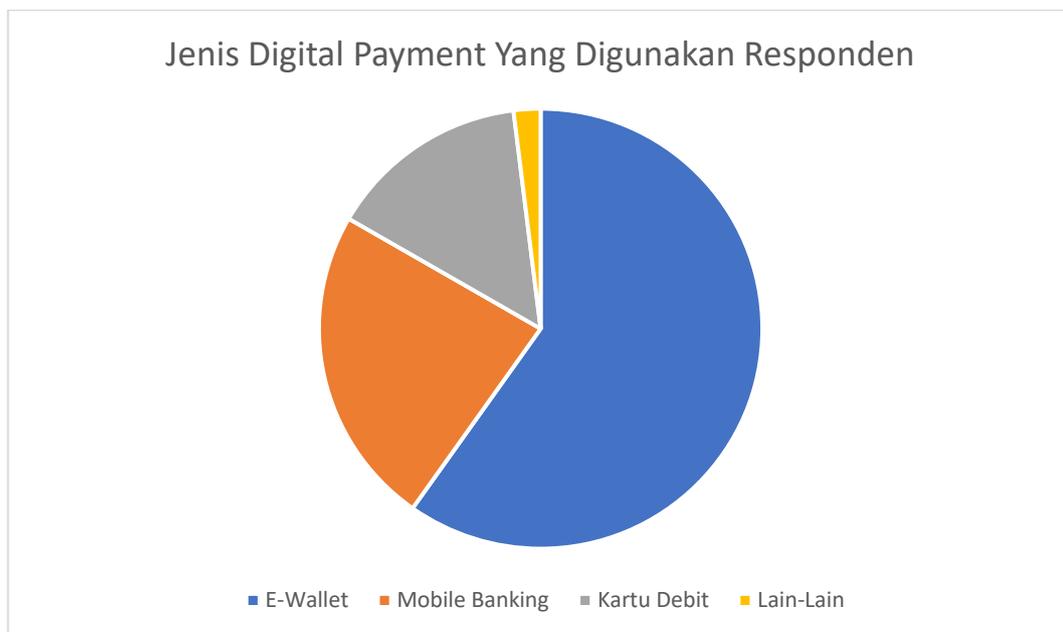
Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 100 responden yang merupakan UMKM dan sesuai dengan karakteristik pada penelitian ini. Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan oleh Responden terhadap kuesioner yang digunakan pada penelitian ini terdapat 70 laki-laki, artinya pada penelitian ini jumlah responden yang merupakan pemilik UMKM yang menggunakan *digital payment* untuk bertransaksi didominasi oleh laki laki dengan jumlah 70% dari total 100 responden.

Sedangkan responden yang merupakan pemilik UMKM perempuan dan menggunakan sistem *digital payment* untuk bertransaksi meliputi 30% dari total 100 responden yang berperan dalam memberi jawaban terhadap responden.

3. Jenis *Digital Payment* yang digunakan.

Table 4.3.

Jenis *Digital Payment* Yang Digunakan Responden



Berdasarkan jawaban UMKM yang merupakan responden yang ditentukan dalam penelitian ini maka diperoleh hasil data tersebut. Pengguna data *E-Wallet* mencapai 59% dari total responden, sedangkan UMKM pengguna *Mobile Banking* mencapai 24%, untuk pengguna kartu debit mencapai angka 15% dan 2% sisanya menggunakan jenis *digital payment* lainnya.

Data tersebut diperoleh berdasarkan jawaban responden yang ditentukan dalam penelitian ini dan diperoleh berdasarkan persentase dari total 100 responden.

4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumental.

1. Uji Validitas.

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang diukur (Noor, 2011). Butir butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Jumlah responden untuk uji validitas sebanyak 31 orang. R_{tabel} pada penelitian adalah 0,3350, nilai tersebut didapat dengan rumus Sampel - Jumlah Variabel Bebas, dengan nilai signifikansi 0,05. Hasil uji validitas, sebagai berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas

No. Item	Indikator/Pertanyaan	R hitung	R tabel	Hasil
A.	Variabel Persepsi Kebermanfaatan (X1)			
1.	Pertanyaan 1	0,630	0,3550	Valid
2.	Pertanyaan 2	0,564	0,3550	Valid
3.	Pertanyaan 3	0,598	0,3550	Valid
4.	Pertanyaan 4	0,614	0,3550	Valid
5	Pertanyaan 5	0,554	0,3550	Valid
B	Variabel Persepsi Kemudahan (X2)			
6.	Pertanyaan 1	0,670	0,3550	Valid
7.	Pertanyaan 2	0,498	0,3550	Valid
8.	Pertanyaan 3	0,481	0,3550	Valid

9.	Pertanyaan 4	0,631	0,3550	Valid
10.	Pertanyaan 5	0,771	0,3550	Valid
C.	Keputusan UMKM Menggunakan <i>Digital Payment</i> (X3)			
11.	Pertanyaan 1	0,780	0,3550	Valid
12.	Pertanyaan 2	0,632	0,3550	Valid
13.	Pertanyaan 3	0,730	0,3550	Valid
14.	Pertanyaan 4	0,660	0,3550	Valid
15.	Pertanyaan 5	0,404	0,3550	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Instrument yang digunakan dapat dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari pada nilai koefisien yang telah ditentukan pada penelitian, yaitu 0,05. Sehingga berdasarkan hasil uji validitas terhadap tiap instrument penelitian lebih kecil dari pada 0,05 sehingga instrument yang digunakan pada penelitian ini telah memenuhi uji validitas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan bagian dari uji instrumental penelitian dilakukan setelah uji validasi dalam sebuah penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi Instrumen penelitian atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Sehingga Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mendapatkan hasil analisis dari penelitian pengaruh persepsi kebermanfaatan dan kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk melakukan transaksi melalui *digital payment* Uji reliabilitas digunakan

untuk menentukan apakah instrument tersebut reliabel atau tidak, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Pada uji reliabel responden berjumlah 31 dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05.

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan *software SPSS* dan hasil dari uji reliabilitas pada instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Reliabel

NO	VARIABEL	<i>Cronbah's alpha</i>	Batas	Keterangan
1.	Persepsi Kebermanfaatan (X1)	0,734	0,6	Reliabel
2.	Persepsi Kemudahan (X2)	0,709	0,6	Reliabel
3.	Keputusan UMKM (Y)	0,762	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner yang dilakukan dengan bantuan *SPSS 26 dapat disimpulkan* bahwa seluruh hasil uji terhadap tiap pertanyaan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa Insstrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan Uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Data dapat dikatakan terdistribusi normal, apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Konsep penggunaan uji ini dengan melakukan perbandingan antara distribusi data dan distribusi normal baku (Darmawi, 2000).

Tabel 4.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.4635264
	Std. Deviation	1.26100597
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.050
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov maka dapat diketahui nilai signifikansi berdasarkan nilai residual pada data ini adalah 0,089. Sehingga nilai sig 0,089 $> 0,05$, berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini telah memenuhi uji normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Model penelitian dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas dari data penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000		
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003	.900	1.111
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001	.900	1.111
a. Dependent Variable: Y								

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas diperoleh nilai Tolerance dari variabel Persepsi Kebermanfaatan (X1) sebesar $0,900 > 0,10$ dan Persepsi Kemudahan (X2) sebesar $0,900 > 0,10$. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa variable persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki nilai Tolerance lebih dari 0.10. hal ini menunjukkan bahwa variable tersebut telah memenuhi salah satu syarat agar sesuai dengan uji multikolinieritas.

Sedangkan nilai VIF pada persepsi manfaat memiliki nilai sebesar $1,111 < 10$, nilai VIF dan pada persepsi kemudahan berjumlah $1,111 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable bebas tersebut memiliki nilai VIF < 10 . Dan memenuhi syarat dalam uji multikolinieritas.

Berdasarkan uji multikolinieritas yang dilakukan pada variable dalam penelitian ini. maka dapat disimpulkan bahwa variable yang digunakan dalam penelitian yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan tidak mengalami multikoleniaritas terhadap model regresi dalam penelitian ini.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance antara residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan variable indepeden terhadap nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikasi (Sig) antara variable idependent dengan absolut residual lebih besar dari 0.05 maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas. dalam melakukan uji Heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS*. Dan uji heterokedastisitas dilakukan terhadap 100 UMKM yang berperan sebagai responden pada penelitian ini.

Pada uji heterokedastisitas menggunakan metode *Glejser*, dengan melakukan regresi terhadap nilai *absolute residual* terhadap variable independent lainnya (I Ghozali, 2016). Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai *absolute residual*. Apabila nilai *absolute residual* $> 0,01$ maka tidak terdapat heterokedastisitas pada variable independent.

Hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.185	1.112		.166	.868
	X1	-.002	.047	-.004	-.042	.966
	X2	.045	.046	.103	.966	.336
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan pada table tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi pada variable persepsi kebermanfaatan yaitu 0.966, dan pada persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,336. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada ke dua variable tersebut $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heterokedastisitas dalam penelitian ini.

4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000		
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003	.900	1.111
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001	.900	1.111
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Data Primere yang diolah 2022

Berdasarkan hasil output SPSS diatas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10,687 + 0,236 X1 + 0,268 X2$$

Penjelasan dan interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Nilai konstanta a = 10,687 nilai positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independent yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan bernilai 0 atau tidak terjadi perubahan maka nilai keputusan UMKM menggunakan *digital payment* adalah 10,687
2. Koefisien regresi variable Persepsi Kebermanfaatan (X1) memiliki nilai sebesar 0,236. Nilai positif pada variabel persepsi kebermanfaatan menunjukkan pengaruh yang searah dengan minat UMKM menggunakan *Digital Payment*. Hal ini menunjukkan bahwa jika terdapat penambahan 1 poin

pada variabel persepsi kebermanfaatan, maka akan meningkatkan keputusan UMKM menggunakan *Digital Payment* sebesar 0,371.

3. Koefisien regresi variable Persepsi Kemudahan (X2) memiliki nilai sebesar 0,268. Nilai positif berarti variabel independent memiliki pengaruh yang searah dengan pengaruh variabel dependen. Hal tersebut berarti apabila ada penambahan 1 poin pada variable persepsi kemudahan maka akan meningkatkan minat UMKM untuk menggunakan *Digital Payment* sebesar 0,224.

4.2.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual (parsial). Uji parsial dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95 % dan signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika $Sig < 0,05$ atau $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka Hipotesis diterima dan jika $Sig > 0,05$ atau $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka Hipotesis ditolak. T tabel dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k$$

$$df = 100 - 2$$

$$df = 98$$

Sehingga nilai t tabel dapat diketahui sebesar 1,6605. Berdasarkan uji parsial atau uji t yang dilakukan terhadap data penelitian, diperoleh hasil, sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat disimpulkan Persepsi Kebermanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 dan memiliki nilai t hitung sebesar 3,020. Berdasarkan hal tersebut maka nilai sig. variabel persepsi kebermanfaatan $0,003 < 0,05$, serta nilai dari t hitung $> t$ table yaitu $3,020 > 1,98489$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh terhadap keputusan UMKM diterima atau **H1 Diterima**

Pada variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dan memiliki nilai t hitung sebesar 3,486. Berdasarkan hal tersebut maka nilai signifikansi pada persepsi kemudahan $0,001 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung pada persepsi kemudahan $3,468 > 1,98489$ maka persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen berdasarkan hal tersebut maka **H2 Diterima..**

Berdasarkan uji t yang dilakukan terhadap variabel independent pada penelitian ini maka didapat hasil bahwa variable independent yaitu persepsi

kebermanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki oleh semua variabel independent terhadap variabel dependent secara Bersama sama atau simultan. Pada uji F, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka semua variable independent berpengaruh terhadap variable dependent dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka sebaliknya. Nilai pada F_{tabel} dapat ditentukan dengan menggunakan rumus F table. Dimana df Pembilang = (Total Variabel-1), dan df penyebut = (Jumlah Sample – Total Variabel) pada taraf signifikan dengan nilai 5 % atau 0,05, sehingga F tabel pada penelitian ini yaitu $(2;97) = 3,09$ Hasil uji F terhadap variable pada penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.047	2	26.523	15.503	.000 ^b
	Residual	165.953	97	1.711		
	Total	219.000	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan output uji F diatas, dapat diketahui nilai signifikasi pada variabel independen berjumlah 0,000 dan nilai F hitung berjumlah 15,503. Maka nilai signifikasi variabel independent $0,000 < 0,05$ dan F hitung yang bernilai

15,503 > 3,09 yang merupakan nilai F table. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independent yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

3. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari seluruh Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y). Jika Koefisien determinasi mendekati 1 artinya pengaruh pada Variabel Independen terhadap Variabel Dependen memiliki pengaruh yang kuat, dan begitu pula sebaliknya. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.492 ^a	.242	.227	1.30800
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Bersadarkan output tersebut, maka dapat diketahui nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,277. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh sebesar 27,7%

terhadap keputusan UMKM menggunakan *Digital Payment*. Sedangkan 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1. Pengaruh Persepsi kebermanfaatan terhadap keputusan UMKM menggunakan *Digital Payment*.

Berdasarkan hasil analisis terhadap persepsi kebermanfaatan (X1) menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM menggunakan *Digital Payment* dalam bertransaksi. Analisis yang dilakukan terhadap persepsi kebermanfaatan menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai dari signifikansi persepsi kebermanfaatan adalah 0.03. yang berarti bahwa nilai signifikansi persepsi kebermanfaatan $0,03 < 0,05$ atau dapat dikatakan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*. Sehingga apabila manfaat yang dirasakan oleh pengguna *Digital Payment* meningkat maka Keputusan UMKM untuk menggunakan *Digital Payment* akan meningkat pula.

Berdasarkan hal tersebut UMKM dapat merasakan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh *digital payment*. Sehingga persepsi manfaat yang dirasakan UMKM berpengaruh terhadap keputusan untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Berdasarkan hasil uji F dimana $F_{hitung} 15,503 > 3,09 F_{tabel}$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ maka persepsi kebermanfaatan secara Bersama sama

mempengaruhi variable terikat yaitu keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*. Serta persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh sebesar 27,7% terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Sebagai pengguna *digital payment* tentu mempertimbangkan berbagai manfaat yang diperoleh ketika menggunakan *digital payment* sebelum memutuskan untuk menggunakannya. *digital payment* menawarkan berbagai manfaat terhadap penggunanya terutama dalam bertransaksi, seperti efisiensi waktu dan tenaga, peningkatan keuntungan, dan lain sebagainya. Sehingga berbagai manfaat yang ditawarkan pada penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi suatu keputusan untuk menggunakan *digital payment* dalam proses transaksi, termasuk bagi UMKM.

Hasil yang didapat terhadap variabel persepsi kebermanfaatan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay) (Sulfina et al., 2022). dan pengaruh promosi , Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan terhadap minat pengguna LinkAja pada mahasiswa (studi kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). (Alkhoiri, 2022).

4.3.2. Pengaruh Persepsi kemudahan Terhadap Keputusan UMKM Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*.

Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel persepsi kemudahan (X2) dengan menggunakan uji t maka diperoleh hasil t hitung variabel persepsi

kemudahan bernilai 0,00. Sehingga nilai t hitung persepsi Kemudahan $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat UMKM menggunakan *Digital Payment* dalam bertransaksi.

Berdasarkan hal tersebut UMKM dapat merasakan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh *digital payment*. Sehingga persepsi manfaat yang dirasakan UMKM berpengaruh terhadap keputusan untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Variable kemudahan secara Bersama sama memiliki pengaruh terhadap variable terikat hal ini didasarkan pada nilai signifikansi pada uji F yaitu $0,000 < 0,005$ sedangkan nilai F_{hitung} yaitu $15,503 > 3,09 F_{tabel}$. Dan persepsi kemudahan Bersama dengan variable persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh sebesar 27,7% terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Persepsi kemudahan merupakan kepercayaan seorang individu terhadap kemudahan yang didapat dari penggunaan suatu sistem teknologi informasi. Beberapa kemudahan yang dimaksud adalah penggunaan *digital payment* dapat dioperasikan dengan mudah, jelas dan dapat dipahami, fleksibel dan lain sebagainya. Dengan kemudahan yang dirasakan pengguna *digital payment* dapat mempengaruhi keputusan UMKM dan pengguna lainnya untuk terus menggunakan *digital payment*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sulfina et al., 2022) dalam penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)

dimana persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka disimpulkan bahwa:

1. Variabel Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan UMKM di Kota Surakarta untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*.
2. Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan UMKM di Kota Surakarta untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis tersebut peneliti memiliki beberapa keterbatasan mengenai variabel variabel yang digunakan, sehingga peneliti memiliki beberapa saran terkait dengan Pihak yang bersangkutan mapun bagi penelitian berikutnya, Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian ini variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh sebesar 27,7% terhadap minat UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Digital Payment*. Sehingga masih terdapat 72,3% variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan UMKM bertransaksi menggunakan *Digital Payment*.
2. Penelitian ini dapat meningkatkan literasi masyarakat mengenai *Digital Payment* sehingga dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga dapat terus

berkembang dan berdampak positif bagi dunia perbankan. serta pada bidang Pendidikan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrazevich, D. (2004). *Electronic Payment Systems: a User-Centered Perspective and Interaction Design*. Dennis Abrazhevich.
https://books.google.co.id/books?id=31svZpzcp0C&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Alkhoiri, A. R. (2022). *Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto)*.
- Anufia, T. A. (2019). *Instrumen Pengumpulan data*. 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/s3kr6>
- Arif, D. (2018). Pengaruh Crm Dan Kualitas Layanan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ecopreneur*.12, 1(2), 45. <https://doi.org/10.51804/econ12.v1i2.372>
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 25–29.
- Astuti, S. (2019). *Praktikum Statistika Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Azis, A. (2021). *Transaksi Ekonomi Digital di Prediksi Tembus Rp.1775 T di Tahun 2025*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/61b70c8b5af37/transaksi-ekonomi->

digital-diprediksi-tembus-rp-1775-t-di-2025

- Baihaqi, J. (2018). Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah Di Indonesia. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 116. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i2.4979>
- Bank Indonesia. (2020). *Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Benjamin, W. (2019). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Studi*. 3, 1–9.
- Chuen, D. L. K., & LOW, L. (2018). *Inclusive Fintech Blockchain, Crypto Currency and ICO* (J. Yulin (ed.); 1st ed.). World Scientific. <https://books.google.co.id/books?id=HCpjDwAAQBAJ>
- Cotter, A.-M. (2020). Introduction To Information Technology. *Information Technology Law Professional Practice Guide*, 23–24. <https://doi.org/10.4324/9781843145738-4>
- Darmawi, A. (2000). Statistik Non Parametrik Menggunakan Sofwere IBM SPSS 22. *Academia*, 2(7), 6–57.
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442.
- DSN-MUI. (2017). Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. *Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia*, 19,

1–12. <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/>

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis dengan SPSS* (A. Nabila (ed.); 1st ed.). deepublish.

Eggers, F. (2020). Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116(May), 199–208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>

Fadhillah, N. (2018). *Pengaruh faktor pendapatan, daya tarik promosi, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan berbasis teknologi.*

Falahat, M., Ramayah, T., Soto-acosta, P., & Lee, Y. (2020). Technological Forecasting & Social Change SMEs internationalization : The role of product innovation , market intelligence , pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs ' international performance. *Technological Forecasting & Social Change*, 152(June 2019), 119908. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119908>

Galli-debicella, A. (2021). *How SMEs Compete Against Global Giants Through Sustainable Competitive Advantages*. 31, 13–21.

Ghozali, I. (2016). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasanuddin, M., Pendekatan, D., Acceptance, T., & Tam, M. (n.d.). *Kajian*

*Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan
Technology Acceptance Model (TAM) Related papers.*

- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3).
<https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Indonesia, B. (2017). Teknologi Finansial. 30 November 2017, 1.
<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2020). Indonesian Student Perception in Digital Payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 518–530.
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i4.2713>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047.
- Javier, F. (2022). *E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021*. Tempo. <https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021>
- Kuangan, O. J. (2021). Yuk Mengenal Fintech! Keuangan Digital Yang Tengah Naik Daun. Otoritas Jasa Keuangan.
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468>
- Kurniawati, E. F. (2018). Studi Penggunaan Statistika Deskriptif dalam Skripsi Mahasiswa Pendidikan Matematika UNIROW. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(September), 84–86.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat

- Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Transaksi Belanja Pakai E-Money Capai Rp305 Triliun pada 2021*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/transaksi-belanja-pakai-e-money-capai-rp305-triliun-pada-2021>
- Lely, M. (2021). *Grab dan OVO digitalisasi UMKM Solo*. Tek.Id. <https://www.tek.id/tek/grab-dan-ovo-digitalisasi-umkm-solo-b2cCn9mwM>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Melnyk, S. A., Schoenherr, T., Verter, V., Evans, C., & Shanley, C. (2021). The pandemic and SME supply chains: Learning from early experiences of SME suppliers in the U.S. defense industry. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 27(4), 100714. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2021.100714>
- Messeni Petruzzelli, A., Natalicchio, A., Panniello, U., & Roma, P. (2019). Understanding the crowdfunding phenomenon and its implications for sustainability. *Technological Forecasting and Social Change*, 141(September), 138–148. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.002>
- Mostafa Al-Emran, K. S. (2021). *Recent Advances in Technology Acceptance Models and Theories*. Springer Nature.

- Naufalia, V., Manajemen, P. S., Bina, U., & Informatika, S. (2022). *Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee*. *01*(1), 1–9.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, *13*(2), 177–181.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Kencana Pranamedia Group.
- Novitasari, & Mia, S. A. (2021). Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, *8*(1), 1386–1397.
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, *2*(3), 249–260.
- Opati Zhepania, T. (2019). *Buku di Google Play Impact of Mobile Payment Applications and Transfers on Business*. IGI Global. https://books.google.co.id/books?id=wF_HDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–29. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>
- Pahlevi, R. (2022). *Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar pada 2025*. Katadata.Co.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>

Pasaribu, D. (2022). *Kajian Kritis terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank* (Nasib (ed.); 1st ed.). Global Aksara Pers.

https://books.google.co.id/books?id=IRVsEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Pedersen, N. (2020). *Technology: Case Studies in Fintech Innovation*. Kogan Page Publisher.

https://books.google.co.id/books?id=wQULEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.

<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>

Pusparisa, Y. (2021). Sederet Tempat yang Diharapkan Menerima Transaksi *Dompot Digital*. Katadata.Co.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/01/sederet-tempat-yang-diharapkan-menerima-transaksi-dompot-digital>

Qalati, S. A., Yuan, L. W., Khan, M. A. S., & Anwar, F. (2021). A mediated model on the adoption of social media and SMEs' performance in developing countries. *Technology in Society*, 64(July 2020), 101513.

<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101513>

- Rahmawati, A., Novita, D., & Pradesan, I. (2022). Perancangan Kuesioner Analisis Penerimaan E-Tax Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *MDP Student Conference*, 512–517. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/1848>
- Rizkiyah, K., Nurmawanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Salemba Empat.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., Rangkuti, A. E., Bisnis, M., Niaga, J. A., & Medan, P. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo *Santi*. 635–645.
- Sijabat, Y. P., Hirawati, H., & Giovanni, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Penggunaan Teknologi Keuangan Sebagai Alat Pembayaran. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1),

46. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1316>

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing.

Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.

Sofyan, S. (2017). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*, 11(1), 33–64.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan* (23rd ed.). ALFABETA.

Sulaiman Saat; Sitti Mania. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula. In Muzakkir (Ed.), *Pusaka Almailda* (2nd ed., Vol. 2). Pusaka Almailda. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17954/>

Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>

Suryani, D., Ermansyah, & Sukri, S. Al. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan GoJek. *Indonesian Journal Of Business Economics and Management*, 1(Desember 2021), 11–19. <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>

Susanne Chishti, J. B. (2016). *The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. Wiley. [https://www.wiley.com/en-](https://www.wiley.com/en-ie/The+FINTECH+Book%3A+The+Financial+Technology+Handbook+for+)
[ie/The+FINTECH+Book%3A+The+Financial+Technology+Handbook+for+](https://www.wiley.com/en-ie/The+FINTECH+Book%3A+The+Financial+Technology+Handbook+for+)

Investors%2C+Entrepreneurs+and+Visionaries-p-9781119218883

Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59.
<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>

Taherdoost, H. (2018). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. In *SSRN Electronic Journal* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205035>

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.
<https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2016). Kemudahan , dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Journal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnid*, 01(01), 1–21.

Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16.
<https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.
<https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>

- Winarsih, Indriastuti, M., & Fuad, K. (2021). Impacto de Covid-19 en la transformación digital y la sostenibilidad en pequeñas y medianas empresas Empresas (PYMES): un marco conceptual. In *Advances in Intelligent Systems and Computing: Vol. 1194 AISC*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-50454-0>
- Wirtz, B. W. (2021). *Digital Business and Electronic Commerce: Strategy, Business Models and Technology*. Springer Nature. https://books.google.co.id/books?id=hD8mEAAAQBAJ&hl=id&source=gbs_slider_cls_metadata_0_mylibrary&redir_esc=y
- Yogananda, A. S. I. M. B. D. (2017). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik*. 6, 1–7.
- Yosani, C. (n.d.). *Teknik Analisis Kuantitatif 1 TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF*.
- Yuliani, A. (2017). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media

Lampiran 1

Kuisisioner

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan UMKM Untuk Bertransaksi Menggunakan *Digital Payment*

(Studi UMKM Di Kota Surakarta)

Responden

- 1. Nama:**
- 2. Umur:**
- 3. Alamat :**
- 4. Jenis kelamin:**
- 5. *Digital Payment* Yang Digunakan:**
- 6. Jenis Usaha Yang Dijalankan:**
- 7. Profit UMKKM:**

Kriteria Responden

- 1. Minimal usia 17 – 50**
- 2. UMKM Pengguna Digital Payment**
- 3. Pernah bertransaksi menggunakan *digital payment***

Kuisisioner

Skala Linkert

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Ragu ragu (RR)	3
Tidak setuju (TS)	2

Sangat tidak setuju (STS)	1
---------------------------	---

NO	Pertanyaan	(SS)	(S)	(RR)	(TS)	(STS)
		5	4	3	2	1
Presepsi Kebermanfaatan. (X1)						
1.	<i>Digital Payment</i> menjadikan proses Transaksi saya menjadi lebih mudah.					
2.	Menggunakan <i>Digital Payment</i> meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi.					
3	Menggunakan <i>Digital Payment</i> memberikan banyak manfaat bagi saya.					
4.	Menggunakan <i>Digital Payment</i> mempercepat proses transaksi yang saya lakukan.					
5.	<i>Digital Payment</i> dapat meningkatkan pendapatan saya.					
Persepsi Kemudahan (X2)						
6.	Saya tidak mengalami kesulitan ketika menggunakan <i>Digital Payment</i> .					
7	Penggunaan <i>Digital Payment</i> mudah untuk dipahami.					
8	Menggunakan <i>Digital Payment</i> mempermudah saya untuk bertransaksi.					
9	Penggunaan <i>Digital Payment</i> dalam bertransaksi dapat dikontrol dengan mudah					
10	<i>Digital Payment</i> Meningkatkan Mobilitas Proses Transaksi karna dapat digunakan dimana saja.					

Keputusan UMKM menggunakan <i>Digital Payment</i> .						
(Y)						
11	Saya menggunakan <i>Digital Payment</i> sesuai ketentuan dan prosedur.					
12	Saya menggunakan <i>Digital Payment</i> dengan jujur sesuai dengan ketentuan yang berlaku.					
13	Waktu yang saya butuhkan untuk menggunakan <i>Digital Payment</i> sesuai kebutuhan.					
14	Menggunakan <i>Digital Payment</i> adalah keputusan yang bijak.					
15	Saya berharap <i>Digital Payment</i> dapat terus digunakan dimasa depan.					

Lampiran 2

Data Responden

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4

4	5	4	5	5	3	3	4	2	3	4	5	4	3	3
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	4	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	4	3	3	3	2	4	5	4	5	3	3
3	4	3	4	4	3	4	2	5	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5
4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	4	3	3	5	4	4	5	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4

4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	
4	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	
4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4

4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	3	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	5	
4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	2	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5

Lampiran 3

Uji Validitas.

Correlations

	X0 1	X0 2	X0 3	X0 4	X0 5	X0 6	X0 7	X0 8	X0 9	X1 0	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	Tot al	
X 0 1	Pearson Correlati on	1	.33 0	.33 8	.47 2**	.28 7	.11 0	.14 0	.44 9*	- .01 5	.43 6*	.53 4**	.35 8*	.22 0	.31 7	.33 9	.63 0**
	Sig. (2- tailed)		.07 0	.06 3	.00 7	.11 8	.55 6	.45 3	.01 1	.93 7	.01 4	.00 2	.04 8	.23 4	.08 2	.06 2	.00 0
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

X 0 2	Pearson Correlati on	.33 0	1	.15 0	.38 9*	.20 7	- .10	.47 6**	.21 5	.15 6	.33 6	.40 8*	.37 9*	.29 0	.47 9**	.03 5	.56 4**
	Sig. (2- tailed)	.07 0		.42 2	.03 0	.26 4	.58 5	.00 7	.24 6	.40 3	.06 4	.02 3	.03 5	.11 3	.00 6	.85 3	.00 1
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X 0 3	Pearson Correlati on	.33 8	.15 0	1	.34 0	.60 5**	.10 1	.15 6	.14 4	.17 7	.42 8*	.33 2	.18 4	.46 4**	.42 5*	.19 1	.59 8**
	Sig. (2- tailed)	.06 3	.42 2		.06 1	.00 0	.58 8	.40 1	.44 1	.34 0	.01 6	.06 8	.32 2	.00 8	.01 7	.30 2	.00 0
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X 0 4	Pearson Correlati on	.47 2**	.38 9*	.34 0	1	.40 9*	- .00	.29 7	.14 3	- .11	.30 7	.51 8**	.45 1*	.52 7**	.28 0	.06 3	.61 4**
	Sig. (2- tailed)	.00 7	.03 0	.06 1		.02 2	.99 3	.10 5	.44 4	.52 9	.09 3	.00 3	.01 1	.00 2	.12 8	.73 6	.00 0
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X 0 5	Pearson Correlati on	.28 7	.20 7	.60 5**	.40 9*	1	- .02	- .18	.17 4	.16 4	.35 2	.45 8**	.45 4*	.51 0**	.22 9	.02 6	.55 4**
	Sig. (2- tailed)	.11 8	.26 4	.00 0	.02 2		.89 4	.32 3	.34 9	.37 8	.05 2	.01 0	.01 0	.00 3	.21 6	.89 1	.00 1
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X 0 6	Pearson Correlati on	.11 0	- .10	.10 1	- .00	- .02	1	.17 7	.05 1	.05 3	.41 6*	.17 0	.04 7	.16 1	.13 3	.02 8	.67 0**
	Sig. (2- tailed)	.55 6	.58 5	.58 8	.99 3	.89 4		.34 1	.78 4	.77 7	.02 0	.36 1	.80 0	.38 6	.47 6	.88 0	.00 1
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X 0 7	Pearson Correlati on	.14 0	.47 6**	.15 6	.29 7	- .18	.17 7	1	.15 0	.05 4	.32 4	.40 0*	.29 9	.39 3*	.46 6**	.10 3	.49 8**
	Sig. (2- tailed)	.45 3	.00 7	.40 1	.10 5	.32 3	.34 1		.42 1	.77 2	.07 6	.02 6	.10 2	.02 9	.00 8	.58 0	.00 4
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

X08	Pearson Correlation	.449 [*]	.215	.144	.143	.174	.051	.150	1	.055	.301	.250	.384 [*]	.236	.257	.364 [*]	.481 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011	.246	.441	.444	.349	.784	.421		.770	.100	.176	.033	.201	.162	.044	.006
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X09	Pearson Correlation	-.015	.156	.177	-.117	.164	.053	.054	.055	1	.443 [*]	.181	-.042	.172	.298	.284	.631 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.937	.403	.340	.529	.378	.777	.772	.770		.013	.330	.824	.355	.103	.122	.005
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X10	Pearson Correlation	.436 [*]	.336	.428 [*]	.307	.352	.416 [*]	.324	.301	.443 [*]	1	.662 ^{**}	.350	.452 [*]	.470 ^{**}	.331	.771 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.014	.064	.016	.093	.052	.020	.076	.100	.013		.000	.054	.011	.008	.069	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X11	Pearson Correlation	.534 ^{**}	.408 [*]	.332	.518 ^{**}	.458 ^{**}	.170	.400 [*]	.250	.181	.662 ^{**}	1	.651 ^{**}	.605 ^{**}	.288	.233	.780 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.023	.068	.003	.010	.361	.026	.176	.330	.000		.000	.000	.116	.207	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X12	Pearson Correlation	.358 [*]	.379 [*]	.184	.451 [*]	.454 [*]	.047	.299	.384 [*]	-.042	.350	.651 ^{**}	1	.615 ^{**}	.242	.138	.632 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.048	.035	.322	.011	.010	.800	.102	.033	.824	.054	.000		.000	.190	.459	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X13	Pearson Correlation	.220	.290	.464 ^{**}	.527 ^{**}	.510 ^{**}	.161	.393 [*]	.236	.172	.452 [*]	.605 ^{**}	.615 ^{**}	1	.459 ^{**}	.175	.730 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.234	.113	.008	.002	.003	.386	.029	.201	.355	.011	.000	.000		.009	.348	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

X14	Pearson Correlation	.317	.479**	.425*	.280	.229	.133	.466**	.257	.298	.470**	.288	.242	.459**	1	.317	.660**
	Sig. (2-tailed)	.082	.006	.017	.128	.216	.476	.008	.162	.103	.008	.116	.190	.009		.082	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X15	Pearson Correlation	.339	.035	.191	.063	.026	.028	.103	.364*	.284	.331	.233	.138	.175	.317	1	.404*
	Sig. (2-tailed)	.062	.853	.302	.736	.891	.880	.580	.044	.122	.069	.207	.459	.348	.082		.024
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Total	Pearson Correlation	.630**	.564**	.598**	.614**	.554**	.279	.498**	.481**	.331	.771**	.780**	.630**	.730**	.660**	.404*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.001	.128	.000	.006	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.024	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas.

Persepsi Kebermanfaatan.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Persepsi Kemudahan.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

Keputusan UMKM.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	5

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.4635264
	Std. Deviation	1.26100597
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.050
Test Statistic	.083	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.089 ^c	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000		
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003	.900	1.111
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001	.900	1.111
a. Dependent Variable: Y								

Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glesjer

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.185	1.112		.166	.868
	X1	-.002	.047	-.004	-.042	.966
	X2	.045	.046	.103	.966	.336

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000		
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003	.900	1.111
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001	.900	1.111

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.687	1.848		5.784	.000
	X1	.236	.078	.281	3.020	.003
	X2	.268	.077	.325	3.486	.001

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.047	2	26.523	15.503	.000 ^b
	Residual	165.953	97	1.711		
	Total	219.000	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.492 ^a	.242	.227	1.30800
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Lampiran 4

The screenshot displays a Turnitin plagiarism check interface. The main document area shows the following text:

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.

Teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari waktu ke waktu. Hal ini menyebabkan pengaruh yang cukup besar diberbagai sektor kehidupan. Berbagai inovasi muncul dengan harapan dapat memberikan efektifitas dan efisiensi bagi penggunaanya (Cotter, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut juga berdampak pada sektor industri keuangan (Werdi Apriyanti, 2018). Berbagai

The right sidebar shows a 'Match Overview' with a 29% similarity score and the following matches:

- 1 eprints.iain-surakarta.a... 4% >
- 2 Submitted to Universita... 3% >
- 3 Submitted to Forum Pe... 2% >
- 4 Submitted to Universita... 1% >
- 5 eprints.walisongo.ac.id 1% >
- 6 www.scribd.com 1% >
- 7 docplayer.info 1% >

The bottom of the screen shows a Windows taskbar with the following information: Page: 1 of 62, Word Count: 10605, Text-Only Report, High Resolution On, 4:02 PM, 9/2/2022.