

**PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT* PADA
USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT
(TOE) *FRAMEWORK***

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah**



Oleh :

DEVTANIA PUTRI APRISCA
NIM. 19.52.21.139

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT* PADA
USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT
(TOE) *FRAMEWORK***

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Akuntansi Syariah

Oleh:

DEVTANIA PUTRI APRISCA
NIM. 19.52.21.139

Surakarta, 24 Februari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.
NIP. 19920912 201903 1 011

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DEVTANIA PUTRI APRISCA

NIM : 19.52.21.139

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT (TOE) FRAMEWORK*”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Februari 2023



Devtania Putri Aprisca

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DEVTANIA PUTRI APRISCA

NIM : 19.52.21.139

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul "**PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT (TOE) FRAMEWORK***".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari UMKM yang berada di kota Surakarta. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Devtania Putri Aprisca

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri 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 Devtania Putri Aprisca NIM : 19.52.21.139 yang berjudul:

PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT (TOE) FRAMEWORK*

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.

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

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 24 Februari 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc.
NIP. 19920912 201903 1 011

PENGESAHAN

**PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT* PADA
USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT
(TOE) *FRAMEWORK***

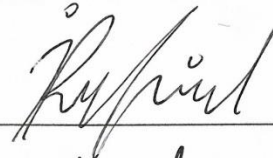
Oleh:

DEVTANIA PUTRI APRISCA
NIM. 19.52.21.139

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah
pada hari Kamis tanggal 06 April 2023 M/ 15 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Dewan penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Mohamad Irsyad, Lc., M.E
NIP. 19900603 201903 1 005



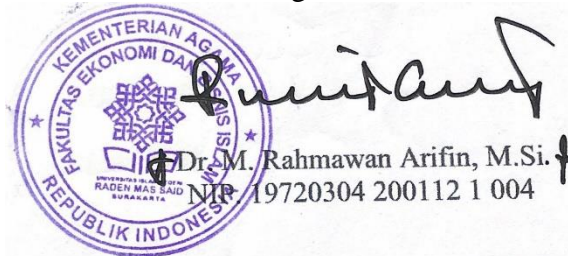
Penguji II
Ade Setiawan, M.Ak., CRA., CRP., CIAP
NIP. 19800712 201403 1 003



Penguji III
Aryani Intan Endah Rahmawati, S.E., M.Sc.
NIP. 19930521 201903 2 012



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

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Janganlah kamu merasa segala sesuatu berjalan dengan terlalu cepat atau terlalu lambat, karena ada waktu yang tepat untuk setiap orang”

(Jennie Kim of Blackpink)

“Tidak ada salahnya jika percaya dengan perasaan-mu dan keputusan-mu yang akan kamu ambil, jangan melulu mendengar perkataan orang lain!”

(Princess Anna of Disney Frozen)

“Jangan mengandalkan segala sesuatu kepada manusia, karena sejatinya *People Come and Go*”

(Devtania)

“*Allah SWT Is My Only Hope*”

(Devtania)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini dengan segenap rasa cinta, doa dan ikhlas kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdir yang Dia berikan saya bisa menjadi pribadi yang ceria, berpikir, berilmu, dan beriman. Semoga satu langkah kecil ini dapat menjadi pijakan langkah yang panjang untuk masa depan dalam mewujudkan mimpi-mimpi saya.
2. Kedua orang tua saya, Almarhum Bapak Sadeno yang sudah tenang di surga dan Ibu Sukatmi yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan kepada saya tanpa terputus dan terimakasih ibu sudah menjadi orang tua tunggal yang hebat selama ini.
3. Teruntuk saudara saya, terutama kedua kakak saya Ika Purniawati, Endra Yuliana dan adik saya Agung Laksono yang selalu memberikan dukungan serta doa untuk menyelesaikan tugas hingga selesai dan juga keluarga besar yang sudah senantiasa mendukung dan memberi doa.
4. Bapak Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi atas kesabaran, masukan dan ilmu yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan semangat dan selalu berpikir positif.
5. Bapak Mohamad Irsyad, Lc., M.E., Bapak Ade Setiawan, M. Ak., CRA., CRP., CIAP dan Ibu Aryani Intan Endah Rahmawati, S.E., M.Sc selaku dosen penguji

skripsi atas waktunya sehingga dapat mempresentasikan hasil penelitian serta saran dan masukan yang telah diberikan.

6. Seluruh dosen pengampu pada Akuntansi Syariah yang telah memberikan ilmu dan juga pengalamannya.
7. Teman seperjuangan S.Akun (Sarjana Akuntansi) Naiska Fitri Pradiva yang selalu menemani dan *men-support* dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Sahabat-sahabat tercinta saya, Amalisa Iswahyuni Arifiyana, Anggi Hanindya Fikadila, Rahmaudina Indira Ertamevia, Muhammad Yusuf AK, Apriliawan Nugroho dan Nuh Muhammad Muhson yang senantiasa memberikan dukungan semangat tanpa henti.
9. Teman-teman Akuntansi Syariah kelas D dan AKS E Profesional angkatan 2019 yang menjadi teman saya berjuang dan bertukar pikiran selama masa kuliah.
10. Dan almamater tercintaku UIN Raden Mas Said Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT selaku Sutradara dalam kehidupan dunia dan akhirat, tidak ada kuasa selain kuasa Allah SWT. *Allahuma Sholli 'ala Sayyidinna Muhammad.* Sholawat serta salam senantiasa penulis lantunkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Hidayah serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “PENGARUH KESIAPAN PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY, ORGANIZATION AND ENVIRONMENT (TOE) FRAMEWORK*” sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Bidang Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari segi waktu, pikiran dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd., selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak H. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Fahri Ali Azhar, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Frank Aligarh, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu, Kakak dan Adik tercinta serta keluarga besar yang telah banyak memberikan doa, cinta, kasih sayang dan dukungan yang sangat luar biasa kepada penulis.
8. Teman-teman Akuntansi Syariah kelas D dan E profesional angkatan 2019.
9. Serta seluruh pihak yang turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, teruntuk semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*, semoga memberikan balasan kebaikan kepada kita semua. *Aamiin Aamiin Ya Robbal Alamin.*

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Surakarta, 24 Februari 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Technology, Organization And Environment (TOE) Framework in adopting mobile payments on firm performance. This study used a purposive sampling technique and data analysis techniques using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). This study used data collection techniques using questionnaires which were distributed to MSMEs in Surakarta City with a total sample of 202 traders.

The results of this study prove that the TOE Framework factors which consist of relative advantage, compatibility, innovativeness and competitive pressure have a positive and significant influence on mobile payment adoption. Mobile payment knowledge and external support have no effect on mobile payment adoption. Mobile payment adoption has a positive and significant effect on firm performance.

Keywords: TOE Framework, Mobile Payment Adoption, Firm Performance.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework* dalam mengadopsi *mobile payment* terhadap *firm performance*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Last Square (SEM-PLS)*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada UMKM di Kota Surakarta jumlah sampel sebanyak 202 pedagang.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor *TOE Framework* yang terdiri *relative advantage, compatibility, innovativeness* dan *competitive pressure* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile payment adoption*. *Mobile payment knowledge* dan *external support* tidak berpengaruh terhadap *mobile payment adoption*. *Mobile payment adoption* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *firm performance*.

Kata Kunci: *TOE Framework, Mobile Payment Adoption, Firm Performance*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRACT	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11

1.6	Manfaat Penelitian	12
1.7	Jadwal Penelitian.....	13
1.8	Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....		15
2.1	Kajian Teori	15
2.1.1	Teori Difusi Inovasi	15
2.1.2	Adopsi <i>Mobile Payment</i>	16
2.1.3	<i>Firm Performance</i>	18
2.1.4	Kerangka Kerja TOE	19
2.1.5	Sistem Informasi Akuntansi dan <i>M-commerce</i>	26
2.2	Hasil Penelitian Yang Relevan	35
2.3	Kerangka Berfikir	42
2.4	Hipotesis.....	43
2.4.1	<i>Relative advantage</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	43
2.4.2	<i>Compatibility</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	44
2.4.3	<i>Innovativeness</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	45
2.4.4	<i>Mobile payment knowledge</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	46
2.4.5	<i>Competitive Pressure</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	47
2.4.6	<i>External Support</i> Terhadap <i>Mobile Payment Adoption</i>	47
2.4.7	<i>Mobile Payment Adoption</i> Terhadap <i>Firm Performance</i>	48
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	50

3.2	Jenis Penelitian.....	50
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.3.1	Populasi.....	50
3.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	51
3.4	Data dan Sumber Data	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Variabel Penelitian.....	52
3.6.1	Variabel Dependen (Y).....	52
3.6.2	Variabel Independen (X)	53
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.8	Instrumen Penelitian	55
3.9	Teknik Analisis Data.....	57
3.9.1	Statistik Deskriptif	57
3.9.2	<i>Structure Equation Modeling (SEM) - Partial Last Square</i>	57
3.9.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
3.9.4	Pengukuran <i>Inner Model</i> atau Model Struktural	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Gambaran Umum Penelitian.....	60
4.2.	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	65
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	65
4.2.2	Uji <i>Outer Model</i>	69
4.2.3	Uji <i>Inner Model</i>	77

4.3. Pembahasan dan Hasil Analisis Data.....	82
BAB V PENUTUP	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	96
5.3. Saran-Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan.....	35
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 4.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengisian Kuesioner Penelitian	60
Tabel 4.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikutsertaan Pelatihan Tentang Sistem Teknologi Akuntansi Dari Pemerintah Atau Swasta	61
Tabel 4.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Pertahun ..	62
Tabel 4.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi	62
Tabel 4.5	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Mobile Payment</i>	63
Tabel 4.6	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jenis <i>Mobile Payment</i>	64
Tabel 4.7	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Relative Advantage</i>	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Compatibility</i>	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Innovativeness</i>	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas <i>Mobile Payment Knowledge</i>	71

Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Competitive Pressure</i>	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas <i>External Support</i>	72
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas <i>Mobile Payment Adoption</i>	72
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas <i>Firm Performance</i>	73
Tabel 4.17	<i>Factor Loading</i> dan AVE	73
Tabel 4.18	<i>Fornell Larcker Criterion</i>	75
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.20	Hasil Uji Determinasi	77
Tabel 4.21	<i>Predictive Relevance</i>	78
Tabel 4.22	Model Fit	79
Tabel 4.23	Hasil Uji Hipotesis	79
Tabel 4.24	Analisis Uji Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Catatan Transaksi Penghasilan	30
Gambar 2.2	Rincian Dana Penghasilan	31
Gambar 2.3	Rincian Pesanan.....	32
Gambar 2.4	Diagram Penjualan Berbasis Data	33
Gambar 2.5	Kerangka Berfikir	43
Gambar 4.1	Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Penelitian	104
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 3	Surat Dinas Koperasi	111
Lampiran 4	Foto Penyebaran Kuesioner Offline	113
Lampiran 5	Hasil Analisis Deskriptif	114
Lampiran 6	Hasil <i>Output SmartPLS 3.0</i>	115
Lampiran 7	Hasil Uji Plagiasi	120
Lampiran 8	Data Mentah Karakteristik Responden	121
Lampiran 9	Hasil Tabulasi Data	140

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami kemajuan dalam mengakses suatu informasi dan kemudahan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Perkembangan internet juga menciptakan inovasi khususnya dalam teknologi keuangan yang dapat mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan berupa *mobile payment*. Perkembangan internet juga berkembang untuk sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan teknologi dapat membuka peluang pasar yang lebih besar bagi pelaku UMKM (Namira, 2022).

Perkembangan teknologi informasi (TI) yang terjadi saat ini membuat pelaku UMKM untuk berinovasi dengan teknologi. Penerapan teknologi Informasi sangat diperlukan agar usaha dapat mengikuti alur perkembangan teknologi informasi oleh pelaku UMKM. Mengikuti perkembangan teknologi informasi saat ini menjadi salah satu alasan di mana pelaku UMKM menerapkan *mobile payment* sebagai alat pembayaran pada usaha mereka. Dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi nantinya dapat diperlukan agar usaha UMKM yang dijalankan tidak ketinggalan zaman (Fawzi & Subriadi, 2022).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yaitu sebesar 6% per tahun yang didorong oleh pemerintah dan lembaga swasta lainnya. Namun, peningkatan tersebut tidak diikuti dengan pengenalan teknologi informasi (TI)

kepada para pelaku usaha. Kebanyakan pelaku usaha masih enggan untuk mengenal teknologi informasi (TI) yang sebenarnya dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi (TI) ini yang menyebabkan pelaku usaha tidak tahu cara membuat produk dengan pemanfaatan teknologi informasi (TI) di dalamnya (Normansyah, 2022).

Riset tentang adopsi teknologi di UMKM sudah banyak dilakukan diantaranya adalah adopsi sosial media Qalati et al., (2021), adopsi big data Maroufkhani et al., (2020);Yadegaridehkordi et al., (2019), adopsi *E-Commerce* Harfie & Lastiati, (2022);Setiyani & Yeny Rostiani, (2021), adopsi TI Fawzi & Subriadi, (2022);(Nair et al., 2019), adopsi QRIS Sulistyaningsih & Hanggraeni, (2021), adopsi *mobile payment system* Mahakittikun et al., (2020);G.-Y. Kwabena et al., (2019); G. Y. Kwabena et al., (2021);Khan & Ali, (2018) dan adopsi sosial media Tajudeen et al., (2018).

Untuk pemanfaatan sistem *mobile payment* pada UMKM di Indonesia mulai terlihat pada pembayaran menggunakan sistem *mobile payment*. Menurut Li et al., (2019) *mobile payment* menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri *fintech* di Indonesia. Hingga saat ini terdapat 246,29 juta rekening bank di seluruh Indonesia, dan hingga Februari 2018 telah terdaftar sebanyak 290 juta kartu seluler di seluruh Indonesia. Sedangkan menurut Adiatama & Lestari, (2020) penggunaan smartphone aktif sudah sangat melebihi kepemilikan akun bank pada masyarakat, hal ini dapat menjadi peluang berkembangnya

penggunaan *mobile payment* di Indonesia dikarenakan secara garis besar instrumen utama dalam transaksi *mobile payment* adalah perangkat seluler.

Menurut Chandra et al., (2020) saat ini konsumen lebih cenderung menggunakan transaksi menjadi online untuk mengurangi kontak fisik dengan orang lain dengan begitu banyak hal yang kini dirasakan secara langsung oleh para pelaku UMKM yang mengalami perubahan metode pembayaran yang mengalami perubahan dan apabila UMKM tidak cepat dan tanggap dalam menghadapi permasalahan tersebut maka UMKM tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Hal tersebut dapat menjadi peluang untuk UMKM agar menggunakan transaksi seluler karena konsumen cenderung menggunakan *cashless*.

Hasil survei yang dilakukan oleh PricewaterhouseCoopers (PwC) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa 47% responden di Indonesia telah menggunakan pembayaran seluler untuk transaksi. Angka ini meningkat 9% dari tahun 2019 yaitu 38%. Hal ini menunjukkan bahwa pembayaran *mobile* sudah menjadi *trend* atau gaya hidup masyarakat di Indonesia. Dan di Indonesia, ada beberapa pembayaran *mobile* yang telah banyak digunakan oleh masyarakat, antara lain Go-Pay, OVO, Dana, PayTren, dan LinkAja. Di antara *m-payment* tersebut, Go-Pay *Brand awareness* mencapai 100% di kalangan milenial. Angka ini mengungguli *m-payment* seperti OVO terkait dengan Grab (96,2%), Dana (50,3%), PayTren (47%), LinkAja (35%) (Widayani et al., 2022).

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor. HM.4.6/428/SET.M.EKON.3/08/2022 menyatakan bahwa dari sekitar 65

juta lebih UMKM, baru 17,25 juta atau kurang lebih 26,5% UMKM yang terhubung ke dalam ekosistem digital didalam usahanya termasuk mengadopsi sistem *m-payment*. Presentase UMKM yang belum terhubung dengan ekosistem digital cukup tinggi yaitu 73,5% dan nilai tersebut perlu diturunkan, seiring dengan perkembangan akseptasi dan preferensi masyarakat terhadap kemudahan bertransaksi digital.

Dari 65 juta UMKM tersebut, tercatat kontribusi terhadap PDB Indonesia kurang dari 60 persen. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, tercatat sekitar 8 juta UMKM yang sudah berinovasi mengadopsi *m-payment* meskipun memang sudah terdapat peningkatan cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Namun Menurut hasil riset Antareza et al., (2023), ada 3 alasan utama UMKM tidak lagi mengadopsi *m-payment* sebagai pilihan utama dalam sistem pembayaran usaha mereka. Pertama, pelaku UMKM merasa takut salah jika mengadopsi *m-payment*. Kedua, pelaku UMKM tidak percaya diri memiliki produk nontunai dan digital, dan ketiga tidak tahu fitur dan cara menggunakan layanan *m-payment*.

Sehingga implementasi *mobile payment* masih dipandang berbeda oleh UMKM sehingga tingkat adopsi belum didukung dengan implementasi yang baik. Masih banyak UMKM di Surakarta yang belum mengerti terhadap teknologi, UMKM menghadapi sejumlah persoalan seperti gagap teknologi, kurangnya inovasi, modal yang terbatas hingga tidak memiliki badan hukum. Masalah ini dapat terjadi karena UMKM lebih mengedepankan penjualan secara manual, terbukti ada 90,96% UMKM di Surakarta tidak menggunakan komputer dalam usahanya, sehingga menyebabkan

kurangnya kesiapan UMKM untuk mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* (Nayati Utami et al., 2020).

Sedangkan menurut Li et al., (2019) saat ini pelanggan lebih sering menggunakan pembayaran secara digital, maka penjual akan meminta pembayaran dengan membuat *QR Code* atau dengan menampilkan tag NFC yang berisi informasi nomor tagihan, jumlah tagihan dan informasi lainnya untuk transaksi, lalu pelanggan memindahkan QR Code melalui aplikasi yang mendukung, namun penggunaan *mobile payment* masih dipandang berbeda oleh UMKM. Karena banyak UMKM yang masih memilih menggunakan metode pembayaran secara tradisional atau menggunakan cash walaupun pembeli sudah banyak yang menggunakan pembayaran digital.

Dalam hal tersebut terdapat beberapa hal yang menjadi pengaruh minat pelaku usaha menggunakan metode *mobile payment* menggunakan kerangka TOE. TOE (teknologi-organisasi-lingkungan) yang dikembangkan Tornatzky & Fleischer, (1990) oleh yaitu teknologi yang menjelaskan bagaimana karakteristik dan ketersediaan teknologi dapat diterapkan pada perusahaan seperti yang berkaitan dengan kompetensi teknologi dan manfaat yang dirasakan. Konteks organisasi mengacu pada karakteristik dan sumber daya perusahaan sedangkan konteks lingkungan terkait dengan industri atau jenis bisnis dan mempertimbangkan pesaing, struktur pasar, pemerintah, dan dukungan eksternal.

Konteks Teknologi (*Technological context*) terdiri dari *Relative advantage* atau keuntungan yang dirasakan merupakan salah satu penentu penting dalam literatur

yang ada tentang pengadopsian teknologi, yang didefinisikan sejauh mana bisnis merasakan manfaat dari menggunakan sistem pembayaran seluler (Mahakittikun et al., 2020). Dalam proses yang dapat memuaskan pelanggan karena menciptakan kenyamanan juga diasumsikan bahwa layanan yang andal dan efektif dapat berdampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis dan manfaat teknologi dapat diukur melalui peningkatan kinerja, efektivitas, penghematan waktu (Asiaei & Nor, 2019).

Compatibility atau kompatibilitas menjelaskan sebagaimana suatu usaha dianggap konsisten dalam mengadopsi sistem pembayaran seluler (Mahakittikun et al., 2020). Kompatibilitas pembayaran seluler didefinisikan sebagai kesamaan proses pembayaran seluler dengan prosedur transaksi yang ada. Oleh karena itu, ketika perusahaan merasa bahwa pembayaran seluler kompatibel dengan sistem pembayaran *mobile payment*, kemungkinan besar mereka akan terus menggunakannya, yang selanjutnya akan menguntungkan kinerja perusahaan mereka.

Selanjutnya Konteks Organisasi (*Organizational context*) terdiri dari *Innovativeness* atau inovasi yakni kemampuan pelaku UMKM menggunakan inovasi bagi usahanya baik dalam meluncurkan proses, produk, atau ide baru (Mahakittikun et al., 2020). Hal itu serupa dengan penelitian Beyhan Yasar et al., (2019) bahwa sebuah perusahaan dapat memperoleh hasil yang luar biasa jika terus meningkatkan inovasinya. Akibatnya, perbaikan berkelanjutan dan proses inovasi di perusahaan dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Mobile payment knowledge atau pengetahuan pembayaran seluler yakni pengetahuan pelaku UMKM dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi pembayaran seluler. Dapat diasumsikan bahwa jika pelaku UMKM yang lebih paham atau mahir tentang penggunaan *mobile payment* maka akan secara efektif dan menghasilkan hasil yang baik bagi pelaku usaha UMKM (Mahakittikun et al., 2020). Penelitian yang dilakukan Nair et al., (2019) menunjukkan pentingnya pengetahuan, terutama selama proses uji coba sistem teknologi baru, di mana pengguna biasanya membutuhkan kompetensi dan pengetahuan saat mereka mempelajari cara menggunakannya.

Kemudian Konteks Lingkungan (*Environmental context*) terdiri dari *Competitive pressure* atau tekanan pesaing dapat dijelaskan sebagai tingkat pesaing yang harus dihadapi para pelaku bisnis (Mahakittikun et al., 2020). Pada penelitian Hou et al., (2019) menjelaskan bahwa perusahaan ritel di dalam toko merasakan tekanan dari kemajuan teknologi dan dipaksa untuk menggunakan teknologi agar tetap kompetitif, persaingan yang ketat dapat memotivasi perusahaan untuk menggunakan inovasi.

External support atau dukungan eksternal dimana menjelaskan dukungan eksternal sebagai bantuan selama proses pengadopsian sistem pembayaran menggunakan *mobile payment* (Mahakittikun et al., 2020). Menurut Eze et al., (2019) bahwa dukungan dari pemerintah dan penyedia pembayaran dapat berdampak positif pada penggunaan berkelanjutan sistem pembayaran seluler dan berdampak pada bisnis mereka. Mengingat bahwa ada dukungan eksternal yang memadai untuk

pedagang selama penggunaan pembayaran seluler, pedagang akan memperoleh manfaat darinya, yang akan mengarah pada kinerja yang lebih baik.

Beberapa penelitian sudah banyak yang menggunakan kerangka TOE sebagai dampak dari pengadopsian penggunaan sistem pembayaran *mobile payment*. Seperti penelitian Eze et al., (2019) bahwa kerangka TOE mempengaruhi pengadopsian penggunaan *Mobile Payment* di Nigeria. Faktor yang tidak mempengaruhi *Mobile Payment* pada *Technological context* adalah *Compatibility* dan pada *Organizational context* adalah *Mobile payment knowledge* sedangkan pada *Environmental context* adalah *cost business growth, differentiation and return on investment*.

Penelitian yang dilakukan Asiaei & Nor, (2019) menggunakan 209 kuesioner yang tersebar di Malaysia dengan hasil penelitian bahwa konteks TOE mempengaruhi adopsi penggunaan *Mobile Payment* di Malaysia. *Competitive pressure* dan *innovativeness* secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengadopsian penggunaan sistem pembayaran *mobile payment*. Sedangkan *Innovativeness* secara signifikan berpengaruh terhadap pengadopsian penggunaan sistem pembayaran *mobile payment*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020) menyebutkan bahwa faktor TOE berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dimana *Relative advantage, Complexity, Compatibility, Innovativeness, Mobile payment knowledge, Critical mass, Competitive pressure, External support* berpengaruh terhadap *Firm Performance*. Dan pada penelitian tersebut menyebutkan *Innovativeness*

berpengaruh positif terhadap *Firm Performance* sedangkan *Critical mass* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *Firm Performance*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kesiapan Penggunaan *Mobile Payment* Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Menggunakan *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kemajuan teknologi memaksa para pelaku usaha untuk merekayasa ulang konsep bisnisnya agar dapat tetap bersaing. Seringkali Inovasi teknologi kerap membuat sebuah bidang pekerjaan menjadi usang, sehingga untuk dapat tetap bertahan maka perusahaan harus terbuka terhadap perubahan teknologi. *M-Payment* merupakan salah satu inovasi teknologi yang menentukan kemajuan usaha.
2. Inovasi teknologi baru membuat UMKM mengadopsi *M-Payment* namun tidak lagi menggunakannya di usaha mereka karena beberapa faktor, yaitu ketidaktahuan akan teknologi baru dan ketidakpercayaan pelaku usaha dalam mengadopsi *M-Payment*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini hanya memfokuskan kepada penelitian, hal ini bertujuan untuk membatasi masalah supaya tidak terlalu luas dan menghindari interpretasi serta kesimpulan yang tidak konsisten. Maka, peneliti hanya akan berfokus pada Pengaruh Kesiapan Penggunaan *Mobile Payment* Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Menggunakan *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?
2. Apakah *compatibility* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?
3. Apakah *innovativeness* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?
4. Apakah *mobile payment knowledge* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?
5. Apakah *competitive pressure* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?
6. Apakah *external support* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*?

7. Apakah *mobile payment adoption* berpengaruh positif terhadap *firm performance*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
2. Untuk mengetahui *compatibility* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
3. Untuk mengetahui *innovativeness* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
4. Untuk mengetahui *mobile payment knowledge* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
5. Untuk mengetahui *competitive pressure* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
6. Untuk mengetahui *external support* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.
7. Untuk mengetahui *mobile payment adoption* berpengaruh positif terhadap *firm performance*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan UMKM di Kota Surakarta mengembangkan sistem pembayaran *mobile payment*, diantaranya dapat menjadikan pengetahuan pada pelaku UMKM mengenai sistem pembayaran *mobile payment*. Seperti diantaranya kepraktisan dan kenyamanan pada saat menggunakan tanpa harus menghabiskan waktu saat melakukan transaksi, menjadikan usaha lebih maju, menganalisis kebiasaan pelanggan dengan mudah, pencatatan laporan keuangan dapat dilakukan dengan otomatis dan lebih akurat karena terdapat jejak akses pembayaran pelanggan yang dapat digunakan untuk mencatat laporan penjualan sehingga penjual bisa mengetahui laporan penjualan lebih efisien. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadikan bahan pertimbangan dan wawasan kepada pelaku UMKM pada sektor dagang di Kota Surakarta dalam pengadopsian teknologi sistem pembayaran *mobile payment*.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penelitian selanjutnya sebagai acuan teoritis dan dapat menjadikan pemahaman mengenai sistem informasi akuntansi mengenai pengadopsian sistem pembayaran *mobile payment* menggunakan kerangka *TOE Framework* pada pelaku usaha dagang UMKM di Kota Surakarta.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Berdasarkan sistematika yang terdapat dalam panduan penulisan ilmiah, maka sistematika dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini memaparkan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini, definisi dari setiap variabel yang digunakan, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian yang digunakan, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, penjelasan variabel penelitian, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan membahas mengenai gambaran umum penelitian, pengujian data, hasil dari analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup akan memaparkan kesimpulan dari interpretasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Difusi Inovasi

Adopsi difusi inovasi atau *Diffusion of Innovation* (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) menggambarkan teori yang menjelaskan tentang pengadopsian TI, teori ini memiliki tujuan dari pengadopsian hingga pemanfaatan agar inovasi teknologi dapat berkembang. Menurut Matias & Hernandez, (2021) teori difusi inovasi menggambarkan pola adopsi, mekanisme difusi dan selanjutnya membantu dan memprediksi keberhasilan inovasi teknologi.

Menurut Oliveira et al., (2014) difusi dibagi menjadi lima faktor yang dapat menjelaskan adopsi inovasi, Yaitu: *relative advantage*, sejauh mana suatu inovasi lebih baik dari generasi sebelumnya. *Compatibility*, sejauh mana suatu inovasi dapat diasimilasi ke dalam proses bisnis, praktik, dan sistem nilai yang ada. *Complexity*, tingkat kesulitan untuk menggunakan inovasi. *Observability*, sejauh mana inovasi terlihat oleh orang lain dan *Trialability*, kemudahan bereksperimen dengan inovasi. DOI sebagian besar didasarkan pada karakteristik teknologi dan persepsi pengguna tentang inovasi.

DOI sebagian besar didasarkan pada karakteristik teknologi dan persepsi pengguna tentang inovasi teknologi. Organisasi adalah entitas yang lebih kompleks daripada individu dalam mengadopsi suatu teknologi. Tiga faktor yang

mempengaruhi adopsi teknologi didalam organisasi adalah Individu (*leadership attitude toward change*), struktur organisasi internal (*centralization, complexity, interconnectedness, number of employees, and the organizational slack*) dan karakteristik eksternal dalam keterbukaan sistem organisasi (Rogers, 2003).

Adopsi inovasi pembayaran non tunai di Indonesia saat ini terus berkembang, sesuai dengan perkembangan layanan *financial technology (fintech)* yang berupa dompet digital atau *mobile payment* berupa Go-pay, OVO, Dana, LinkAja, Paytern, Shopeepay dan lain sebagainya. Berkembangnya *mobile payment* tersebut membuktikan bahwa inovasi layanan *fintech* diterima masyarakat Indonesia terhadap penggunaan non-tunai dan sehingga terbentuk masyarakat yang lebih menggunakan non-tunai dalam ekonominya (Badri, 2020).

Perilaku masyarakat akan berubah secara tidak langsung menekankan pada perkembangan teknologi yang semakin meluas (Houston, 2020). Secara tidak langsung perubahan perilaku masyarakat terjadi karena adanya adopsi inovasi. Adopsi teknologi diberbagai sektor akhirnya merubah perilaku konsumtif masyarakat dari *offline* menjadi *online*. Selain itu adopsi perubahan metode transaksi juga berubah menjadi transaksi digital atau *mobile payment* (Saputri, 2021).

2.1.2 Adopsi Mobile Payment

Mobile payment atau pembayaran seluler dapat didefinisikan sebagai penggunaan telepon seluler yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dari pelanggan ke bisnis, untuk menerima pembayaran seluler dari pelanggan perusahaan

harus memiliki terminal pembayaran atau dompet digital. Setelah pembayaran pelanggan diterima, uang akan disetorkan ke rekening perusahaan sesuai dengan penyedia layanan yang perusahaan gunakan (Mahakittikun et al., 2020).

Menurut Adiatama & Lestari, (2020) *mobile payment* merupakan alternative kemudahan dalam melakukan transaksi yang dapat diakses diberbagai tempat. Platfrom yang digunakan dalam melakukan transaksi menggunakan *mobile payment* rata-rata menggunakan *QR Code*, NFC atau *Near-Field Communication*, dan OTP (*One-Time Password*). *Mobile payment* memiliki tiga fungsi utama, yaitu:

1. Meningkatkan kenyamanan penggunaanya dengan memberikan kemudahan akses untuk memanfaatkan layanan setiap waktu, dengan begitu pembayaran *mobile payment* dapat memberikan keekonomisan penggunaanya untuk menghemat waktu dan uang.
2. Dapat menjadikan peluang persaingan di dunia pembayaran. Pembayaran dengan menggunakan *mobile payment* dapat memberikan layanan baru di pasar perdagangan dan dapat memfasilitasi metode pembayaran yang lebih efisien dengan adanya sistem pembayaran *mobile payment*.
3. Dapat menjadikan pembaruan bagi penyedia jasa layanan dan lembaga keuangan di platfrom digital dengan adanya bisnis baru yang inovatif.

Mobile payment diukur dengan menggunakan indikator (Setiyani & Yeny Rostiani, 2021):

1. Komunikasi antar pelanggan
2. Mitra bisnis

3. Penjualan

2.1.3 Firm Performance

Inovasi teknologi dapat menjadikan nilai tambah bagi suatu perusahaan dimana inovasi pembayaran bertujuan untuk mempermudah proses transaksi pembayaran dan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Penggunaan sistem pembayaran seluler pada UMKM dapat mempercepat proses pembayaran, mempermudah pembayaran, mengurangi biaya penanganan uang fisik dan meningkatkan penjualan (Sulistyaningsih & Hanggraeni, 2021).

Kinerja UMKM adalah suatu pencapaian akhir dalam evaluasi kerja dari pembagian kegiatan tugas dan peran dalam suatu periode perusahaan, kinerja UMKM dapat diketahui dengan menganalisis terhadap pengukuran kinerja UMKM yang dapat dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal (Harfie & Lastiati, 2022). Diera globalisasi saat ini operasi bisnis lebih efektif dan kompetitif, sehingga pengadopsian teknologi dapat meningkatkan proses bisnis dan kinerja UMKM (Hussain et al., 2022).

Ketika pelaku UMKM mengadopsi sistem pembayaran *mobile payment* maka akan mengurangi biaya penanganan uang tunai, meningkatkan penjualan, mempercepat proses pembelian, dan memungkinkan para konsumen untuk melakukan pembayaran kepada siapa saja di mana saja secara mudah (G. Y. Kwabena et al., 2021).

Menurut G.-Y. Kwabena et al., (2019) tiada ekonomi yang tumbuh pesat tanpa memunculkan platform yang fleksibel yang tepat untuk persaingan terutama pada sektor perdagangan, UMKM di negara berkembang harus beralih dari sistem pembayaran berbasis kertas (tunai) ke sistem pembayaran digital yang dapat memungkinkan untuk bersaing dengan perusahaan multinasional. *Firm Performance* diukur dengan menggunakan indikator (Apigian et al., 2005; Tajudeen et al., 2018):

1. *Cost reduction* (Pengurangan Biaya)
2. *Customer relationship Enhancement* (Peningkatan hubungan pelanggan)

2.1.4 Kerangka Kerja TOE

Kerangka kerja TOE (*Technology Organization Environment*) pertama kali dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) yang awalnya berfungsi untuk menjelaskan inovasi teknologi, yaitu proses adopsi dan implementasi teknologi dengan 3 konteks yang berbeda yakni teknologi, organisasi dan lingkungan. Menurut Maroufkhani et al., (2022) TOE (*Technology Organization Environment*) memberikan peran penting perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi teknologi.

Dalam konteks teknologi pada kerangka kerja TOE mencakup berbagai teknologi yang relevan dalam perusahaan sehingga terdapat tiga faktor penting yaitu, kompatibilitas, kompleksitas, dan uji coba (Hussain et al., 2022). Konteks organisasi menjelaskan struktur dan proses dalam organisasi yang memfasilitasi atau membatasi adopsi inovasi (Matias & Hernandez, 2021). Menurut Bhattacharya & Wamba,

(2018) konteks lingkungan mengacu pada lingkungan dimana organisasi menjalankan bisnisnya, mencakup industri dan hubungan dengan mitra bisnis, pesaing, dan pemerintah.

Menurut Chiu et al., (2017) kerangka kerja TOE dibagi menjadi tiga aspek penting untuk mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi menerima inovasi teknologi. Tiga aspek penting tersebut terbagi menjadi faktor teknologi meliputi karakteristik dan kegunaan teknologi inovatif, faktor organisasi berisi isu-isu internal dalam perusahaan seperti manajemen, karyawan, produk dan layanan dan faktor lingkungan melibatkan isu-isu yang ada di bidang bisnis terkait seperti pesaing dan mitra bisnis.

Menurut Tajudeen et al., (2018) kerangka kerja TOE menjelaskan tentang adopsi inovasi teknologi dengan menyediakan tiga kerangka kerja analitis yang dapat digunakan untuk belajar adopsi berbagai jenis inovasi TI, kerangka teknologi menjelaskan teknologi yang sudah ada ataupun baru yang relevan yang digunakan perusahaan, kerangka organisasi mendasari pada ruang lingkup dan ukuran perusahaan, kerangka lingkungan dimana arena perusahaan menjalankan bisnisnya yang mengacu pada industri, pesaing dan hubungan dengan pemerintah.

Kerangka kerja TOE dianggap sebagai konsep yang integratif yang membentuk dasar teoritis untuk adopsi atau difusi platform teknologi inovasi, kerangka kerja ini merujuk pada tiga perspektif konteks teknologi yang mempengaruhi adopsi atau implementasi dari inovasi teknologi (Kumar & Singh, 2022). Kerangka TOE selaras dengan teori difusi inovasi (DOI), namun kerangka

kerja TOE memiliki konteks baru yaitu, lingkungan (*Environment*) sehingga kerangka kerja TOE dianggap lebih lengkap dan baru untuk menjelaskan pengadopsian inovasi teknologi (Tajudeen et al., 2018).

2.1.3.1 Teknologi (*Technology*)

Konteks teknologi meliputi kemampuan internal dan eksternal yang signifikan bagi organisasi. Konteks teknologi dapat berupa alat dan prosedur, karena meluas ke internal dan manfaat eksternal dari konteks teknologi itu sendiri. Konteks teknologi memiliki tujuan untuk meningkatkan *output* dan efisiensi operasional bisnis, variabel internal yang terdapat dalam kinerja teknologi yang diharapkan yaitu pertimbangan sebelum implementasi dan keuntungan atau manfaat yang terkait dengan teknologi (Eze et al., 2021).

Menurut Maroufkhani et al., (2020) konteks teknologi terdiri dari *Relative advantage, Complexity, Compatibility, Uncertainty and Insecurity, Trialability, Observability*. Mahakittikun et al., (2020) berpendapat bahwa konteks teknologi menjelaskan bagaimana karakteristik dan ketersediaan teknologi dapat diterapkan pada perusahaan seperti yang berkaitan dengan kompetensi teknologi dan manfaat yang dirasakan.

a. Keuntungan Relatif (*Relative advantage*)

Keuntungan Relatif merupakan faktor teknologi untuk perusahaan yang dapat dirasakan sebagai penyedia jasa atau layanan (Rogers, 2003). Menurut Khan & Ali, (2018) keuntungan relatif digambarkan bagaimana suatu inovasi dapat bermanfaat.

Keuntungan relatif mirip dengan manfaat yang dirasakan yang merupakan faktor penentu yang menjadi faktor penentu dalam pengadopsian teknologi (Mahakittikun et al., 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keuntungan relatif merupakan pencapaian inovasi teknologi sebagai penyedia layanan dan jasa yang lebih baik dan bermanfaat. *Relative advantage* diukur dengan menggunakan indikator (Moore & Benbasat, 1991) :

1. Efisiensi
 2. Kualitas
 3. Kemudahan Pekerjaan
 4. Keuntungan
- b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian adalah inovasi pada kegiatan bisnis dimana tingkatan dapat konsisten dengan nilai-nilai yang ada dan pengalaman masa lalu terhadap kebutuhan adopsi yang potensial (Rogers, 2003). Menurut Qalati et al., (2021) kesesuaian merupakan sejauh mana teknologi baru yang konsisten dengan praktik sebelumnya dan kebutuhan saat ini disertai dengan nilai sekarang dari UKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesesuaian (*compatibility*) merupakan keadaan adopsi teknologi dimana sudah konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kegiatan adopsi yang potensial, melihat pengalaman masa lalu, saat ini dan keadaan sekarang. *Compatibility* diukur dengan menggunakan indikator (Moore & Benbasat, 1991):

1. Kompatibel
2. Situasi

3. Kecocokan
4. Gaya Kerja

2.1.3.2 Organisasi (*Organization*)

Konteks organisasi menjelaskan struktur dan proses dalam organisasi yang memfasilitasi atau membatasi adopsi inovasi (Matias & Hernandez, 2021). Menurut Kumar et al., (2022) adopsi teknologi tergantung pada karyawan dan pembelajaran mereka serta dukungan dari atasan. Atas dukungan atasan dalam membantu ketersediaan sumber daya untuk adopsi teknologi dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

a. Inovasi (*Innovativeness*)

Inovasi merupakan ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh individu dalam mengadopsi teknologi (Rogers, 2003). Menurut Mahakittikun et al., (2020) inovasi merupakan proses yang melibatkan teknik baru untuk tujuan peningkatan proses manajemen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan proses dalam menentukan ide baru dalam pengadopsi teknologi guna peningkatan proses manajemen. *Innovativeness* diukur dengan menggunakan indikator (Wang & Ahmed, 2004):

1. Pengalaman
2. Pembaruan
3. Perubahan Kinerja
4. Persaingan baru

b. Pengetahuan Pembayaran Seluler (*Mobile Payment Knowledge*)

Pengetahuan pembayaran merupakan pengetahuan terhadap sistem informasi sebagai tingkat pemahaman teknologi bila dibandingkan dengan orang lain dan pengalaman menggunakan sistem pembayaran seluler (Mahakittikun et al., 2020). Menurut Chau & Deng, (2018) semakin banyak pengetahuan pembayaran seluler yang dimiliki maka semakin baik kemampuan mereka dalam mengadopsi teknologi dan penyedia layanan. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pembayaran seluler adalah tingkat pemahaman terhadap pengadopsian teknologi dengan pengetahuan mereka terhadap adopsi inovasi. *Mobile Payment Knowledge* diukur dengan menggunakan indikator (Thong, 1999):

1. Pengetahuan diri
2. Penggunaan teknologi
3. Kualifikasi Pendidikan
4. Pengoprasian

2.1.3.3 Lingkungan (*Environment*)

Konteks lingkungan (*Environmental Context*) Menurut Bhattacharya & Wamba, (2018) konteks yang mengacu pada lingkungan dimana organisasi menjalankan bisnisnya, mencakup industri dan hubungan dengan mitra bisnis, pesaing, dan pemerintah. Menurut Kumar & Singh, (2022) faktor-faktor yang mengacu lingkungan (*Environmental Context*) adalah tekanan kompetitif, persaingan,

potensi pasar, kesiapan pelanggan dan organisasi, persaingan dari layanan yang berbeda.

a. Tekanan Kompetitif (*Competitive Pressure*)

Tekanan kompetitif merupakan reaksi organisasi terhadap tekanan persaingan dan pemenuhan kebutuhan industri (Setiyani & Yeny Rostiani, 2021). Tekanan kompetitif mengacu pada lingkungan eksternal yang mendorong organisasi untuk menggunakan sistem pembayaran seluler, yang merupakan tekanan terhadap perusahaan dari pelanggan, pemasok dan pesaingnya (Maroufkhani et al., 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tekanan kompetitif adalah keadaan perusahaan dalam melakukan persaingan didalam lingkungan yang melakukan kegiatan yang sama. *Competitive Pressure* diukur dengan menggunakan indikator (Premkumar & Roberts, 1999):

1. Kepercayaan
2. Optimisme
3. Kebutuhan
4. Peningkatan usaha

b. Dukungan Eksternal (*External support*)

Dukungan eksternal merupakan ketersediaan dimana dukungan untuk menerapkan dan menggunakan sistem informasi (Yadegaridehkordi et al., 2019). Menurut Chiu et al., (2017) dukungan eksternal faktor utama dalam pengadopsian teknologi, dimana menunjukkan bahwa dukungan eksternal dapat membantu UKM untuk melewati hambatan pengetahuan. Dapat disimpulkan bahwa dukungan

eksternal adalah dukungan dalam menerapkan adopsi inovasi teknologi untuk mengetahui pengetahuan tentang pengadopsian teknologi. *External support* diukur dengan menggunakan indikator (Ifinedo, 2011):

1. Persaingan
2. Pentingnya Teknologi
3. Tuntutan Pelanggan
4. Pengoperasian

2.1.5 Sistem Informasi Akuntansi dan *M-commerce*

Pada saat ini yakni era revolusi industri 4.0 penggunaan teknologi informasi semakin berkembang pesat, termasuk perkembangan di bidang Akuntansi. Program akuntansi menjadi salah satu produk yang sangat bermanfaat bagi pelaku bisnis dalam mencatat kegiatan keuangan dengan menggunakan *mobile*. Kini banyak aplikasi sistem informasi akuntansi berbasis *mobile*, fleksibilitas dari sistem informasi akuntansi tersebut sesuai dengan kebutuhan dari UMKM, pemahaman tentang konsep dasar akuntansi sangat diperlukan dalam menggunakan sistem informasi akuntansi. Aplikasi seluler yang efektif dan juga mudah digunakan oleh UMKM untuk membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi dan laporan keuangan yang dihasilkan (Miftahurrohman & Dewi, 2021). Data menunjukkan bahwa pada tahun 2017 terdapat sekitar 20 juta penduduk di Indonesia melakukan aktivitas berbelanja secara online dan terjadi peningkatan hingga saat ini menyentuh angka 85 juta orang pada tahun 2022 (Lengkong et al., 2021).

Digitalisasi Akuntansi merupakan proses transformasi aktivitas-aktivitas ekonomi keuangan dalam suatu organisasi secara elektronik dengan mengimplementasikan sistem informasi akuntansi didalamnya (Miftah & Febri Sukmawati, 2020). Akuntansi digital dapat diartikan sebagai pencatatan akuntansi menggunakan suatu sistem informasi. Sistem informasi akuntansi yang merupakan suatu sistem yang berfungsi untuk mengorganisasi formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasikan untuk menghasilkan informasi keuangan yang dibutuhkan dalam pembuatan keputusan manajemen dan pimpinan perusahaan dan dapat memudahkan pengelolaan perusahaan (Puspitawati & Anggadini, 2014).

Definisi sistem informasi akuntansi menurut Romney, (2014) adalah sumber daya manusia, alat dan modal dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk persiapan informasi keuangan dan mengumpulkan proses berbagai transaksi perusahaan. (Hall, 2009) memberikan pernyataan tentang hubungan Sistem Informasi Akuntansi dengan transaksi yaitu transaksi dibagi menjadi dua, diantaranya transaksi keuangan dan transaksi non keuangan. Transaksi keuangan adalah sebuah peristiwa ekonomi yang mempengaruhi aset dan ekuitas suatu perusahaan, direfleksikan dalam akun-akunnya, dan diukur dalam satuan moneter. Transaksi non keuangan termasuk dalam semua peristiwa yang diproses oleh sistem informasi perusahaan yang tidak memenuhi definisi sempit dari transaksi keuangan. Sehingga dalam Sistem Informasi Akuntansi tidak hanya mengolah data keuangan saja, data non keuangan juga diikutsertakan karena pengambilan keputusan tidak hanya informasi keuangan saja yang diperlukan, informasi non keuangan tentang suatu kondisi dan

keadaan juga dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Prastika & Purnomo, 2020).

Pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi menggunakan *mobile payment* adalah pencatatan akuntansi yang telah menggunakan teknologi internet dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh penggunanya dan mendapat keuntungan positif dengan menggunakan sistem pencatatan akuntansi berbasis *mobile payment*. Diantaranya keuntungan tersebut adalah dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan, antara perusahaan dengan pelanggan, ataupun juga antara pelanggan (Fang et al., 2018).

Menurut Phillips, (2012) terdapat empat generasi dari aplikasi akuntansi dan terbagi menjadi tiga periode waktu utama, yaitu:

1. Kurun waktu tahun 90-an didominasi oleh software akuntansi yaitu "Windows", ditandai dengan munculnya aplikasi yang padat namun fiturnya mudah digunakan, kegunaanya penting bagi klien. Fitur yang paling menonjol di era ini adalah bahwa pada jurnal akuntansi dan juga laporan berada di bawah kontrol yang ketat dari penggunanya.
2. Kurun waktu tahun 2000-an ditandai dengan dua kategori software akuntansi: "Integrasi" ditandai dengan aplikasi akuntansi menggunakan data yang disimpan secara lokal atau pada server dan "SaaS" ditandai dengan aplikasi multi-tenant berdasarkan database yang kuat disimpan di lokasi yang aman dan secara bersamaan diakses melalui internet oleh kedua klien dan akuntan.

3. Kurun waktu 2010 hingga saat ini muncul software yang dikenal sebagai periode software akuntansi "*Mobile*", penyebab adanya *dash-board* keuangan berbasis internet dan keberadaan aplikasi mobile yang melayani kebutuhan apapun kapanpun.

M-Commerce merupakan suatu yang dapat digunakan untuk jual beli jasa, barang dan juga dapat menjadi informasi antar kalangan yang memanfaatkan perangkat *mobile* dengan menggunakan jaringan nirkabel tanpa ada pembatasan tempat (Lengkong et al., 2021). *M-Commerce* adalah sistem keberlanjutan suatu bisnis dari *E-Commerce*. Yang menjadi pembeda diantara *M-Commerce* dan *E-Commerce* adalah dari cara penggunaannya. *M-Commerce* menggunakan *handphone* (HP) ,PDA,atau dapat juga tablet pc. Sedangkan *E-Commerce* lebih menggunakan laptop ataupun komputer (Dwitasari, 2018).

M-Commerce sangat berkaitan dengan sistem informasi akuntansi (SIA). Karena faktor-faktor yang menjadi pengaruh dari desain sistem informasi akuntansi ialah teknologi informasi dan dalam hal ini yang menjadi pengaruh yaitu *m-commerce*. *M-commerce* merupakan sistem informasi akuntansi yang dapat mengelompokkan dan juga mengintegrasikan data keuangan ataupun data non keuangan dari semua aktivitas transaksi. Di dalam semua transaksi *m-commerce*, perusahaan harus bisa memutuskan kapan pendapatan harus diakui. Apakah akan diakui setelah pembeli memesan barang atau setelah pembeli membayar tagihan dari pemesanan barang. Disinilah peran dari sistem informasi akuntansi berpengaruh penting. Sistem informasi akuntansi (SIA) yang merupakan satu hal atau bahkan lebih

dari serangkaian komponen yang berinteraksi untuk mencapai tujuan yang dari pelaku, prosedur, dan teknologi informasi (Romney & Steinbart, 2014).

Gambar 2.1
Contoh catatan transaksi penghasilan *m-commerce*

The screenshot shows a transaction record on the Shopee platform. At the top, there is a red header with the Shopee logo and the title 'Catatan Transaksi Penghasilan'. Below this, the seller's details are listed on the left, including their name, address (KOTA JAKARTA BARAT - CENGKARENG, DKI JAKARTA), and ID (11730). On the right, the transaction ID (157041181202105) and the period (2021-05-01 to 2021-05-31) are shown, along with the buyer's username, bank name (BRI), and account number (ending in 2).

Below the details, a message states: 'Terima kasih telah menggunakan Shopee. Contoh ringkasan:'. This is followed by a table summarizing the funds released to the seller.

Ringkasan Dana yang Dilepaskan	Jumlah (IDR)
Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual	9,457,322
Ongkir Dibayar Pembeli	1,513,200
Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	-4,040,400
Gratis Ongkir dari Shopee	2,452,000
Biaya Administrasi	-126,727
Biaya Layanan	-381,342
Total Penghasilan	Rp8,874,053

Pada gambar 2.1 diatas, menunjukkan transaksi penghasilan di *e-commerce* yang terdapat rincian keuangan penjual dimana pembelinya membayar dengan menggunakan *mobile payment*. Dalam rincian keuangan tersebut terdapat ringkasan dana yang didapat oleh penjual dengan rincian keuangan yang lengkap, dimana terdapat dana pengurangan biaya administrasi dan biaya layanan hingga total penghasilan. Dan rincian tersebut dalam bentuk laporan keuangan bulanan.

Gambar 2.2
Contoh rincian dana penghasilan *m-commerce*

Rincian Dana Dilepaskan							
Tanggal Dana Dilepaskan	Harga Produk yang Dibayar Pembeli Termasuk Diskon Penjual	Ongkir Dibayar Pembeli	Ongkir yang Diteruskan oleh Shopee ke Jasa Kirim	Gratis Ongkir dari Shopee	Biaya Administrasi	Biaya Layanan	Total Penghasilan (IDR)
01/05/2021	180,004	30,000	-59,000	29,000	-2,486	-7,366	170,152
02/05/2021	243,240	31,000	-91,000	60,000	-3,040	-9,487	230,713
03/05/2021	247,566	10,000	-129,000	119,000	-3,538	-10,307	233,721
04/05/2021	147,280	29,000	-48,000	19,000	-1,841	-5,744	139,695
05/05/2021	363,496	26,000	-106,000	80,000	-4,544	-14,177	344,775
06/05/2021	206,704	28,000	-168,000	140,000	-2,584	-8,062	196,058
07/05/2021	407,578	79,000	-119,000	40,000	-5,958	-17,163	384,457
08/05/2021	458,100	47,000	-220,000	173,000	-5,727	-17,868	434,505
09/05/2021	346,750	54,000	-162,000	93,000	-4,334	-13,524	313,892
10/05/2021	341,124	37,000	-95,000	58,000	-4,264	-13,305	323,555
11/05/2021	447,888	9,000	-77,000	68,000	-5,808	-17,774	424,306
12/05/2021	164,212	30,000	-148,000	118,000	-2,052	-6,405	155,755
13/05/2021	149,186	18,000	-67,000	49,000	-1,864	-5,819	141,503
14/05/2021	249,670	25,000	-100,000	75,000	-3,122	-9,738	236,810
15/05/2021	369,714	87,000	-217,000	130,000	-5,570	-15,810	348,334

Pada gambar 2.2, yang merupakan contoh rincian dana penghasilan *m-commerce* dimana pembelinya membayar dengan menggunakan *mobile payment*. Pada gambar tersebut menjelaskan rincian dana setiap transaksi, dimana terdapat tanggal transaksi yang masuk di sistem dan juga rincian mulai dari harga produk, diskon produk sampai dengan total penghasilan penjual yang sudah di akumulasi didalam sistem.

Gambar 2.3
Contoh rincian pesanan penjual *m-commerce*

The screenshot displays a mobile application interface for a cashier, titled "Daftar Order". The interface includes a search bar, a list of orders, a progress bar, and a product list. The total amount is Rp. 90,000.

No Order	Waktu Order	Jenis Order	Kasir
ADR-156815846-8-017	20 Sep 2020, 14:22	GrabFood	Dita Kasyir
No Urut	Pelanggan	Status Pembayaran	
2	Rudi Setiawan	Belum Lunas	

Progress Bar: Pesanan Diterima → Driver Sampai → Dikirim → Pesanan Selesai

Order Produk	Amount
1 Bali Kintamani Pack	30,000
1 Aceh Gayo Diskon 10%	30,000 (1,600)
1 Mutho Brown Sugar Diskon 10%	30,000 (1,600)
Total	Rp. 90,000

Pada gambar 2.3, menjelaskan contoh rincian pesanan penjual *m-commerce* di aplikasi kasir milik penjual dimana pada gambar diatas menunjukkan rincian yang di pesan oleh pembeli melalui aplikasi *m-commerce*. Terdapat rincian yang lengkap terdapat nomor order, waktu order, nama penjaga kasir hingga status pembayaran yang dilakukan oleh pembeli.

Gambar 2.4
Contoh diagram perancangan penjualan berbasis data



Pada gambar 2.4 menjelaskan tentang diagram perancangan penjualan berbasis data saat penjual adopsi *m-payment* dapat dijelaskan sebagai berikut (Karismariyanti, 2014):

- Kode-kode akun yang dibutuhkan dalam akuntansi, kode tersebut dibutuhkan untuk setiap transaksi yang kemudian akan disimpan dalam entitas akun.
- Entitas berupa obyek yang menggambarkan suatu kejadian transaksi. Berupa penjualan, pembelian dengan sistem, *deposit* dan *refund*. Dari semua kejadian tersebut, sehingga didefinisikan atas adanya nomor kejadian dan tanggal

kejadian. Karena adanya data yang serupa maka dapat dilakukan generalisasi dan sehingga terbentuk entitas transaksi.

- c. Jurnal akuntansi muncul akibat adanya relasi antara entitas transaksi dengan entitas akun.
- d. Entitas menu digunakan untuk menyimpan semua data makanan dan minuman (penjualan). Setiap makanan dan minuman dalam menu penjualan terdapat kode tersendiri. Sehingga menu diidentifikasi dengan atribut status berlaku sebagai penanda menu masih ditawarkan atau tidak. Dan apabila terjadi perubahan harga menu maka akan terdapat perubahan pada data yang sama.

Tinjauan Sistem Informasi Akuntansi terhadap penjualan tunai dan penjualan dengan menggunakan adopsi *m-payment*:

Jurnal merupakan pencatatan kejadian sampai transaksi dalam posisi keuangan disuatu perusahaan. Dalam penjualan tunai, kas bertambah di sebelah debet (dr) dan penjualan bertambah disebelah kredit (cr) (Mursyidi, 2010). Sedangkan pada penjualan yang mengadopsi *m-payment* tidak hanya dipengaruhi oleh dua akun tersebut, namun menggunakan *deposit*, *refund* dan penjualan dengan kartu elektronik (Karismariyanti, 2014).

- a. *Deposit* merupakan layanan pelanggan dalam melakukan pembayaran dimuka dalam melakukan transaksi (Iyer, 2012). Maka, kas bertambah disisi debet (dr) dan hutang deposit bertambah disisi kredit (cr).

- b. *Refund* merupakan pengambilan saldo yang berasal dari *deposit* atau melakukan pembayaran negatif dari sisa saldo (Iyer, 2012). Maka, hutang *deposit* berkurang disisi debit (dr) dan kas berkurang kredit (cr).
- c. Penjualan dengan kartu elektronik atas sejumlah barang atau jasa, pembayaran dilakukan dengan mengurangi jumlah *deposit* yang dimiliki pembeli (Iyer, 2012). Maka, hutang *deposit* berkurang disisi debit (dr) dan penjualan bertambah kredit (cr).

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Untuk memperkuat hasil penelitian ini, maka tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian-penelitian berikut ini merupakan penelitian yang berkaitan dengan kerangka kerja TOE:

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>The impact of technological-organizational-environmental (TOE) factors on firm performance: merchant's perspective of mobile payment from Thailand's retail and service firms</i> (Mahakittikun et al., 2020)	Variabel Independen: <i>Technological context: (Relative advantage, Complexity, Compatibility)</i> <i>Organizational context: (Innovativeness, Mobile payment knowledge)</i> <i>Environmental context: (Critical mass, Competitive pressure, External support)</i> Variabel Dependen: <i>Firm Performance (Cost reduction, Sale increase, Operational improvement, Customer relationship enhancement)</i>	<i>Relative advantage, innovativeness, mobile payment knowledge, critical mass, competitive pressures dan external supports</i> dapat memprediksi <i>Firm Performance</i> Variabel <i>Innovativeness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Firm Performance</i> Variabel <i>critical mass</i> ditemukan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap <i>Firm Performance</i>

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
2.	<p><i>Examining the Factors Affecting SME Performance : The Mediating Role of Social Media Adoption</i></p> <p>(Qalati et al., 2021)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological Impact: (Relative advantage, Compatibility, Visibility, Interactivity)</i> <i>Organizational Impact: (Internal Characteristics Of Firms, Such As Employees, Size, Turnover, Managerial Structure, Related Issues)</i> <i>Environmental Impact: (Consumer Pressure, Trading Partner Pressure, Competitive Enforcement, Vendor Support)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Social Media Adoption</i></p> <p>Variabeln Dependen: <i>SMEs Performance</i></p>	<p><i>Technological Impact, Organizational Impact, dan Environmental Impact</i> memiliki peran yang efektif terhadap pengadopsian media sosial terhadap kinerja perusahaan</p> <p>Variabel Mediasi <i>Social Media Adoption</i> secara positif memediasi hubungan antara <i>Technological Impact, Organizational Impact, Environmental Impact</i> dan <i>SMEs Performance</i></p>
3.	<p><i>Big data analytics adoption: Determinants and performances among small to medium-sized enterprises</i></p> <p>(Maroufkhani et al., 2020)</p>	<p>Variabeln Dependen: <i>Technological Factors: (Relative advantage, Complexity, Compatibility, Uncertainty and Insecurity, Trialability, Observability)</i> <i>Organizational Factors: (Top Management Support, Organizational Readiness)</i> <i>Environmental Factors: (Competitive Pressure, External Support, Government regulation)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Big Data Analytics Adoption</i></p> <p>Variabeln Dependen: <i>Financial Performance (Y1)</i> <i>Market Performance (Y2)</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel <i>Complexity, Uncertainty And Insecurity, Trialability, Observability, Top Management Support, Organizational Readiness, dan External Support</i> memiliki hubungan yang signifikan terhadap <i>Big Data Analytics Adoption</i></p> <p>Variabel <i>External Support, Top Management Support</i> dan <i>Organizational Resources</i> terhadap <i>Big Data Analytics Adoption</i></p> <p>Variabel <i>Complexity</i> dan <i>Uncertainty And Insecurity</i> berpengaruh negatif</p>

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
			<p>terhadap <i>Big Data Analytics Adoption</i></p> <p>Variabel mediasi <i>Big Data Analytics Adoption</i> berpengaruh positif terhadap <i>Financial Performance</i> dan <i>Market Performance</i></p>
4.	<p>Adopsi Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta)</p> <p>(Harfie & Lastiati, 2022)</p>	<p>Variabel Independen: Faktor Teknologi Faktor Inovasi Faktor Lingkungan</p> <p>Variabel Mediasi: Adopsi <i>E-Commerce</i></p> <p>Variabel Dependen: Kinerja UMKM</p>	<p>Variabel Faktor Teknologi, Inovasi dan Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i></p> <p>Adopsi <i>E-Commerce</i> secara positif memediasi Kinerja UMKM</p>
5.	<p>Dampak Adopsi TI Terhadap Kinerja Perusahaan Multinasional</p> <p>(Fawzi & Subriadi, 2022)</p>	<p>Variabel Independen: Faktor Teknologi (Keuntungan yang dirasakan, Keunggulan yang dirasakan) Faktor Organisasi (Dukungan Manajemen Puncak, Ukuran Perusahaan) Faktor Lingkungan (Tekanan Pesaing, Regulasi dan Dukungan Perusahaan)</p> <p>Variabel Mediasi: Adopsi TI</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan Multinasional</p>	<p>Variabel Faktor Teknologi, Organisasi dan Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi TI</p> <p>Adopsi TI secara positif memediasi Kinerja Perusahaan Multinasional</p>
6.	<p><i>Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case</i></p>	<p>Variabel Independen: <i>Technology:</i> (Compatibility, Perceived Usefulness, Complexity, Security Concern, Relative Advantage) <i>Organization:</i></p>	<p>Variabel <i>Compatibility, Perceived Usefulness, Complexity, Security Concern, Relative Advantage</i> memiliki hasil signifikan terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i></p>

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	<p><i>Study in Karawang, Indonesia</i></p> <p>(Setiyani & Yeny Rostiani, 2021)</p>	<p><i>(Cost, Organization Readiness, Organization Size, Organization Culture, Top Management Support) Environment: (Government support, Competitive Pressure, Environmental Uncertainly, Vendor Quality)</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>Adopsi E-Commerce</i></p>	<p>Variabel <i>Cost, Organization Readiness, Organization Size, Organization Culture, Top Management Support</i> memiliki hasil signifikan terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i></p> <p>Variabel <i>Government support, Competitive Pressure, Environmental Uncertainly, Vendor Quality</i> memiliki hasil signifikan terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i></p> <p>Variabel <i>Technology</i> tidak signifikan dalam Adopsi <i>E-Commerce</i> namun variabel <i>Organization</i> dan <i>Environment</i> memiliki hasil signifikan terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i></p>
7.	<p><i>The Impact of Technological, Organizational, Environmental Factors on The Adoption of QR Code Indonesian Standard and Micro Small Medium Enterprise Performance</i></p> <p>(Sulistyaningsih & Hanggraeni, 2021)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological Factors Organizational Factors Environmental Factors</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Adoption Of QRIS</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>SMEs Performance</i></p>	<p>Variabel <i>Organizational Factors</i> dan <i>Environmental Factors</i> menunjukkan dengan signifikan mempengaruhi <i>Adoption Of QRIS</i> sedangkan <i>Technological Factors</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Adoption Of QRIS</i></p> <p>Variabel <i>Adoption Of QRIS</i> menunjukkan dengan signifikan mempengaruhi <i>SMEs Performance</i></p>
8.	<p><i>Effects of a Technological-Organizational-Environmental Factor on the</i></p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological Factors (Relative advantage, Compatibility) Organizational Factors</i></p>	<p>Variabel <i>Technological Factors Relative advantage, Compatibility, Organizational Factors (Top Management Support</i></p>

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	<p><i>Adoption of the Mobile Payment System</i></p> <p>(G. Y. Kwabena et al., 2021)</p>	<p><i>(Top Management Support Employee's, Employee's readiness)</i></p> <p><i>Environmental Factors (Social Influence, Competitive Pressure)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Adoption of mobile payment system</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>SMEs Performance</i></p>	<p><i>Employee's, Employee's readiness)</i></p> <p><i>, Environmental Factors (Social Influence, Competitive Pressure)</i></p> <p>secara signifikan berpengaruh terhadap <i>Adoption of mobile payment system</i></p> <p>Variabel mediasi <i>Adoption of mobile payment system</i> secara positif dan signifikan mempengaruhi <i>SMEs Performance</i></p>
9.	<p><i>Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana</i></p> <p>(G.-Y. Kwabena et al., 2019)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological Construct (Ease of use, Relative advantage)</i></p> <p><i>Organizational Construct (Top Management Support)</i></p> <p><i>Environmental Construct (Social Influence, Competitive Pressure)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Use of Digital Payment System</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>SMEs Performance</i></p>	<p>Semua variabel TOE Framework secara signifikan mempengaruhi pengadopsian <i>Digital Payment System</i></p> <p>Variabel mediasi <i>Use of Digital Payment System</i> secara positif dan signifikan mempengaruhi <i>SMEs Performance</i></p>
10.	<p><i>The Impact of Big Data on Firm Performance in Hotel Industry</i></p> <p>(Yadegaridehkordi et al., 2019)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technology: (Complexity, Compatibility, Relative advantage, Cost of adoption)</i></p> <p><i>Organization: (Management support, Organizational resource, Organization size)</i></p> <p><i>Environment: (External pressure, External support, Security and privacy concerns)</i></p> <p><i>Human:</i></p>	<p>Variabel TOE yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Big data adoption</i> adalah <i>Compatibility, Relative advantage, Management support, Organizational resource, Organization size, External pressure, External support, Change efficacy</i> dan <i>IT expertise</i>. namun variabel yang berpengaruh negatif terhadap adalah <i>Big data</i></p>

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		<p><i>(Change efficacy, IT expertise)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Big data adoption</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>Firm performance</i></p>	<p><i>adoption adalah Complexity, Cost of adoption, Security and privacy concerns</i></p> <p>Variabel <i>Big data adoption</i> menunjukkan dengan signifikan mempengaruhi <i>Firm Performance</i></p>
11.	<p><i>Critical determinants for mobile commerce adoption in Vietnamese SMEs: A conceptual framework</i></p> <p>(Chau & Deng, 2018)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological context: (Perceived Benefits, Perceived Compatibility, Perceived Complexity, Perceived Security, Perceived Costs)</i> <i>Organizational context: (Employees' IT Knowledge, Organizational Readiness, Strategic Orientation, Top management support)</i> <i>Environmental context: (Competitive Pressure, Customer Pressure, Government Support)</i></p> <p>Variabel Dependen: <i>M-commerce adoption</i></p>	<p>Variabel <i>Perceived Benefits, Perceived Complexity, Perceived Security, Employees' IT Knowledge, Organizational Readiness, Strategic Orientation, Top management support, Competitive Pressure, Customer Pressure, Government Support</i> berpengaruh positif terhadap <i>M-commerce adoption</i></p> <p>Variabel <i>Perceived Compatibility, Perceived Costs</i> berpengaruh negatif terhadap <i>M-commerce adoption</i></p>
12.	<p><i>Understanding the impact of social media usage among organizations</i></p> <p>(Tajudeen et al., 2018)</p>	<p>Variabel Independen: <i>Technological context: (Relative advantage, Compatibility, Cost, Structural assurance, Interactivity)</i> <i>Organizational context: (Top management, Entrepreneurial orientation)</i> <i>Environmental context: (Institutional pressures)</i></p> <p>Variabel Mediasi: <i>Social Media Use</i></p> <p>Variabel Dependen:</p>	<p>Variabel <i>Relative advantage, Structural assurance, Entrepreneurial orientation</i> dan <i>Institutional pressures</i> memiliki hasil signifikan dan positif terhadap <i>Social Media Use</i></p> <p>Variabel <i>Compatibility, Cost, Interactivity, Top management</i> memiliki hasil negatif terhadap <i>Social Media Use</i></p>

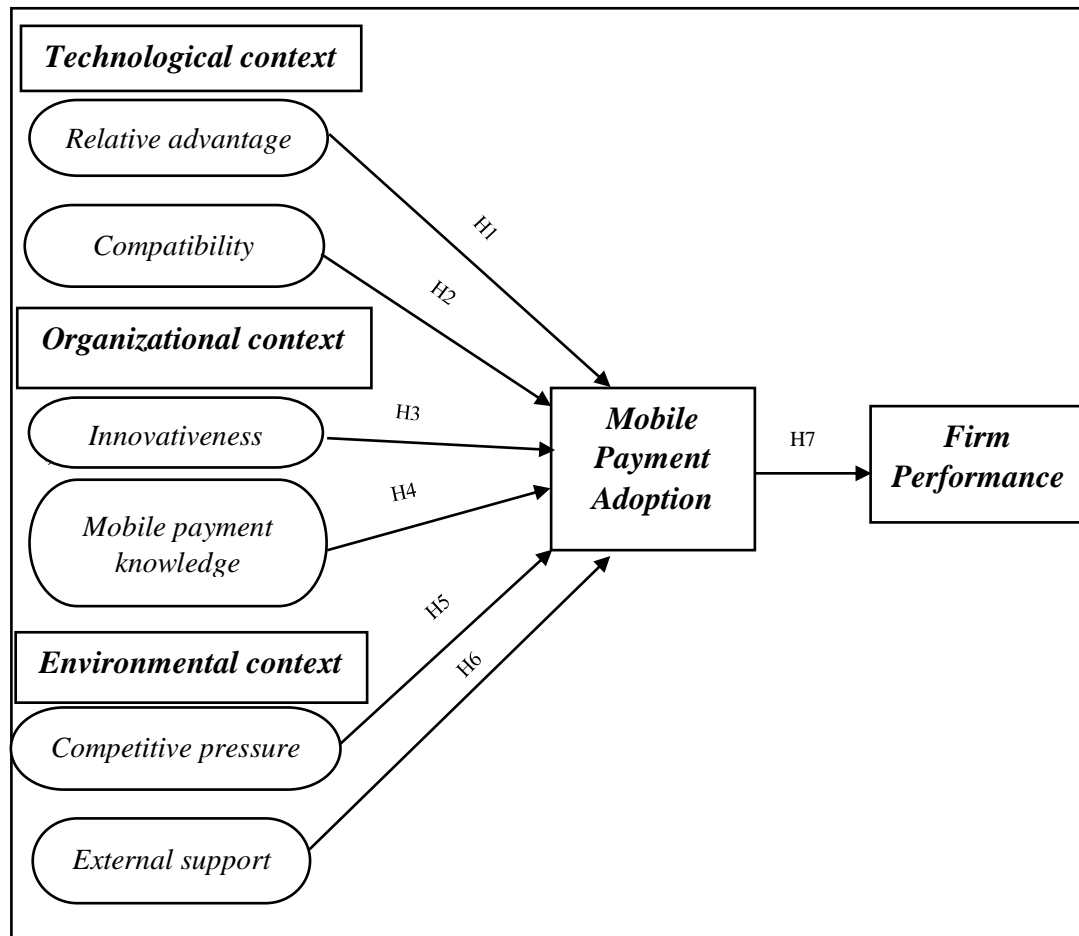
No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		<i>Organizational Impact</i>	Variabel <i>Social Media Use</i> menunjukkan dengan signifikan mempengaruhi <i>Organizational Impact</i>
13.	<i>Factors Affecting Retailer's Adoption of Mobile Payment Systems: A SEM-Neural Network Modeling Approach</i> (Khan & Ali, 2018)	Variabel Independen: <i>Technological:</i> (Relative Advantages, Customization, And Compatibility) <i>Organizational:</i> (Technological Competency, Facilitating Conditioning, Top Management Support) <i>Environmental:</i> (Competitive Pressure, External Pressure, Critical Mass) <i>Personal:</i> (Owner's Ability, Owner's Innovativeness) Variabel Dependen: <i>Mobile Payment Adoption</i>	<i>External pressure dan relative advantages</i> menunjukkan dengan signifikan dan positif mempengaruhi <i>Mobile Payment Adoption</i>
14.	<i>Readiness factors for information technology adoption in SMEs: testing an exploratory model in an Indian context</i> (Nair et al., 2019)	Variabel Independen: <i>External environment:</i> (customers, suppliers, government) <i>Technological Infrastructure:</i> (Implementation Of IT Infrastructure, Intensity Of Information Requirement) <i>Organisational:</i> (business size, owner's age, innovativeness, attitude, IT knowledge) Variabel Dependen: <i>IT readiness in SMEs</i>	Variabel <i>customers, owner's attitude, IT knowledge</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>IT readiness in SMEs</i> Variabel <i>suppliers, government</i> memiliki hasil negatif terhadap <i>IT readiness in SMEs</i>
15.	<i>An integrated perspective of TOE framework and innovation diffusion in broadband mobile applications</i>	Variabel Independen: <i>Technology Context:</i> (Relative advantage, Complexity, Compatibility, Trialability, Observability) <i>Organization Context:</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor TOE secara signifikan mempengaruhi pengadopsian aplikasi seluler

No	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	<i>adoption by enterprises</i> (Chiu et al., 2017)	<i>(Information Intensity, Management Support, Employees' Knowledge, Absorptive Capability)</i> <i>Environment Context: (Competitive Pressure, Business Partner, External Support, Government Support)</i> Variabel Dependen: <i>Mobile Applications Adoption</i>	

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir digunakan untuk menggambarkan pengaruh kerangka kerja TOE (*Technology, Organization And Environment*) (X) yang terdiri dari 3 konteks yaitu *Technological context (Relative advantage dan Compatibility)*, *Organizational context (Innovativeness dan Mobile payment knowledge)* dan *environmental context (competitive pressure dan external support)* dan *mobile payment adoption* terhadap *Firm Performance* (Y). Dalam penelitian ini menggunakan model satu arah dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 2.4
Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis

2.4.1 *Relative advantage Terhadap Mobile Payment Adoption*

Berdasarkan teori difusi inovasi (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) *Relative advantage* atau keuntungan yang dirasakan dimana berfokus pada keuntungan yang diharapkan dari penggunaan teknologi tertentu. Dimana penggunaan adopsi teknologi diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi

organisasi, termasuk manfaat informasi seperti kemudahan memperoleh input data dari pelanggan (Tajudeen et al., 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020) menyatakan bahwa *Relative advantage* dalam pengadopsian *mobile payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Firm Performance*. *Relative advantage* merupakan pencapaian dampak penggunaan teknologi sebagai penyedia jasa lebih baik ataupun belum dari metode sebelumnya, sehingga ketika UMKM menyadari keuntungan relatif dari pengadopsian *mobile payment* dapat membantu menghemat waktu dan biaya, akan lebih banyak menggunakan layanan yang intensif dan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pendapat itu didukung oleh Qalati et al., (2021) (adopsi sosial media), Maroufkhani et al., (2022) (adopsi *big data*) dan G. Y. Kwabena et al., (2021) (adopsi *mobile payment*). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H1 : *Relative advantage* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.2 *Compatibility Terhadap Mobile Payment Adoption*

Berdasarkan teori difusi inovasi (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) *Compatibility* atau kompatibilitas adalah karakteristik dalam pengadopsian teknologi sebagai pendorong keputusan untuk konsisten dalam mengadopsi sistem teknologi baru. Oleh karena itu, ketika perusahaan merasa bahwa pembayaran seluler kompatibel dengan sistem pembayaran *mobile payment*, kemungkinan besar mereka akan terus menggunakannya, yang selanjutnya akan menguntungkan kinerja perusahaan mereka.

Penelitian Khan & Ali, (2018) menyatakan bahwa *Compatibility* memiliki pengaruh besar dalam pengadopsian *mobile payment*. Kesesuaian (*compatibility*) merupakan keadaan adopsi teknologi dimana sudah konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kegiatan adopsi yang potensial, melihat pengalaman masa lalu, saat ini dan keadaan sekarang. Sehingga ketika UMKM mengadopsi sistem pembayaran menggunakan *mobile payment* dan dianggap kompatibel dengan usahanya, maka mereka akan cenderung untuk terus menggunakannya dan sehingga meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Pendapat itu didukung oleh Setiyani & Yeny Rostiani, (2021), Yadegaridehkordi et al., (2019). Namun penelitian yang dilakukan Tajudeen et al., (2018) dan Chau & Deng, (2018) memiliki hasil yang negatif terhadap pengadopsian teknologi. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H2: *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.3 *Innovativeness Terhadap Mobile Payment Adoption*

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) *Innovativeness* yakni kemampuan dalam menggunakan inovasi baru untuk melakukan inovasi lebih lanjut dalam perusahaan. Menurut Beyhan Yasar et al., (2019) bahwa sebuah perusahaan dapat memperoleh hasil yang luar biasa jika terus meningkatkan inovasinya. Akibatnya, perbaikan berkelanjutan dan proses inovasi di perusahaan dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020) menyatakan bahwa *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance*. *Innovativeness*

merupakan proses dalam menentukan ide baru dalam pengadopsi teknologi guna peningkatan proses manajemen. Karena inovasi menyiratkan bahwa perusahaan yang terus meningkatkan proses akan mencapai hasil yang lebih baik terhadap kinerja perusahaan. Pendapat itu didukung pada penelitian Beyhan Yasar et al., (2019) yang menunjukkan bahwa keseimbangan proses inovasi dan perbaikan terus-menerus dapat memberikan kinerja keuangan perusahaan yang luar biasa. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H3: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.4 *Mobile payment knowledge Terhadap Mobile Payment Adoption*

Mobile payment knowledge atau pengetahuan pembayaran seluler dapat menaikkan tingkat pemahaman terhadap pengadopsian teknologi dengan pengetahuan mereka terhadap adopsi inovasi (L.G. Tornatzky, 1990). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020), Nair et al., (2019), Chau & Deng, (2018), Chiu et al., (2017) yang menyatakan bahwa bahwa perusahaan yang lebih berpengetahuan tentang penggunaan sistem pembayaran *mobile payment* akan menerapkannya secara efektif dan menghasilkan hasil yang positif bagi bisnis mereka. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H4: *Mobile payment knowledge* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.5 *Competitive Pressure Terhadap Mobile Payment Adoption*

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) *Competitive pressure* atau tekanan pesaing dapat dijelaskan sebagai tingkat pesaing yang harus dihadapi para pelaku bisnis. Pada penelitian (Hou et al., 2019) menjelaskan bahwa perusahaan ritel di dalam toko merasakan tekanan dari kemajuan teknologi dan dipaksa untuk menggunakan teknologi agar tetap kompetitif, persaingan yang ketat dapat memotivasi perusahaan untuk menggunakan inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020) menyatakan bahwa *Competitive Pressure* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance*. *Competitive Pressure* merupakan keadaan dimana perusahaan dalam melakukan persaingan didalam lingkungan yang melakukan kegiatan yang sama. Dan kekuatan pelanggan dapat mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan sistem sehingga akan berdampak terhadap kinerja bisnis. Pendapat itu didukung oleh Maroufkhani et al., (2020) dan Kwabena et al., (2021) pesaing dapat memotivasi pemilik usaha untuk berhasil dan secara profesional dalam bisnis dalam menegakkan tekanan kompetitif di perusahaan. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H5: *Competitive Pressure* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.6 *External Support Terhadap Mobile Payment Adoption*

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) *External support* atau dukungan eksternal dimana menjelaskan dukungan eksternal sebagai bantuan selama proses pengadopsian sistem pembayaran menggunakan

mobile payment. Menurut (Eze et al., 2019) bahwa dukungan dari pemerintah dan penyedia pembayaran dapat berdampak positif pada penggunaan berkelanjutan sistem pembayaran seluler dan berdampak pada bisnis mereka. Mengingat bahwa ada dukungan eksternal yang memadai untuk pedagang selama penggunaan pembayaran seluler, pedagang akan memperoleh manfaat darinya, yang akan mengarah pada kinerja yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Kwabena et al., (2019) menyatakan bahwa *External Support* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance*. *External Support* merupakan dukungan dalam menerapkan adopsi inovasi teknologi untuk mengetahui pengetahuan tentang pengadopsian teknologi (Mahakittikun et al., 2020). Yang artinya dukungan eksternal yang memadai untuk pedagang selama penggunaan pembayaran seluler, pedagang akan memperoleh manfaat dari penggunaan pembayaran seluler yang akan mengarah pada kinerja yang lebih baik. Pendapat itu didukung oleh Kwabena et al., (2019) dan Sulistyaningsih & Hanggraeni, (2021). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H6: *External Support* berpengaruh positif terhadap *Mobile Payment Adoption*

2.4.7 Mobile Payment Adoption Terhadap Firm Performance

Mobile payment atau pembayaran seluler dapat didefinisikan sebagai penggunaan telepon seluler yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dari pelanggan ke bisnis, untuk menerima pembayaran seluler dari pelanggan perusahaan harus memiliki terminal pembayaran atau dompet digital (Mahakittikun et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh G. Y. Kwabena et al., (2021) menyatakan bahawa *Mobile Payment Adoption* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance*. *Mobile payment adoption* merupakan keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik dan alternatif bagi UMKM agar dapat mengurangi biaya, mengefisiensi waktu dan memberikan lebih banyak waktu untuk kegiatan bisnis dibandingkan dengan menunggu antrean dalam melakukan transaksi, mengurangi kemungkinan pencurian dan kerugian kesehatan yang timbul karena memegang uang tunai, dan meningkatkan bisnis dan transaksi internasional. Pendapat itu didukung oleh Sulistyaningsih & Hanggraeni, (2021), Maroufkhani et al., (2022) dan Qalati et al., (2021). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini:

H7: *Mobile Payment Adoption* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance*

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Proses penyusunan proposal dimulai pada tanggal 8 Agustus 2022 sampai terselesaikannya penelitian ini. Wilayah penelitian ini adalah UMKM di Kota Surakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, (2017:23) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif menurut Sekaran & Bougie, (2017:76) adalah metode ilmiah dimana datanya berbentuk angka atau bilangan yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan perhitungan statistika ataupun matematika.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang dan kejadian atau hal yang ingin diinvestigasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sekaran & Bougie, 2017:121). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Surakarta yang menggunakan sistem pembayaran

menggunakan metode *mobile payment* dan minimal dalam penggunaan metode pembayaran 1 bulan terakhir sejak kuesioner dibagikan.

3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dimana terdiri atas anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran & Bougie, 2017:54). Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel menurut Hair et al., (2017), yang sebaiknya ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 atau lebih besar dengan rasio 10:1. Dengan rumus: $N = (5-10 \times \text{jumlah variabel } manifest \text{ (indikator)})$, dimana dalam penelitian ini terdapat 30 indikator. Sehingga jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak $5 \times 30 \text{ indikator} = 150 \text{ sampel}$.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan menggunakan kriteria sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Pelaku UMKM di Kota Surakarta yang aktif dalam penggunaan *mobile payment* sebagai transaksi pembayaran.
- 2) Pelaku UMKM yang menggunakan *mobile payment* minimal 1 bulan sejak kuesioner dibagikan.
- 3) UMKM yang bergerak di lingkup perdagangan.

3.4 Data dan Sumber Data

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti yang terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu

dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017:112). Sumber data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada UMKM yang bergerak di lingkup perdagangan dan menggunakan *mobile payment* sebagai alat pembayaran yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner. Kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan yang kemudian akan dijawab oleh responden (Sekaran & Bougie, 2017:112). Kuesioner ini diberikan secara langsung kepada UMKM yang bergerak di lingkup perdagangan dan menggunakan *mobile payment* sebagai alat pembayaran.

Kuesioner ini berisi pertanyaan dan pernyataan yang tersusun. Responden menjawab dengan memberikan penilaian pada jawaban yang telah dipilih oleh responden dengan skala *likert*. Pertanyaan yang ada dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya dan dari beberapa jurnal yang relevan dalam proses penyusunan penelitian ini.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel utama yaitu variabel dependen (terikat), variabel independen (bebas).

3.6.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen merupakan variabel utama yang sesuai dalam investigasi dan menjadi perhatian utama dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017:79).

Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Firm Performance* yang terdiri dari *Cost reduction* dan *Customer relationship Enhancement*.

3.6.2 Variabel Independen (X)

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat baik secara positif ataupun negatif (Sekaran & Bougie, 2017:79). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework* yang terdiri dari 3 konteks yaitu *Technological context (Relative advantage dan Compatibility)*, *Organizational context (Innovativeness dan Mobile payment knowledge)* dan *Environmental context (Competitive pressure dan External support)* dan *Mobile payment adoption*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional yang digunakan pada penelitian ini digambarkan oleh tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Firm Performance</i> (Y)	<i>Firm Performance</i> adalah pengaruh kinerja UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran seluler, seperti peningkatan penjualan, peningkatan pengembalian pasar, pertumbuhan investasi, dan laba atas investasi dari tahun ke tahun.	1. <i>Cost reduction</i> (Pengurangan Biaya) 2. <i>Customer relationship Enhancement</i> (Peningkatan hubungan pelanggan)	Skala Likert 1-5

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
		(Tajudeen et al., 2018)	(Apigian et al., 2005; Tajudeen et al., 2018)	
2.	<i>Technological context</i> <i>Relative advantage (X1)</i> <i>Compatibility (X2)</i>	<i>Relative advantage</i> adalah manfaat yang dirasakan atau kegunaan yang dirasakan dalam pengadopsian teknologi. <i>Compatibility</i> adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi potensial. (Moore & Benbasat,1991)	Efisiensi, Kualitas, Kemudahan Pekerjaan, dan Keuntungan. Kompatibel, Situasi, Kecocokan, dan Gaya Kerja. (Moore & Benbasat, 1991)	Skala Likert 1-5
3.	<i>Organizational context</i> <i>Innovativeness (X3)</i> <i>Mobile payment knowledge (X4)</i>	<i>Innovativeness</i> adalah Kemampuan untuk menggunakan inovasi di perusahaan, baik dalam meluncurkan proses, produk, atau ide baru. <i>Mobile payment knowledge</i> adalah Pengetahuan pemilik atau manajer puncak tentang inovasi tertentu dalam pembayaran seluler. (Mahakittikun et al., 2020)	Pengalaman, Pembaruan, Perubahan Kinerja, dan Persaingan baru. (Wang & Ahmed, 2004) Pengetahuan diri, Penggunaan teknologi, Kualifikasi Pendidikan dan Pengoprasian. (Thong, 1999)	Skala Likert 1-5

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
4.	<i>Environmental context</i> <i>Competitive pressure (X5)</i> <i>External support (X6)</i>	<i>Competitive pressure</i> adalah tingkat persaingan yang dihadapi suatu bisnis. <i>External support</i> adalah bantuan selama proses difusi teknologi yang akan memperoleh manfaat dan akan mengarah pada kinerja yang lebih baik. (Ifinedo, 2011)	Kepercayaan, Optimisme, Kebutuhan dan Peningkatan usaha. (Premkumar & Roberts, 1999) Persaingan, Pentingnya Teknologi, Tuntutan Pelanggan dan Pengoprasian. (Ifinedo, 2011)	Skala Likert 1-5
5.	<i>Mobile payment adoption (X7)</i>	<i>Mobile payment adoption</i> adalah penggunaan telepon seluler yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dari pelanggan ke bisnis. (Setiyani & Yeny Rostiani, 2021)	Komunikasi antar pelanggan, Mitra bisnis dan Penjualan. (Setiyani & Yeny Rostiani, 2021)	Skala Likert 1-5

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Instrumen penelitian ini diperoleh dari penelitian (Mahakittikun et al., 2020), dengan variabel *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework (X)* dan *Firm Performance*.

Kuesioner diisi oleh UMKM di Kota Surakarta yang bergerak pada usaha dagang dan menggunakan sistem pembayaran seluler. Kuesioner yang digunakan

dalam penelitian ini menggunakan metode tertutup, yang artinya responden hanya bisa memberikan penilaian melalui kolom yang sudah disediakan oleh peneliti. Variabel *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework* dan *Firm Performance* diukur dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* juga disebut dengan skala interval. Skala *likert* merupakan skala yang telah dirancang untuk menilai seberapa besar sikap setuju responden terhadap sebuah pertanyaan yang sudah disajikan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Caranya dengan memberikan nilai pada kolom yang telah disediakan dalam kuesioner. Pilihan skor pada variabel *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework* dan *Firm Performance* adalah sebagai berikut:

Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2: Tidak Setuju (TS)

Skor 3: Netral (N)

Skor 4: Setuju (S)

Skor 5: Sangat Setuju (SS)

Penelitian ini memerlukan uji instrumen penelitian, agar kuesioner dapat dinyatakan valid. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Ghozali & Latan, 2014). Yang termasuk ke dalam statistik deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, dan perhitungan prosentase.

3.9.2 Structure Equation Modeling (SEM) -Partial Last Square

Penelitian ini menggunakan model sebab akibat atau kausalitas yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS. Model pengukuran dengan *software* SmartPLS merupakan suatu bagian dari model SEM yang saling berhubungan dengan variabel-variabel laten dengan indikator-indikatornya. Model pengukuran ini untuk mengevaluasi data dengan menentukan variabel validitas dan variabel reliabilitas. Terdapat dua dalam menganalisis menggunakan model ini yaitu uji model pengukuran dan uji model struktural (Hair et al., 2017).

3.9.3 Model Pengukuran (Outer Model)

Pada pengukuran *outer* model dalam SEM-PLS dikenal dengan uji validitas konstruk yang biasanya digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, seperti dibawah ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Uji validitas dalam penelitian memiliki tujuan untuk menguji tingkat ketepatan dan kecermatan setiap indikator dalam mengukur variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini menggunakan *convergent validity* (uji validitas konvergen) dan *discriminant validity* (uji validitas diskriminan) (Hair et al., 2017).

Convergent validity (uji validitas konvergen) dapat didefinisikan Dimana validitas konvergen untuk masing-masing indikator konstruk (Hair et al., 2017). Suatu variabel laten agar dapat menghasilkan penelitian *convergent validity* yang baik jika nilai dari *loading factor* terpenuhi dengan nilai lebih lebih besar dari 0,70 dan nilai *average variance inflation factor* (AVE) lebih besar dari 0,50 agar dikatakan valid (Ghozali & Latan, 2014).

Uji *discriminant validity* (Uji diskriminan) dapat didefinisikan sejauh mana pengukuran suatu konstruk dari konstruk lain harus memiliki nilai yang berbeda, dengan melihat nilai *cross loadings* dan *fornell larcker criterion* pada variabel dengan nilai lebih besar dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji kehandalan untuk dapat mengetahui suatu alat ukur pada penelitian yang akurat. Uji reliabilitas didalam penelitian diperlukan agar dapat melihat apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila jika dilakukan pengukuran dua kali atau bahkan lebih dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dapat dikatakan kompitabel dengan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Hair et al., 2017).

3.9.4 Pengukuran *Inner Model* atau Model Struktural

Model struktural atau *Inner Model* dapat didefinisikan sebagai hubungan-hubungan yang terdapat di antara variabel laten. Pengujian Model struktural atau *Inner Model* dapat dengan melihat *R-square*. Nalai dari *R-square* yang digunakan untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji *goodness-fit* model. Ukuran yang dapat dikatakan signifikan antar variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai dari t-statistik dan t-tabel. Jika pada nilai t-statistik > t-tabel, maka hasilnya mengatakan signifikan. Nilai signifikan yang digunakan (*two-tailed*) *t-value* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dengan nilai 1,65 $\alpha = 10\%$, signifikansi 1,96 untuk $\alpha = 5\%$, dan signifikansi 2,58 untuk $\alpha = 1\%$ (Ghozali & Latan, 2014).

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pedagang UMKM di Kota Surakarta yang menggunakan metode pembayaran dengan menggunakan *mobile payment*. Populasi UMKM di Kota Surakarta sebanyak 2.410 pedagang. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui *platform* whatsapp, instagram dan menyebarkan langsung dan diisi oleh responden menggunakan google form dan kuesioner kertas. Kuesioner ini hanya dapat diisi oleh pedagang UMKM di Kota Surakarta yang aktif atau minimal 1 bulan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* di usahanya yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Peneliti mendapatkan 202 responden. Sampel yang diambil merupakan pedagang UMKM di Kota Surakarta yang aktif atau minimal 1 bulan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* di usahanya. Sehingga persentase 100% diartikan bahwa semua pedagang UMKM di Kota Surakarta sudah atau pernah menggunakan metode pembayaran *mobile payment* di usahanya minimal 1 bulan.

4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengisian Kuesioner

Tabel 4.1
Data yang diolah

No	Pengisian Kuesioner	Jumlah	Persentase (%)
1.	Melalui Google Form	131	64,9%
2.	Melalui Kuesioner Tertulis	71	35,1%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden dari pengisian kuesioner menggunakan google form sebanyak 64,9% dan dari pengisian melalui kuesioner tertulis sebanyak 35,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengisian kuesioner menggunakan google form menjadi responden yang mendominasi.

4.1.2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikutsertaan Pelatihan Tentang Sistem Teknologi Akuntansi Dari Pemerintah Atau Swasta

Tabel 4.2
Data yang diolah

No	Pernah mengikuti Pelatihan Tentang Sistem Teknologi Akuntansi Dari Pemerintah atau Swasta	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pernah Mengikuti	118	58,4%
2.	Tidak Pernah Mengikuti	84	41,6%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pelaku UMKM di Kota Surakarta ada sebanyak 58,4% yang merupakan pelaku UMKM yang pernah mendapatkan pelatihan tentang sistem teknologi akuntansi dari pemerintah atau swasta. Sedangkan sebanyak 41,6% pelaku UMKM yang tidak pernah mengikuti pelatihan tentang sistem teknologi akuntansi dari pemerintah atau swasta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi pelaku UMKM yang mendapat pelatihan dari pemerintah atau swasta.

4.1.3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Pertahun

Tabel 4.3
Data yang diolah

No	Omzet Pertahun	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kurang dari 200 juta per tahun	172	85.1%
2.	300 juta sampai 500 juta pertahun	23	11.4%
3.	500 juta sampai 1 milyar pertahun	4	2.0%
4.	Lebih dari 1 milyar per tahun	3	1.5%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa omzet pendapatan pertahun dari pelaku UMKM di Kota Surakarta yang mengisi ada sebanyak 85.1% dengan pendapatan sebesar kurang dari 200 juta per tahun. Sedangkan pendapatan sebesar 300 juta sampai 500 juta pertahun ada sebanyak 11.4%, pendapatan sebesar 500 juta sampai 1 milyar pertahun ada sebanyak 2.0% dan pendapatan sebesar lebih dari 1 milyar per tahun ada sebanyak 1.5% yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta dengan Omzet pertahun sebesar kurang dari 200 juta per tahun.

4.1.4. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi

Tabel 4.4
Data yang diolah

No	Lama Usaha Beroperasi	Jumlah	Persentase (%)
----	-----------------------	--------	----------------

1.	< 1 Tahun	32	15,8%
2.	1 - 5 Tahun	94	46,5%
3.	> 5 Tahun	76	37,6%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa lama usaha beroperasi dari pelaku UMKM di Kota Surakarta yang mengisi ada sebanyak 15,8% dengan lama usaha beroperasi sekitar < 1 Tahun. Sedangkan lama usaha beroperasi sekitar 1 - 5 Tahun ada sebanyak 46,5% dan lama usaha beroperasi sekitar > 5 Tahun ada sebanyak 37,6% yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta dengan lama usaha beroperasi sekitar 1 - 5 Tahun.

4.1.5. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan *Mobile Payment*

Tabel 4.5
Data yang diolah

No	Penggunaan <i>Mobile Payment</i>	Jumlah	Persentase (%)
1.	Saat ini menggunakan <i>Mobile Payment</i>	177	87,6%
2.	Pernah menggunakan namun sekarang tidak menggunakan <i>Mobile Payment</i>	25	12,4%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan *mobile payment* dari pelaku UMKM di Kota Surakarta yang mengisi ada sebanyak 87,6% yang saat ini menggunakan *mobile payment*. Sedangkan UMKM di Kota Surakarta yang pernah menggunakan namun sekarang tidak menggunakan *mobile payment* ada sebanyak

12,4% yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta yang saat ini menggunakan *mobile payment*.

4.1.6. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jenis

Mobile Payment

Tabel 4.6
Data yang diolah

No	Penggunaan Jenis Mobile Payment	Jumlah	Persentase (%)
1.	Go-pay	138	21.2%
2.	Shopeepay	167	25.7%
3.	LinkAja	101	15.5%
4.	OVO	117	18.0%
5.	Dana	123	18.9%
6.	Paytern	4	0.6%
Total		650	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan jenis *mobile payment* dari pelaku UMKM di Kota Surakarta yang mengisi ada sebanyak 25.7% menggunakan Shopeepay. Sedangkan jumlah penggunaan Go-pay ada sebanyak 21.2%, jumlah penggunaan Dana ada sebanyak 18.9%, jumlah penggunaan OVO ada sebanyak 18.0%, jumlah penggunaan LinkAja ada sebanyak 15.5% dan jumlah penggunaan Paytern ada sebanyak 0.6% yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta dengan penggunaan jenis *mobile payment* berupa Shopeepay.

4.1.7. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Tabel 4.7
Data yang diolah

No	Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 - 5 orang	179	88,6%
2.	6 – 10 orang	13	6,4%
3.	11 – 50 orang	7	3,5%
4.	51 – 99 orang	0	0,0%
5.	Diatas 99 orang	3	1,5%
Total		202	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah karyawan dari pelaku UMKM di Kota Surakarta yang mengisi ada sebanyak 88,6% dengan jumlah karyawan sebanyak 1 - 5 orang. Sedangkan jumlah karyawan sebanyak 6 – 10 orang ada sebanyak 6,4%, jumlah karyawan sebanyak 11 – 50 orang ada sebanyak 3,5%, jumlah karyawan sebanyak 51 – 99 orang ada sebanyak 0,0% dan jumlah karyawan sebanyak diatas 99 orang ada sebanyak 1.5% yang telah mengisi kuesioner penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta dengan jumlah karyawan sebanyak 1 - 5 orang.

4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul dari responden yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji statistik deskriptif yang telah diolah menggunakan *software* SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4.8

Statistics

		X1_RA	X2_CO	X3_IN	X4_MP K	X5_CP	X6_XS	X7_MP A	Y_FP
N	Valid	199	199	199	199	199	199	199	199
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		16.84	16.92	16.21	12.50	12.21	8.26	12.33	21.32
Median		17.00	17.00	16.00	12.00	12.00	8.00	12.00	22.00
Std. Deviation		2.178	2.130	1.815	1.917	1.653	1.199	1.642	2.479
Minimum		8	12	12	7	9	6	9	15
Maximum		20	20	20	15	15	10	15	25
Sum		3351	3367	3225	2487	2430	1644	2453	4242

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

Variabel *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework* yang terdiri dari *relative advantage, compatibility, innovativeness* masing-masing memiliki 4 item pertanyaan, *mobile payment knowledge* dan *competitive pressure* masing-masing memiliki 3 item pertanyaan dan *external support* memiliki 2 pertanyaan. Variabel *relative advantage* dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 20 dan memiliki rata-rata sebesar 16,84 dan standar deviasinya sebesar 2,178. Sehingga Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar

deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

Compatibility memiliki rata-rata 16,92 dan standar deviasi sebesar 2,130. *Innovativeness* memiliki rata-rata 16,21 dan standar deviasi sebesar 1,815. Dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 20. Sehingga masing-masing dari variabel telah menunjukkan nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

Mobile payment knowledge memiliki rata-rata 12,50 dengan standar deviasi 1,917. Dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum sebesar 7 dan nilai maksimum sebesar 15. *Competitive pressure* memiliki rata-rata 12,21 dengan standar deviasi 1,653. Dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 15. Sehingga masing-masing dari variabel telah menunjukkan nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

External support memiliki rata-rata 8,26 dengan standar deviasi 1,198. Dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan

nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 10. Sehingga menunjukkan nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi menunjukkan bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

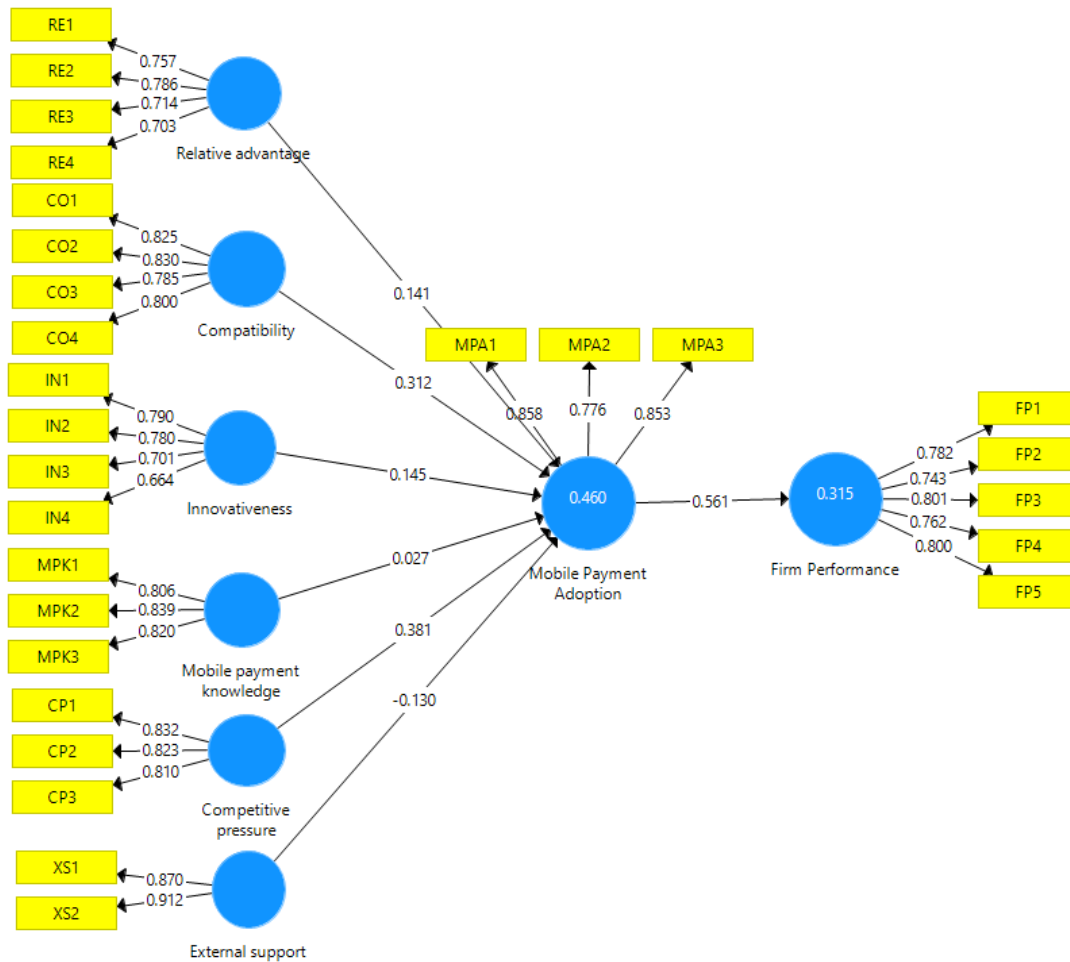
Variabel *mobile payment adoption* terdiri dari 3 item pertanyaan, jawaban responden bervariasi dengan nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 15. Rata-rata dari *mobile payment adoption* sebesar 12,33 dan memiliki standar deviasi 1,641 yang menunjukkan nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang artinya bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

Variabel *firm performance* terdiri dari 5 item pertanyaan yang ditujukan kepada responden yakni pelaku usaha UMKM di Surakarta. Dimana masing-masing item pertanyaan wajib dijawab dan diperoleh hasil dengan nilai minimum sebesar 15 dan nilai maksimum sebesar 25, dengan rata-rata dan standar deviasinya sebesar 21,32 dan 2,479 yang menunjukkan nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang artinya bahwa hasil cukup baik atau dispersi rata-rata dikarenakan standar deviasi pencerminan penyimpangan yang tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

4.2.2 Model Pengukuran (Uji Outer Model)

Model pengukuran atau *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari suatu data yang diolah. Tahapan penting yakni *Convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *cronbach alpha*. Berikut adalah model pengukuran sebelum dan sesudah uji indikator:

Gambar 4.1
Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator



Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Gambar diatas menunjukkan hasil dari semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk memenuhi uji validitas harus diatas 0,7. Namun untuk penelitian yang belum berkembang 0,6-0,7 masih bisa digunakan untuk mengukur validitas suatu data, sehingga pada *outer loading* yang memiliki nilai dibawah 0,6-0,7 harus dihapus dari pengujian.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk sudah memenuhi untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Berikut tabel dari masing-masing pengujian validitas:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas *Relative Advantage*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
RA1	0,757	Valid
RA2	0,786	Valid
RA3	0,714	Valid
RA4	0,703	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *relative advantage* yang terdiri dari 4 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* > 0,7. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,757; 0,786; 0,714; dan 0,703.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas *Compatibility*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
CO1	0,825	Valid
CO2	0,830	Valid
CO3	0,785	Valid
CO4	0,800	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Dari tabel diatas, variabel *compatibility* yang terdiri dari 4 item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai *outer loading* $> 0,7$ dengan masing-masing nilai secara berurutan sebesar 0,825; 0,830; 0,785; dan 0,800.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas *Innovativeness*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
IN1	0,790	Valid
IN2	0,780	Valid
IN3	0,701	Valid
IN4	0,664	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas pada variabel *innovativeness* menunjukkan bahwa seluruh nilai *outer loading* secara berurutan sebesar 0,790; 0,780; 0,701; dan 0,664. Dimana nilai tersebut menunjukkan angka diatas 0,6-0,7 yang berarti valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas *Mobile Payment Knowledge*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
MPK1	0,806	Valid
MPK2	0,839	Valid
MPK3	0,820	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *mobile payment knowledge* yang terdiri dari 3 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* $> 0,7$. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,806; 0,839; dan 0,820.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas *Competitive Pressure*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
CP1	0,832	Valid
CP2	0,823	Valid
CP3	0,810	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Dari tabel diatas, variabel *competitive pressure* yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai *outer loading* $> 0,7$ dengan masing-masing nilai secara berurutan sebesar 0,832; 0,823; dan 0,810.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas *External Support*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
XS1	0,870	Valid
XS2	0,912	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji validitas variabel *external support* yang terdiri dari 2 item pertanyaan valid, dikarenakan nilai *outer loading* $> 0,7$. Dengan masing-masing nilai sebesar 0,870 dan 0,912.

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas *Mobile Payment Adoption*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
MPA1	0,858	Valid
MPA2	0,776	Valid
MPA3	0,853	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Nilai *outer loading* dari indikator *mobile payment adoption* yang berjumlah 3 item pertanyaan. Dari tabel diatas pada seluruh indikator telah memenuhi validitas karena nilai lebih besar dari 0,7.

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas *Firm Performance*

Item	Nilai <i>Outer Loading</i>	Kesimpulan
FP1	0,782	Valid
FP2	0,743	Valid
FP3	0,801	Valid
FP4	0,762	Valid
FP5	0,800	Valid

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Nilai *outer loading* dari indikator *firm performance* yang berjumlah 5 item pertanyaan. Dari tabel diatas pada seluruh indikator telah memenuhi validitas karena nilai lebih besar dari 0,7.

4.2.2.1. Validitas Konvergen

Pengukuran validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan nilai *average inflation factor* (AVE). Berikut hasil pengujian dari uji validitas konvergen:

Tabel 4.17
Loading Factor dan AVE

	<i>Loading Factor</i>	AVE	Keterangan
<i>Relative Advantage (RA)</i>		0.548	Valid
RA1	0,757		Valid
RA2	0,786		Valid
RA3	0,714		Valid
RA4	0,703		Valid
<i>Compatibility (CO)</i>		0.657	Valid

Tabel Berlanjut...

Lanjutan Tabel 4.17

CO1	0,825		Valid
CO2	0,830		Valid
CO3	0,785		Valid
CO4	0,800		Valid
<i>Innovativeness (IN)</i>		0.541	Valid
IN1	0,790		Valid
IN2	0,780		Valid
IN3	0,701		Valid
IN4	0,664		Valid
<i>Mobile Payment Knowledge (MPK)</i>		0.675	Valid
MPK1	0,806		Valid
MPK2	0,839		Valid
MPK3	0,820		Valid
<i>Competitive Pressure (CP)</i>		0.675	Valid
CP1	0,832		Valid
CP2	0,823		Valid
CP3	0,810		Valid
<i>External Support (XS)</i>		0.794	Valid
XS1	0,870		Valid
XS2	0,912		Valid
<i>Mobile Payment Adoption (MPA)</i>		0,689	Valid
MPA1	0,858		Valid
MPA2	0,776		Valid
MPA3	0,853		Valid
<i>Firm Performance (FP)</i>		0.605	Valid
FP1	0,782		Valid
FP2	0,743		Valid
FP3	0,801		Valid
FP4	0,762		Valid
FP5	0,800		Valid

Menurut tabel 4.17, indikator telah valid karena seluruh factor loading > 0,6-0,7 dan nilai AVE sudah diatas > 0,5.

4.2.2.2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat diketahui dengan melihat nilai *fornell larcker criterion*. Pengukuran ini menunjukkan korelasi variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan korelasi variabel lainnya. Berikut tabel yang sudah memenuhi kriteria diatas:

Tabel 4.18
Fornell Larcker Criterion

	X2	X5	X6	Y	X3	X7	X4	X1
<i>Compatibility (CO)</i>	0.810							
<i>Competitive Pressure (CP)</i>	0.416	0.926						
<i>External Support (XS)</i>	0.358	0.822	0.891					
<i>Firm Performance (FP)</i>	0.526	0.446	0.420	0.778				
<i>Innovativeness (IN)</i>	0.491	0.309	0.297	0.362	0.736			
<i>Mobile Payment Adoption (MPA)</i>	0.590	0.498	0.436	0.561	0.441	0.830		
<i>Mobile Payment Knowledge (MPK)</i>	0.484	0.456	0.432	0.427	0.382	0.414	0.822	
<i>Relative Advantage (RA)</i>	0.584	0.361	0.337	0.489	0.382	0.484	0.447	0.741

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2022*

Dari hasil *loading factor*, *average inflation factor (AVE)*, dan kriteria *fornell larcker* telah terpenuhi syarat, maka dapat diartikan bahwa semua variabel laten telah memenuhi uji validitas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Nilai *composite reliability* tersebut harus lebih dari 0,7 agar bisa dikatakan reliabel. Sedangkan nilai *cronbach alpha* digunakan untuk menguji konstruk yang lainnya harus lebih besar dari 0,7. Berikut hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Relative advantage</i>	0.725	0.829	0.728
<i>Compatibility</i>	0.826	0.884	0.828
<i>Innovativeness</i>	0.721	0.824	0.744
<i>Mobile payment knowledge</i>	0.761	0.862	0.765
<i>Competitive pressure</i>	0.761	0.862	0.764
<i>External support</i>	0.743	0.885	0.760
<i>Mobile Payment Adoption</i>	0.775	0.869	0.787
<i>Firm Performance</i>	0.837	0.885	0.841

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil pengujian diatas telah menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi nilai $> 0,7$ baik dari *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Maka, dapat disimpulkan bahwa pengukur yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas.

4.2.3 Model Struktural atau Uji Inner Model

Inner model digunakan untuk menguji hipotesis dengan melakukan pengujian determinasi atau *R-Square* untuk konstruk dependen. Selain pengujian determinasi juga dilakukan uji hipotesis, *predictive relevance* dan model fit.

4.2.3.1 Uji Determinasi

Hasil dari pengujian determinasi atau *R-Square* sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Determinasi

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Mobile payment adoption</i>	0.460	0.444
<i>Firm performance</i>	0.315	0.311

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Hasil uji determinasi dapat diketahui nilai *R-Square* dari variabel *mobile payment adoption* nilai *R-Square* sebesar 0,460. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel eksogen *relative advantage, compatibility, innovativeness, mobile payment knowledge, competitive pressure* dan *external support* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap *mobile payment adoption* sebesar 46,0%. Sisanya sebesar 54,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Sedangkan variabel *firm performance* sebesar 0,315. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *mobile payment adoption* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap *firm performance* sebesar 31,5%. Sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.2.3.2 Predictive Relevance dan Model Fit

Predictive relevance bertujuan untuk mengetahui seberapa baik observasi yang dilakukan. Jika pada nilai *predictive relevance* > 0 maka observasi dilakukan sudah baik. Sedangkan untuk nilai < 0 menunjukkan kurang baik. Nilai *predictive relevance* dapat ditemukan pada uji *blinfoling*, penelitian ini memiliki nilai *predictive relevance* 0.185 pada variabel *firm performance* dan 0.300 pada variabel *mobile payment adoption*. Kedua nilai tersebut > 0 , sehingga dapat dikatakan penelitian ini telah masuk kategori baik.

Model fit bertujuan untuk mengetahui seberapa baik model penelitian yang digunakan. Model fit dapat dilihat pada nilai NFI sebesar 0.642 yang berarti bahwa model penelitian ini sudah 64,2% fit, dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21
Predictive Relevance

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<i>Relative Advantage</i>	796.000	796.000	
<i>Compatibility</i>	796.000	796.000	
<i>Innovativeness</i>	796.000	796.000	
<i>Mobile payment knowledge</i>	597.000	597.000	
<i>Competitive pressure</i>	597.000	597.000	
<i>External support</i>	398.000	398.000	
<i>Mobile Payment Adoption</i>	597.000	417.615	0.300
<i>Firm Performance</i>	995.000	811.136	0.185

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

Tabel 4.22
Model Fit

	<i>Model Saturated</i>	Model Estimasi
SRMR	0.080	0.087
d_ ULS	2.596	3.065
d_ G	0.758	0.781
Chi-Square	863.611	881.899
NFI	0.642	0.635

Sumber: *Output SmartPLS 3.0, 2023*

4.2.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* dan *t-statistic*. Dengan *software* SmartPLS 3.0 nilai tersebut akan ditemukan pada pengujian *bootstrapping*. *Rule of thumb* yang digunakan yaitu $t\text{-statistic} > 1,96$ dan $p\text{-values} < 0,05$. Hasil dari pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Hipotesis

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Values
<i>Relative advantage -> Mobile Payment Adoption</i>	0.141	0.150	0.063	2.240	0.026
<i>Compatibility -> Mobile Payment Adoption</i>	0.312	0.308	0.070	4.463	0.000
<i>Innovativeness -> Mobile Payment Adoption</i>	0.145	0.148	0.056	2.583	0.010
<i>Mobile payment knowledge -> Mobile Payment Adoption</i>	0.027	0.031	0.082	0.332	0.740

<i>Competitive pressure -> Mobile Payment Adoption</i>	0.381	0.384	0.133	2.865	0.004
<i>External support -> Mobile Payment Adoption</i>	-0.130	-0.137	0.129	1.008	0.314
<i>Mobile Payment Adoption -> Firm Performance</i>	0.561	0.565	0.051	11.076	0.000

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023

a. Variabel *Relative Advantage*

Dari tabel tersebut dapat diketahui melalui uji *resampling bootstrapping* dimana variabel *relative advantage* sebesar 0,141 untuk nilai koefisien jalur dan nilai 2,240 untuk *t-statistic* variabel *relative advantage* terhadap *mobile payment adoption*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption* karena *t-statistic* > 1,96 dan *p-values* 0,026 < 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa H1 terdukung karena *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*.

b. Variabel *Compatibility*

Uji *resampling bootstrapping* variabel *compatibility* diperoleh hasil sebesar 0,381 untuk nilai parameter koefisien dan nilai *t-statistic* sebesar 2,865 yang berarti lebih dari 1,96 sehingga *compatibility* memiliki pengaruh terhadap *mobile payment adoption*. *P-values* pada variabel *compatibility* juga menunjukkan 0,004 yang artinya < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 terdukung karena *compatibility* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *mobile payment adoption*.

c. Variabel *Innovativeness*

Variabel *innovativeness* memiliki nilai 0,145 untuk nilai parameter koefisien. Nilai 2,583 dan 0,010 untuk *t-statistic* dan *p-values* sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 terdukung, karena *innovativeness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *mobile payment adoption*.

d. Variabel *Mobile payment knowledge*

Uji *resampling bootstrapping* selanjutnya menunjukkan bahwa variabel *mobile payment knowledge* memiliki nilai 0,027 untuk parameter koefisien dan *t-statistic* menunjukkan nilai 0,332 atau $< 1,96$. Selain itu *p-values* juga menunjukkan 0,740 atau $> 0,05$. Sehingga variabel H4 *mobile payment knowledge* tidak pengaruh terhadap *mobile payment adoption*.

e. Variabel *Competitive Pressure*

Variabel *competitive pressure* memiliki nilai 0,381 untuk nilai parameter koefisien. Nilai 2,865 dan 0,004 untuk *t-statistic* dan *p-values* sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 terdukung, karena *competitive pressure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *mobile payment adoption*

f. Variabel *External Support*

External support memiliki nilai parameter koefisien sebesar -0,130 dan nilai *t-statistic* menunjukkan angka sebesar $1,008 < 1,96$ dan nilai *p-values* sebesar $0,314 > 0,05$ menunjukkan bahwa *external support* tidak berpengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 ditolak karena *external support* tidak memiliki pengaruh terhadap *mobile payment adoption*.

g. Variabel *Mobile Payment Adoption*

Variabel *mobile payment adoption* memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,561 dengan nilai *t-statistic* dan nilai *p-values* sebesar 11,076 dan 0,000. Baik *t-statistic* dan *p-values* telah menunjukkan $> 1,96$ dan $< 0,05$. Sehingga H7 variabel *mobile payment adoption* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *firm performance*.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

Tabel 4.24
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	T Statistik	P Values	Keterangan
H1 (+)	<i>Relative Advantage</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,240	0,026	Ha Diterima
H2 (+)	<i>Compatibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,865	0,004	Ha Diterima
H3 (+)	<i>Innovativeness</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,583	0,010	Ha Diterima
H4 (-)	<i>Mobile payment knowledge</i> berpengaruh negatif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	0,332	0,740	Ha Ditolak
H5 (+)	<i>Competitive Pressure</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,865	0,004	Ha Diterima
H6 (-)	<i>External support</i> berpengaruh negatif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	1,008	0,314	Ha Ditolak
H7 (+)	<i>Mobile payment adoption</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm performance</i>	11,076	0,000	Ha Diterima

Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023

4.3.1. H1 : *Relative Advantage Terhadap Mobile Payment Adoption*

Konteks *technology* yang salah satunya adalah *Relative advantage* memiliki nilai *t-statistic* 2,240 dan *p-values* 0,026 sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mahakittikun et al., (2020), Qalati et al., (2021), Maroufkhani et al., (2020) yang menyatakan bahwa salah satu faktor penting yang mendorong pedagang untuk menggunakan pembayaran *mobile payment* yaitu ketika perusahaan menerima nilai yang cukup, misalnya dalam penghematan biaya dan minimalisasi risiko dan juga proses yang lancar dapat memuaskan pelanggan karena menciptakan kenyamanan. Dan diasumsikan bahwa layanan adopsi yang andal dan efektif dapat berdampak signifikan terhadap pertumbuhan kinerja perusahaan.

Berdasarkan teori difusi inovasi (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) yang membahas hubungan *Relative advantage* dengan adopsi pembayaran seluler dimana pada teori ini berfokus pada keuntungan yang diharapkan dari penggunaan teknologi tertentu. Keuntungan yang diharapkan adalah manfaat teknologi yang dapat diukur melalui peningkatan kinerja, efektivitas, penghematan waktu pada saat pedagang mengadopsi sistem pembayaran seluler. Sehingga ketika pedagang merasakan keuntungan tersebut maka akan menerapkan adopsi tersebut pada usaha mereka.

Relative advantage merupakan keuntungan yang dirasakan ketika mengadopsi teknologi, salah satunya mengadopsi sistem pembayaran seluler. Hasil analisis deskriptif variabel *relative advantage* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh

responden pada setiap pernyataan sebesar 30,2 – 51,8 di kategori sangat setuju dan 1 – 5 di kategori tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *relative advantage* yang tinggi untuk pengadopsian teknologi mobile payment sebagai alat pembayaran. Dapat disimpulkan bahwa pedagang UMKM di Kota Surakarta memiliki keuntungan yang tinggi saat mengadopsi *mobile payment* yang diterapkan di usahanya. Dimana ketika pedagang UMKM di Kota Surakarta merasakan keuntungan (*Relative advantage*) yang tinggi ketika mengadopsi *mobile payment* dapat menjadikan kinerja usaha mereka meningkat karena dari efektivitas dan penghematan waktu dapat meningkatkan kinerja usaha UMKM sehingga UMKM di Kota Surakarta akan mengadopsi *mobile payment* terus-menerus dan diterapkan di usahanya.

4.3.2. H2 : *Compatibility Terhadap Mobile Payment Adoption*

Konteks *technology* yang kedua adalah *Compatibility* memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,865 > 1,96 dan *P-values* 0,004 < 0,05 sehingga *compatibility* memiliki pengaruh terhadap *mobile payment adoption* pada UMKM di Kota Surakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020), Setiyani & Yeny Rostiani, (2021), Yadegaridehkordi et al., (2019) dan Khan & Ali, (2018) yang menyatakan bahwa tingkat kompatibilitas yang tinggi dengan adopsi sistem pembayaran *mobile payment* pedagang akan mempengaruhi kelanjutan penggunaan pembayaran *mobile payment* di usahanya. Oleh karena itu, ketika perusahaan merasa bahwa pembayaran *mobile payment* sangat kompatibel dengan sistem pembayaran yang ada dan gaya hidup usaha mereka, kemungkinan besar mereka akan

terus menggunakannya, yang selanjutnya akan menguntungkan kinerja perusahaan mereka.

Berlandaskan teori difusi inovasi (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) mengenai hubungan *Compatibility* atau kompatibilitas dengan *mobile payment adoption* yakni diukur dari karakteristik dalam pengadopsian teknologi sebagai pendorong keputusan untuk konsisten dalam mengadopsi sistem teknologi baru yang diterapkan dalam usaha dan selanjutnya dapat menguntungkan kinerja usaha pelaku UMKM yang mengadopsi sistem *mobile payment*.

Hasil analisis deskriptif variabel *compatibility* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 34,7 – 37,2 di kategori sangat setuju dan 9,5 – 19,1 di kategori netral. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *compatibility* yang tinggi untuk pengadopsian teknologi *mobile payment* sebagai alat pembayaran. Nilai *Compatibility* yang tinggi saat mengadopsi sistem pembayaran *mobile payment* dapat menjadikan pelaku UMKM di Kota Surakarta terus-menerus dan konsisten menggunakan adopsi teknologi tersebut, karena mereka merasa adopsi teknologi kompetibel dengan usaha mereka sehingga kinerja usaha mereka menjadi lebih baik.

4.3.3. H3 : *Innovativeness Terhadap Mobile Payment Adoption*

Konteks *Organizational* yang salah satunya adalah *innovativeness* yang mempunyai nilai *t-statistic* dan *p-values* sebesar 2,583 dan 0,010 yang dimana *t-statistic* > 1,96 dan *p-values* < 0,05 sehingga menunjukkan *innovativeness* diterima karena adanya pengaruh positif terhadap *mobile payment adoption*. Hasil penelitian

tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Beyhan Yasar et al., (2019), Mahakittikun et al., (2020) dan Wang & Ahmed, (2004) yang menyatakan bahwa jika sebuah perusahaan dapat memperoleh hasil yang luar biasa jika terus meningkatkan inovasinya. Jadi perusahaan ketika dapat meningkatkan inovasi lebih tinggi dalam perusahaannya maka dapat menjadikan kinerja usahanya menjadi lebih baik.

Berlandaskan teori difusi inovasi (DOI) yang dikembangkan oleh Rogers, (2003) mengenai hubungan *innovativeness* dengan *mobile payment adoption* yakni ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh individu dalam mengadopsi teknologi *mobile payment adoption*, ketika suatu usaha menerapkan inovasi baru bagi usahanya yang sebelumnya belum pernah melakukan inovasi baru tersebut, maka dapat menjadikan usahanya menjadi berbeda dari sebelumnya sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha lebih baik.

Hasil analisis deskriptif variabel *innovativeness* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 57,3 – 64,8 di kategori setuju dan 10,6 – 22,1 di kategori netral. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *innovativeness* yang tinggi untuk pengadopsian teknologi *mobile payment* sebagai alat pembayaran. Maka dapat disimpulkan bahwa *innovativeness* yang tinggi pada pelaku UMKM Kota Surakarta dalam mengadopsi *mobile payment* dapat menjadikan kinerja usaha mereka menjadi lebih baik dan pelaku UMKM di Kota Surakarta akan melakukan inovasi baru untuk usahanya. Sehingga *innovativeness* pada pelaku UMKM Kota Surakarta memiliki nilai tinggi.

4.3.4. H4 : *Mobile Payment Knowledge Terhadap Mobile Payment Adoption*

Konteks *Organizational* yang salah satunya adalah *mobile payment knowledge* yang mempunyai nilai *t-statistic* dan *p-values* sebesar 0,332 dan 0,740 sehingga *mobile payment knowledge* tidak memiliki pengaruh terhadap *mobile payment adoption* di UMKM Kota Surakarta. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Schillewaert et al., (2005) yang menyatakan bahwa pengetahuan penggunaan inovasi teknologi tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi teknologi. Dalam praktik usaha kecil dan menggunakan adopsi perangkat teknologi yang digunakan paling utama adalah tenaga penjualan, keuntungan untuk sumber pengukuran alternatif ketika mempelajari adopsi. Sehingga sebagian besar pemilik usaha dalam mengadopsi teknologi menggunakan penilaian sendiri tanpa harus mengikuti kursus ataupun kelas seminar untuk mengetahui tolak ukur pengetahuan pegawai ataupun pemilik usaha.

Berlandaskan teori TOE yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) mengenai hubungan *mobile payment knowledge* dengan *mobile payment adoption*. Dapat dijelaskan sebagai pengetahuan mengenai adopsi pembayaran seluler dapat menaikkan tingkat pemahaman terhadap pengadopsian teknologi dengan pengetahuan mereka terhadap adopsi inovasi. Dimana jika pemilik usaha memiliki pengetahuan tentang adopsi yg tinggi maka dalam pengoperasian penggunaan teknologi akan semakin mahir, namun jika pengetahuan teknologi rendah maka dalam pengoperasian teknologi dalam usahanya cenderung kesulitan.

Pada pertanyaan yang telah dijawab responden, hasil analisis deskriptif variabel *mobile payment knowledge* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 5,5 di kategori sangat tidak setuju, 5 tidak setuju dan 15,1 di kategori netral . Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *mobile payment knowledge* yang beragam dalam pengadopsian teknologi mobile payment sebagai alat pembayaran. Hal ini dikarenakan pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta percaya bahwa mereka dapat menerapkan pengetahuan tentang pengadopsian *mobile payment* dengan menggunakan metode penilaian sendiri atau pengetahuan secara otodidak dan pengetahuan sendiri yang sebelumnya sering mereka ketahui dan gunakan tanpa harus mempertimbangkan kualifikasi pendidikan agar mengetahui penggunaan sistem pembayaran menggunakan *mobile payment*.

4.3.5. H5 : *Competitive Pressure Terhadap Mobile Payment Adoption*

Konteks *environmental* yang salah satunya adalah *competitive pressure* yang mempunyai nilai *t-statistic* dan *p-values* sebesar 2,865 dan 0,004 sehingga *competitive pressure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *mobile payment adoption* di UMKM Kota Surakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahakittikun et al., (2020), Maroufkhani et al., (2020) dan Kwabena et al., (2021) yang menyatakan bahwa peningkatan kinerja yakni dengan transaksi yang lebih cepat dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dipengaruhi oleh lingkungan yang kompetitif. Sehingga mengadopsi inovasi adalah cara untuk tetap kompetitif di pasar yang sangat kompetitif. Dan tekanan akan muncul, terutama ketika perusahaan melihat pesaingnya mengadopsi teknologi baru. Misalnya,

perusahaan ritel di dalam toko merasakan tekanan dari kemajuan teknologi dan dipaksa untuk menggunakan teknologi agar tetap kompetitif.

Berlandaskan teori TOE yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) mengenai hubungan *Competitive pressure* dengan *mobile payment adoption*. Dapat dijelaskan sebagai tingkat pesaing yang harus dihadapi para pelaku bisnis. Ketika dalam mengadopsi inovasi yang tinggi maka sebagai pelaku usaha harus mengikuti adopsi inovasi tersebut agar terjadi persaingan yang kompetitif dan tidak tertinggal dengan pesaing.

Hasil analisis deskriptif variabel *competitive pressure* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 46,7 – 48,2 di kategori setuju dan 15,6 – 19,1 di kategori netral. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *competitive pressure* yang tinggi untuk pengadopsian teknologi mobile payment sebagai alat pembayaran. Tekanan kompetitif yang tinggi dalam mengadopsi inovasi dapat menjadikan kinerja usaha UMKM lebih bagus, karena pelaku UMKM menyadari tingkat kompetitif pesaing yang harus dihadapi agar kinerja mereka tetap bagus dan tidak mengalami kalah saing dengan penjual lainnya. Sehingga *Competitive pressure* pada UMKM Kota Surakarta tinggi.

4.3.6. H6 : External Support Terhadap Mobile Payment Adoption

Konteks *environmental* yang salah satunya adalah *external support* yang memiliki hasil analisis deskriptif variabel *external support* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 19,6 – 27,1 di kategori

setuju dan 14,6 – 24,6 di kategori netral. Maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di kota Surakarta memiliki *external support* yang rendah karena responden cenderung menjawab netral untuk pengadopsian teknologi mobile payment sebagai alat pembayaran.

Dan mempunyai nilai *t-statistic* dan *p-values* sebesar $1,008 < 1,96$ dan $0,314 > 0,05$ sehingga *external support* tidak memiliki pengaruh terhadap *mobile payment adoption* pelaku usaha di UMKM Kota Surakarta. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan Nair et al., (2019) yang menyatakan bahwa *external support* sebagai faktor tidak berpengaruh terhadap kesiapan UKM dalam mengadopsi teknologi. Hal ini dikarenakan tekanan dari pelanggan yang menjadi faktor kesiapan pemilik usaha kecil untuk implementasi adopsi inovasi melalui manfaat yang dirasakan yang diperoleh di antara pengadopsi dan non pengadopsi sistem aplikasi TI yang strategis. Pemilik mitra jaringan dan pemerintah tidak membuat pemilik usaha kecil untuk mengadopsi teknologi baru untuk usahanya.

Berlandaskan teori TOE yang dikembangkan oleh Tornatzky & Fleischer, (1990) mengenai hubungan *external support* dengan *mobile payment adoption*. Teori ini menjelaskan tentang dukungan eksternal sebagai bantuan selama proses pengadopsian sistem pembayaran menggunakan *mobile payment*. Dimana jika terdapat dukungan dari pihak eksternal maka dapat berdampak positif pada pemilik usaha maka akan terjadi penggunaan berkelanjutan sistem pembayaran seluler dan berdampak pada bisnis mereka. Namun jika *external support* rendah maka pemilik usaha tidak akan terjadi penggunaan berkelanjutan.

Pada pertanyaan yang telah dijawab responden, pelaku UMKM di Kota Surakarta memberikan penilaian yang rendah pada item pertanyaan *external support* yang menyebabkan hasil penelitian ini tidak berpengaruh terhadap *mobile payment adoption*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Surakarta memiliki penilaian yang rendah terhadap *external support* dalam menerapkan *mobile payment adoption*. Hal ini dikarenakan pelaku UMKM percaya bahwa mereka dapat menerapkan adopsi inovasi sendiri tanpa adanya tekanan pesaing dan permintaan pelanggan karena menurut pelaku UMKM Kota Surakarta mengadopsi *mobile payment adoption* karena inovasi baru yang dilakukan untuk usaha mereka.

4.3.7. H7 : Mobile Payment Adoption Terhadap Firm Performance

Variabel *mobile payment adoption* memiliki nilai *t-statistic* dan nilai *p-values* sebesar 11,076 dan 0,000. Hasil tersebut membuat H7 diterima karena *mobile payment adoption* memiliki pengaruh positif terhadap *firm performance*. Hasil penelitian mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh G. Y. Kwabena et al., (2021), Sulistyaningsih & Hanggraeni, (2021), Qalati et al., (2021) dan Maroufkhani et al., (2022) yang menyatakan adanya hubungan positif antara *mobile payment adoption* dan *firm performance*.

Hasil uji statistik deskriptif juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 12,33 lebih besar dari nilai median sebesar 12,00. Hasil analisis deskriptif variabel *mobile payment adoption* pada setiap indikator yang telah dijawab oleh responden pada setiap pernyataan sebesar 50,3 – 58,8 di kategori setuju dan 14,1 – 22,1 di kategori

netral. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Surakarta memiliki penilaian yang tinggi terhadap *mobile payment adoption* dengan rata-rata jawaban responden setuju pada indikator *mobile payment adoption* dan *firm performance*. Sehingga pelaku UMKM yang mengadopsi sistem pembayaran *mobile payment* tinggi maka semakin tinggi juga kinerja usaha atau *firm performance* dalam usahanya.

Keputusan pelaku UMKM di Kota Surakarta untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik dalam menggunakan adopsi sistem pembayaran *mobile payment* dan alternatif bagi UMKM untuk dapat mengurangi biaya, mengefisiensi waktu dan memberikan lebih banyak waktu untuk kegiatan bisnis dibandingkan dengan menunggu antrean dalam melakukan transaksi dan meningkatkan bisnis dan transaksi yang lebih inovatif menggunakan inovasi yang baru.

Semakin tinggi penerapan dan pemahaman adopsi sistem pembayaran *mobile payment* pada UMKM di Kota Surakarta. Dengan melakukan penerapan mengenai pemahaman dan keunggulan dari penggunaan sistem pembayaran *mobile payment* dapat menjadikan kinerja UMKM di Kota Surakarta mengalami kenaikan karena adanya inovasi teknologi akuntansi. Selain itu mengenai teknologi akuntansi yang di adopsi UMKM di Kota Surakarta berupa adopsi sistem pembayaran *mobile payment* dapat memberikan kemudahan dengan fitur-fitur yang tersedia di dalamnya, seperti waktu terjadinya transaksi, jumlah transaksi, jumlah stock, nama karyawan yang

meng-input sehingga terjadinya *fraud* dalam usaha UMKM akan berkurang dan kinerja usaha UMKM menjadi meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dipaparkan mengenai pengaruh TOE (*Technology, Organization And Environment*) Framework yang terdiri dari *relative advantage, compatibility, innovativeness, mobile payment knowledge, competitive pressure, external support* dan *mobile payment adoption* terhadap *Firm Performance* dapat disimpulkan:

1. *Relative advantage* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Pelaku usaha merasa merasakan keuntungan (*Relative advantage*) yang tinggi ketika mengadopsi *mobile payment* sehingga dapat menjadikan kinerja usaha mereka meningkat karena dari efektivitas dan penghematan waktu dapat meningkatkan kinerja usaha UMKM di Kota Surakarta.
2. *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Pelaku usaha merasa jika *compatibility* yang tinggi saat mengadopsi sistem pembayaran *mobile payment* dapat menjadikan pelaku UMKM di Kota Surakarta terus-menerus dan konsisten menggunakan adopsi teknologi tersebut, karena mereka merasa adopsi teknologi kompitabel dengan usaha mereka sehingga kinerja usaha mereka menjadi lebih baik.

3. *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. *Innovativeness* yang tinggi pada pelaku UMKM Kota Surakarta dalam mengadopsi *mobile payment* dapat menjadikan kinerja usaha mereka menjadi lebih baik dan pelaku UMKM di Kota Surakarta akan melakukan inovasi baru untuk usahanya. Sehingga *innovativeness* pada pelaku UMKM Kota Surakarta memiliki nilai tinggi.
4. *Mobile payment knowledge* berpengaruh negatif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Pelaku usaha percaya bahwa mereka dapat menerapkan pengetahuan tentang pengadopsian *mobile payment* dengan menggunakan metode penilaian sendiri atau pengetahuan secara otodidak dan pengetahuan sendiri yang sebelumnya sering mereka ketahui dan gunakan tanpa harus mempertimbangkan kualifikasi pendidikan agar mengetahui penggunaan sistem pembayaran menggunakan *mobile payment*.
5. *Competitive pressure* berpengaruh positif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Tekanan kompetitif yang tinggi dalam mengadopsi inovasi dapat menjadikan kinerja usaha UMKM lebih bagus, karena pelaku UMKM menyadari tingkat kompetitif pesaing yang harus dihadapi agar kinerja mereka tetap bagus dan tidak mengalami kalah saing dengan penjual lainnya. Sehingga *Competitive pressure* pada UMKM Kota Surakarta tinggi.

6. *External support* berpengaruh negatif terhadap *mobile payment adoption* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Pelaku UMKM percaya bahwa mereka dapat menerapkan adopsi inovasi sendiri tanpa adanya tekanan pesaing dan permintaan pelanggan karena menurut pelaku UMKM Kota Surakarta mengadopsi *mobile payment adoption* karena inovasi baru yang dilakukan untuk usaha mereka..
7. *Mobile payment adoption* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance* pada pelaku usaha UMKM di Kota Surakarta. Pelaku usaha merasa adopsi sistem pembayaran *mobile payment* dapat memberikan kemudahan dengan fitur-fitur yang tersedia di dalamnya, seperti waktu terjadinya transaksi, jumlah transaksi, jumlah stock, nama karyawan yang meng-input sehingga terjadinya *fraud* dalam usaha UMKM akan berkurang dan kinerja usaha UMKM menjadi meningkat.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengambilan jumlah sampel yang terdapat dalam penelitian ini tidak merujuk pada data yang resmi UMKM, yang dimana data tersebut mencakup informasi sudah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, karena peneliti tidak menemukan data dapat menjadi patokan dalam pengambilan jumlah sampel, dan Dinas Koperasi Kota Surakarta belum memiliki data terkait UMKM yang sudah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*.

5.3. Saran-Saran

Didasarkan dari hasil penelitian ini, maka saran-saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Sivitas Akademika Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
 - a. Diharapkan selalu meningkatkan untuk memberikan wawasan perihal adopsi inovasi terkait sistem informasi akuntansi seperti adopsi *mobile payment*. Dengan penanaman ilmu-ilmu dimasa perkuliahan kepada mahasiswa akan dapat membantu mahasiswa menerapkannya.
 - b. Pemahaman mengenai adopsi inovasi dari sistem informasi akuntansi di sepanjang perkuliahan diprioritaskan sebab banyak yang hal baru di sistem informasi akuntansi. Selain itu, dengan pehaman yang baik mengenai sistem informasi akuntansi akan menciptakan pemahaman akuntansi yang baru.
2. Bagi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
 - a. Bagi mahasiswa akuntansi terutama untuk mahasiswa akuntansi syariah diharapkan dari banyaknya inovasi-inovasi baru dalam sistem informasi akuntansi dapat diterapkan diusahanya kelak jika mengambil wirausaha. Diharapkan ilmu sistem informasi akuntansi dapat diterima dimasa perguruan tinggi apapun jenis usahanya untuk memperbaiki citra atau pandangan terkait usaha baru merintis.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

- a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek atau data penelitian yang lebih luas diluar penelitian ini agar dapat dinyatakan secara luas dan menyeluruh seperti menggunakan responden lebih dari 1 daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatama, M. H., & Lestari, D. T. (2020). Persepsi Milenial Terhadap Layanan Mobile Payment Di Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Millennial ' s Perception Of Mobile Payment Services In Indonesia With Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4190–4205.
- Antareza, C., Saefuloh, D., Gunawan, A. I., & Kunci, K. (2023). *Persepsi Pelaku Usaha Kecil terhadap Penggunaan E-Wallet Sebagai Sistem Pembayaran*. 4–5.
- Apigian, C. H., Ragu-Nathan, B. S., Ragu-Nathan, T. S., & Kunnathur, A. (2005). Internet Technology : the Strategic Imperative. *Business*, 6(2), 123–145.
- Asiaei, A., & Nor, N. Z. (2019). A multifaceted framework for adoption of cloud computing in Malaysian SMEs. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 708–750. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2018-0053>
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 120–127.
- Beyhan Yasar, N., Sezen, B., & Karakadilar, I. S. (2019). Mediating effect of continuous improvement on the relationship between innovation and financial performance. *Total Quality Management and Business Excellence*, 30(7–8), 893–907. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1353415>
- Bhattacharya, M., & Wamba, S. F. (2018). A Conceptual Framework of RFID Adoption in Retail Using TOE Framework. *International Journal of Technology Diffusion*, 6(1), 1–32. <https://doi.org/10.4018/ijtd.2015010101>
- Chandra, A. R., Wimeina, Y., & Khairat, A. (2020). Penggunaan Media Sosial untuk Berbelanja Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 58–71. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i1.4285>
- Chau, N. T., & Deng, H. (2018). Critical determinants for mobile commerce adoption in Vietnamese SMEs: A conceptual framework. *Procedia Computer Science*, 138, 433–440. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.061>
- Chiu, C.-Y., Chen, S., & Chen, C.-L. (2017). An Integrated Perspective of TOE Framework and Innovation Diffusion in Broadband Mobile Applications Adoption by Enterprises. *Economics and Social Sciences (IJMESS) (IJMESS)*, 6(1), 14–39. <http://www.ijmess.com>
- Dwitasari, M., & Dr. Zaki Baridwan, SE., Msi., A. (2018). Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan M-Commerce : Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Eze, S. C., Chinedu-Eze, V. C., & Bello, A. O. (2021). Some antecedent factors that shape SMEs adoption of social media marketing applications: a hybrid approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(1), 41–61. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0063>
- Eze, S. C., Chinedu-Eze, V. C., Bello, A. O., Inegbedion, H., Nwanji, T., & Asamu,

- F. (2019). Mobile marketing technology adoption in service SMEs: a multi-perspective framework. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 569–596. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2018-0105>
- Fang, Y., Lim, K. H., Qian, Y., & Feng, B. (2018). System dynamics modeling for information systems research: Theory development and practical application. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 42(4), 1303–1329. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2018/12749>
- Fawzi, M. I., & Subriadi, A. P. (2022). Dampak Adopsi TI Terhadap Kinerja Perusahaan Multinasional. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 215–227. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.7320>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0* (2nd ed.).
- Hall, J. A. (2009). *Accounting information systems*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harfie, A. P., & Lastiati, A. (2022). Adopsi Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 21. <https://doi.org/10.36080/jak.v11i1.1700>
- Hou, B., Hong, J., & Zhu, R. (2019). Exploration/exploitation innovation and firm performance: the mediation of entrepreneurial orientation and moderation of competitive intensity. *Journal of Asia Business Studies*, 13(4), 489–506. <https://doi.org/10.1108/JABS-11-2017-0206>
- Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67. [https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Hussain, A., Akbar, M., Shahzad, A., Poulouva, P., Akbar, A., & Hassan, R. (2022). E-Commerce and SME Performance: The Moderating Influence of Entrepreneurial Competencies. *Administrative Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/admsci12010013>
- Ifinedo, P. (2011). Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: An exploratory investigation. *Internet Research*, 21(3), 255–281. <https://doi.org/10.1108/10662241111139309>
- Iyer, M. (2012). Otacle E-Business Suite Financials R12. In *Birmingham: Packt Publishing*.
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. *Sage*, 165.
- Karismariyanti, M. (2014). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dengan Pembayaran Elektronik (e-Payment). *Jurnal Teknologi Informasi*, 1(7), 238–244.
- Khan, A. N., & Ali, A. (2018). Factors Affecting Retailer's Adopti on of Mobile Payment Systems: A SEM-Neural Network Modeling Approach. *Wireless Personal Communications*, 103(3), 2529–2551. <https://doi.org/10.1007/s11277-018-5945-5>
- Kumar, A., & Singh, R. K. (2022). Adoption of Technology Applications in

- Organized Retail Outlets in India: A TOE Model.pdf. *Global Business Review*.
<https://doi.org/10.1177/09721509211072382>
- Kumar, A., Singh, R. K., & Swain, S. (2022). Adoption of Technology Applications in Organized Retail Outlets in India:A TOE Model. *Global Business Review*, June. <https://doi.org/10.1177/09721509211072382>
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, January 2020, 79–87. <https://doi.org/10.36713/epra2997>
- Kwabena, G. Y., Mei, Q., Ghumro, T. H., Li, W., & Erusalkina, D. (2021). Effects of a Technological-Organizational-Environmental Factor on the Adoption of the Mobile Payment System. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 329–338. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0329>
- L.G. Tornatzky, M. F. (1990). Processes of Technological Innovation. In *Lexington books*.
- Lengkong, S.Kom., M.Ds., O., Tumewu, M. D., & Lumintang, N. T. T. (2021). Analisis Usability Pada Aplikasi M-Commerce Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of Use) Questionnaire. *CogITo Smart Journal*, 7(1), 182–192. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.311.182-192>
- Li, J., Wang, J., Wang, S., & Zhou, Y. (2019). Mobile Payment with Alipay: An Application of Extended Technology Acceptance Model. *IEEE Access*, 7, 50380–50387. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2902905>
- Mahakittikun, T., Suntrayuth, S., & Bhatiasevi, V. (2020). *The impact of technological- organizational-environmental (TOE) factors on fi rm performance : merchant ' s perspective of mobile payment from Thailand ' s retail and service firms*. May. <https://doi.org/10.1108/JABS-01-2020-0012>
- Maroufkhani, P., Iranmanesh, M., & Ghobakhloo, M. (2022). Determinants of big data analytics adoption in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Industrial Management and Data Systems*, February. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2021-0695>
- Maroufkhani, P., Tseng, M. L., Iranmanesh, M., Ismail, W. K. W., & Khalid, H. (2020). Big data analytics adoption: Determinants and performances among small to medium-sized enterprises. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102190. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102190>
- Matias, J. B., & Hernandez, A. A. (2021). Cloud Computing Adoption Intention by MSMEs in the Philippines. *Global Business Review*, 22(3), 612–633. <https://doi.org/10.1177/0972150918818262>
- Miftah, M., & Febri Sukmawati. (2020). Digitalisasi Akuntansi Pengelolaan Keuangan Dengan Metode Accrual Basis Pada Klinik As Shifa Kendal. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 13(1), 47–62. <https://doi.org/10.51903/kompak.v13i1.156>

- Miftahurrohman, & Dewi, S. R. (2021). Implementasi mobile accounting information system pada UMKM Petani Tambak Ikan Barokah Rowosari Kendal. *JUPITER (Jurnal Penelitian Ilmu Dan Teknologi Komputer)*, 13(2), 168–177.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Dasar*. Ghalia Indonesia.
- Nair, J., Chellasamy, A., & Singh, B. N. B. (2019). Readiness factors for information technology adoption in SMEs: testing an exploratory model in an Indian context. *Journal of Asia Business Studies*, 13(4), 694–718. <https://doi.org/10.1108/JABS-09-2018-0254>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nayati Utami, H., Siti Astuti, E., Maulani Ramadhan, H., Trialih, R., & Alief Aprilian, Y. (2020). The interests of small- and medium-sized enterprises (SMEs) actor in using mobile commerce in effort to expand business network. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 493–508. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-08-2018-0081>
- Normansyah. (2022). Memberdayakan umkm dalam ekonomi di kelurahan bunut kecamatan kisaran barat kabupaten asahan. *Journal, Communnity Development*, 3(2), 379–383.
- Oliveira, T., Thomas, M., & Espadanal, M. (2014). Assessing the determinants of cloud computing adoption: An analysis of the manufacturing and services sectors. *Information and Management*, 51(5), 497–510. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.03.006>
- Phillips, & Bruce A. (2012). *How Cloud Computing Will Change Accounting Forever: Harsman Phil-lips*. Atlanta.
- Prastika, N. E., & Djauhar Edi Purnomo. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Premkumar, G., & Roberts, M. (1999). Adoption of new information technologies in rural small businesses. *Omega*, 27(4), 467–484. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(98\)00071-1](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(98)00071-1)
- Puspitawati, L., & Anggadini, S. D. (2014). *Sistem Informasi Akuntansi*. Graha Ilmu.
- Qalati, S. A., Li, W., Ahmed, N., & Mirani, M. A. (2021). *Examining the Factors Affecting SME Performance : The Mediating Role of Social Media Adoption*. 1–24.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (3th ed.). New York: Free Press.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2014). No Title. In *Sistem Informasi Akuntansi* (Edisi keti). Salemba Empa.
- Saputri, N. A. (2021). Readiness of SMEs on Digital Payment for Business

- Sustainability. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 140–144. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>
- Schillewaert, N., Ahearne, M. J., Frambach, R. T., & Moenaert, R. K. (2005). The adoption of information technology in the sales force. *Industrial Marketing Management*, 34(4 SPEC ISS.), 323–336. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2004.09.013>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Jakarta Se). Salemba Empat
- Setiyani, L., & Yeny Rostiani. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case Study in Karawang, Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1113–1132. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i4.246>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyaningsih, H., & Hanggraeni, D. (2021). The Impact of Technological, Organisational, Environmental Factors on The Adoption of QR Code Indonesian Standard and Micro Small Medium Enterprise Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 5325–5341.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information and Management*, 55(3), 308–321. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.08.004>
- Thong, J. Y. L. (1999). An integrated model of information systems adoption in small businesses. *Journal of Management Information Systems*, 15(4), 187–214. <https://doi.org/10.1080/07421222.1999.11518227>
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>
- Widayani, A., Rachmawati, I., Normawati, R. A., & Latifah, N. (2022). The Adoption Of Mobile Payment Linkaja In Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 43–51.
- Yadegaridehkordi, E., Nilashi, M., Shuib, L., Hairul, M., & Bin, N. (2019). The Impact of Big Data on Firm Performance in Hotel Industry. *Electronic Commerce Research and Applications*, 100921. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100921>

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Yth. Bapak/Ibu/Saudara.....

Di Tempat.

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya:

Nama : Devtania Putri Aprisca

NIM : 195221139

Status : Mahasiswa Strata Satu (S-1), Program Studi Akuntansi Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sehubungan dengan penelitian skripsi program sarjana (S-1) Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta, saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan dengan judul **“Pengaruh Kesiapan Penggunaan *Mobile Payment* Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Menggunakan *Technology, Organization And Environment (TOE) Framework*”**. Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan yang ada secara jujur dan terbuka. Kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, data yang Anda berikan akan saya jaga kerahasiaan nya dan hanya semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner tersebut, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Devtania Putri Aprisca

A. Data Responden

Isilah data di bawah ini dengan memberikan tanda ceklist (√) pada salah satu pilihan jawaban:

Nama :

Jenis Usaha :

Umur :

Apakah anda pernah mendapatkan pelatihan tentang sistem teknologi akuntansi dari pemerintah atau swasta : Ya

Tidak

Omzet Pertahun : Kurang dari 200 juta per tahun

300 juta sampai 500 juta pertahun

500 juta sampai 1 milyar pertahun

Lebih dari 1 milyar per tahun

Sudah berapa lama beroperasi : < 1 Tahun

1 - 5 Tahun

> 5 Tahun

Apakah sudah menggunakan *mobile payment* : Ya, saat ini menggunakan
 Ya, namun sekarang tidak menggunakan

Jenis *mobile payment* yang digunakan : Go-pay OVO
 ShopeePay Dana
 LinkAja Paytern

Jumlah Karyawan : 1 - 5 orang 11 – 50 orang
 6 – 10 orang 51 – 99 orang
 Diatas 99 orang

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Setiap satu pertanyaan hanya ada satu jawaban, responden cukup memberikan tanda ceklist (✓) pada kolom yang telah disediakan. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara, dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Netral (N)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Technological context						
Relative advantage (Moore & Benbasat, 1991)						
1.	Saya merasa menggunakan Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern dapat menyelesaikan tugas dalam pekerjaan lebih cepat.					
2.	Saya merasa menggunakan Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan.					
3.	Menggunakan sistem pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern memudahkan pekerjaan saya ketimbang metode tunai.					
4.	Saya merasa menggunakan sistem pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern menguntungkan penjualan di usaha saya.					
Compatibility (Moore & Benbasat, 1991)						
1.	Saya merasa menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern kompatibel dengan semua aspek di pekerjaan saya.					
2.	Saya merasa menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern sepenuhnya kompatibel dengan situasi dan kondisi saya saat ini.					
3.	Saya merasa menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern cocok di usaha saya.					
4.	Saya merasa menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern adalah metode pembayaran yang tepat diterapkan di usaha saya saat ini.					
Organizational context						
Innovativeness (Wang & Ahmed, 2004)						
1.	Saya merasa yakin jika usaha saya menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern dapat memajukan usaha saya.					
2.	Saya merasa jika menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern sering dianggap baru oleh para pelanggan					
3.	Saya merasa metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern hanya memiliki perubahan kecil dari metode pembayaran biasanya.					
4.	Saya merasa menggunakan metode pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern sering kali membuat saya harus menghadapi pesaing baru.					
Mobile payment knowledge (Thong, 1999)						

1.	Karyawan saya memiliki kecakapan dalam menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern.					
2.	Saya memiliki karyawan yang ahli dalam menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern.					
3.	Saya yakin bahwa karyawan saya memiliki kemampuan untuk menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern seperti UMKM lainnya.					
<i>Environmental context</i>						
<i>Competitive pressure</i> (Premkumar & Roberts, 1999)						
1.	Saya percaya jika saya tidak menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern maka saya akan kehilangan pelanggan.					
2.	Saya merasa ini adalah kebutuhan strategis untuk menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern untuk bersaing di pasar.					
<i>External support</i> (Ifinedo, 2011)						
1.	Saya merasa beberapa pesaing saya sudah mulai menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern.					
2.	Saya merasa pesaing saya mengetahui pentingnya menggunakan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern dan menggunakannya untuk operasi					
3.	Pelanggan saya menuntut penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern dalam penggunaan metode pembayaran.					
<i>Firm Performance</i> (Apigian et al., 2005; Tajudeen et al., 2018)						
1.	Penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern mengurangi pekerjaan manual seperti (rekonsiliasi uang dan nota)					
2.	Penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern mengurangi biaya resiko, yaitu adanya salah hitung dalam pencatatan transaksi					
3.	Penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern meningkatkan layanan terhadap konsumen					
4.	Penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern mempercepat antrian konsumen saat pembayaran					
5.	Penggunaan metode pembayaran Go-pay, ShopeePay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern memudahkan dalam pencarian transaksi					
<i>Mobile Payment Adoption</i> (Setiyani & Yeny Rostiani, 2021)						

1.	UMKM saya atau UMKM tempat saya bekerja menggunakan sistem pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern sebagai alat pengelola bisnis					
2.	UMKM saya atau UMKM tempat saya bekerja sudah menggunakan sistem pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern secara menyeluruh					
3.	Saya merasa menggunakan sistem pembayaran Go-pay, Shopeepay, LinkAja, Dana, OVO, Paytern sangat penting untuk usaha saya					

Lampiran 3: Surat Dinas Koperasi



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
 DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
 DAN PERINDUSTRIAN

Jl. Yosodipuro No. 162 Telepon / Fax : (0271) 714890
 E-mail : dinkopukmperin@surakarta.go.id
 SURAKARTA
 57139

SURAT KETERANGAN

Nomor : *Km 0801/3547/KU/2022*

Dasar : Surat Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta Nomor
 070/1523/XII/2022 Tanggal 08 Desember 2022 Perihal Izin Penelitian

Yang bertandatangan di bawah ini,:

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Nama | : WAHYU KRISTINA, SS.MM |
| 2. NIP | : 19711003 199803 2 004 |
| 3. Pangkat/ Golongan Ruang | : Pembina Tingkat I / IVb |
| 4. Jabatan | : Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan
Menengah dan Perindustrian Kota Surakarta |

Dengan ini menerangkan bahwa :

- | | |
|----------------------|---|
| 5. Nama | : DEVTANIA PUTRI APRISCA |
| 6. No. Identitas | : 3521106504000001 |
| 7. Asal Instansi | : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta |
| 8. Alamat Instansi | : Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo |
| 9. Keperluan | : Melakukan Penelitian |
| 10. Objek Penelitian | : UMKM di Kota Surakarta |

Diberikan izin untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kesiapan
 Penggunaan Mobile Payment Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Menggunakan
 Technology, Organization And Environment (TOE) Framework"

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 27 Desember 2022

KEPALA DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN
 MENENGAH DAN PERINDUSTRIAN
 KOTA SURAKARTA

WAHYU KRISTINA, SS.MM
 Pembina Tingkat I
 NIP. 19711003 199803 2 004

Tanda Terima Berkas Pendaftaran

<https://litbang.surakarta.go.id/bo/index.php?mod=izin.pemohonan...>

**PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH**

Jalan Jenderal Sudirman No. 2 Kampung Baru, Pasar Kliwon, Telp: (0271) 836426
Website: <http://litbang.surakarta.go.id> E-mail: balitbangdaska@surakarta.go.id, balitbangdaska@gmail.com
SURAKARTA
57111

Nomor : 070/1523/XII/2022
 Penhal : Izin Penelitian

Dasar : Surat Izin Rekomendasi Dari Instansi Pemohon
 Mengingat : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
 2. Surat Edaran Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Perindugan Masyarakat Provinsi Jawa Tengah Nomor 070/265 Penhal Penyederhanaan Prosedur Pemohonan Riset, KKN, PKL di Jawa Tengah

Dijinkan Kepada :

Name	: Devtania Putri Aprisca
No Identitas	: 3521106504000001
Alamat	: Ds semen Dsn Ngerco rt 01 rw 01 kec paron kab ngawi jawa timur , PARON, NGAWI
Asal Instansi	: UIN Raden Mas Said Surakarta
Alamat Instansi	: Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura Sukoharjo PUCANGAN, KARTASURA, SUKOHARJO
Keperluan	: Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kesiapan Penggunaan Mobile Payment Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Menggunakan Technology, Organization And Environment (TOE) Framework "
Lokasi	: 1 Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah
Penanggung Jawab	: Dr. Awan Kostrad Diharjo, S.E. M.Ag
Waktu	: 12 Desember 2022 - 28 Februari 2023

Surakarta, 08 Desember 2022

Kepala Badan Politik Dalam Negeri
dan Hubungan Masyarakat
Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Surakarta



(SRI LESTARI, SH, MM)
NIP : 19700207 199311 2 001

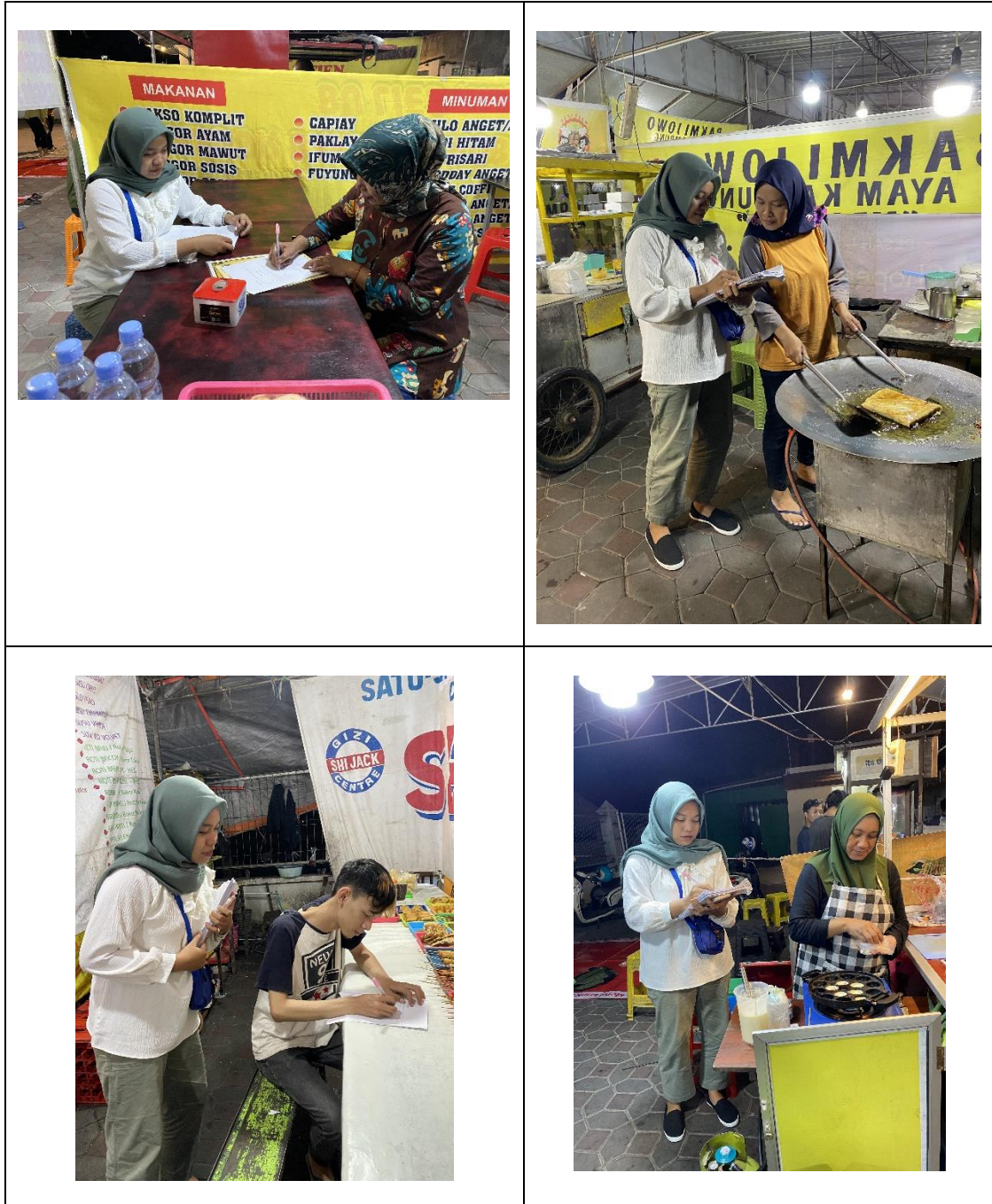
Surakarta, 08 Desember 2022
Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah
Kasubid Kemitraan Inovasi dan Penelitian



(Gunawan Adi Pratio, ST, MT)
NIP : 19670605 199603 1 006



Lampiran 4: Foto Penyebaran Kuesioner Offline





Lampiran 5: Analisis Deskriptif

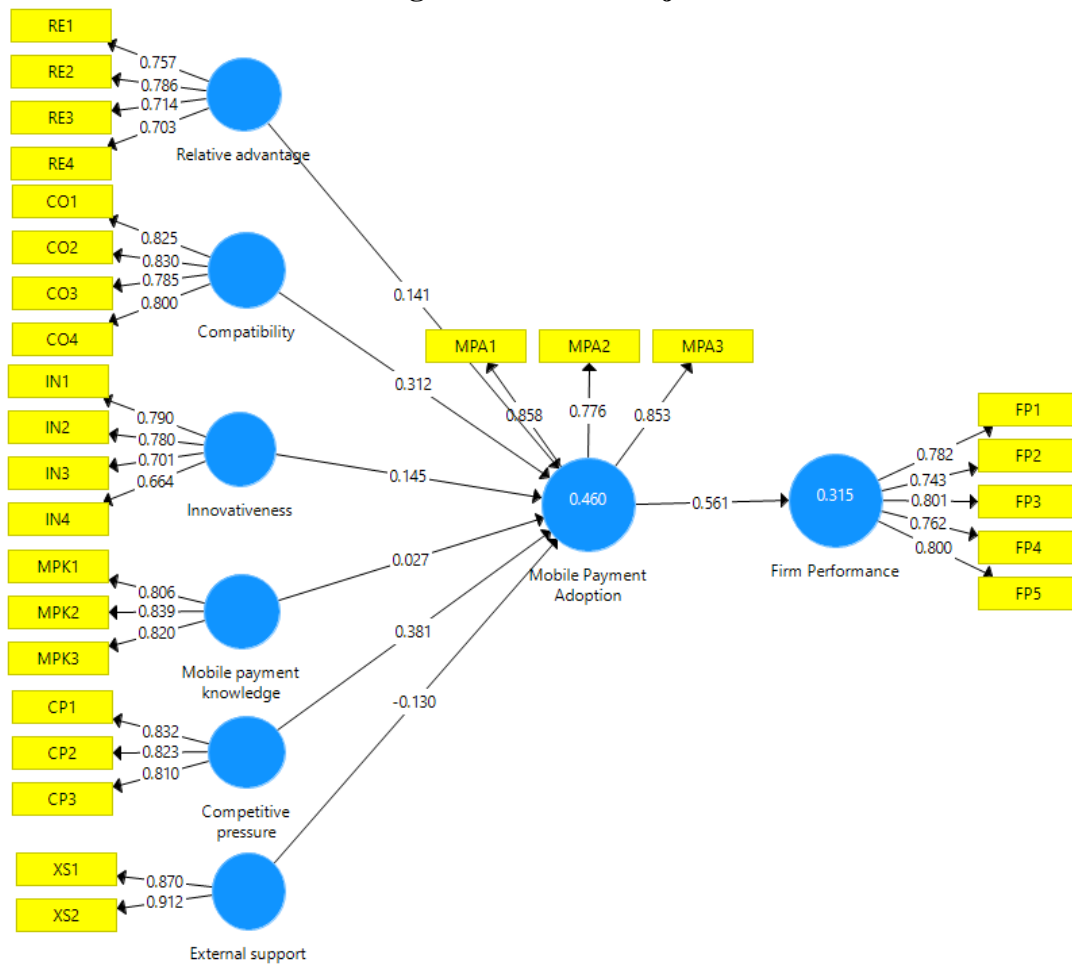
Statistics

		X1_RA	X2_CO	X3_IN	X4_MP K	X5_CP	X6_XS	X7_MP A	Y_FP
N	Valid	199	199	199	199	199	199	199	199
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	16.84	16.92	16.21	12.50	12.21	8.26	12.33	21.32
	Median	17.00	17.00	16.00	12.00	12.00	8.00	12.00	22.00
	Std. Deviation	2.178	2.130	1.815	1.917	1.653	1.199	1.642	2.479
	Minimum	8	12	12	7	9	6	9	15
	Maximum	20	20	20	15	15	10	15	25
	Sum	3351	3367	3225	2487	2430	1644	2453	4242

Lampiran 6: *Output SmartPLS 3.0*

1. Model Pengukuran (Uji *Outer Model*)

Model Pengukuran Sebelum Uji Indikator



Uji Validitas Konvergen
Factor Loading dan AVE
Loading Factor dan AVE

	<i>Loading Factor</i>	AVE	Keterangan
<i>Relative Advantage (RA)</i>		0.548	Valid
RA1	0,757		Valid
RA2	0,786		Valid
RA3	0,714		Valid
RA4	0,703		Valid

<i>Compatibility (CO)</i>		0.657	Valid
CO1	0,825		Valid
CO2	0,830		Valid
CO3	0,785		Valid
CO4	0,800		Valid
<i>Innovativeness (IN)</i>		0.541	Valid
IN1	0,790		Valid
IN2	0,780		Valid
IN3	0,701		Valid
IN4	0,664		Valid
<i>Mobile Payment Knowledge (MPK)</i>		0.675	Valid
MPK1	0,806		Valid
MPK2	0,839		Valid
MPK3	0,820		Valid
<i>Competitive Pressure (CP)</i>		0.675	Valid
CP1	0,832		Valid
CP2	0,823		Valid
CP3	0,810		Valid
<i>External Support (XS)</i>		0.794	Valid
XS1	0,870		Valid
XS2	0,912		Valid
<i>Firm Performance (FP)</i>		0.605	Valid
FP1	0,782		Valid
FP2	0,743		Valid
FP3	0,801		Valid
FP4	0,762		Valid
FP5	0,800		Valid
<i>Mobile Payment Adoption (MPA)</i>		0,689	Valid
MPA1	0,858		Valid
MPA2	0,776		Valid
MPA3	0,853		Valid

Uji Validitas Diskriminan
Fornell Larcker Criterion

	X2	X5	X6	Y	X3	X7	X4	X1
<i>Compatibility (CO)</i>	0.810							
<i>Competitive Pressure (CP)</i>	0.416	0.926						
<i>External Support (XS)</i>	0.358	0.822	0.891					
<i>Firm Performance (FP)</i>	0.526	0.446	0.420	0.778				
<i>Innovativeness (IN)</i>	0.491	0.309	0.297	0.362	0.736			
<i>Mobile Payment Adoption (MPA)</i>	0.590	0.498	0.436	0.561	0.441	0.830		
<i>Mobile Payment Knowledge (MPK)</i>	0.484	0.456	0.432	0.427	0.382	0.414	0.822	
<i>Relative Advantage (RA)</i>	0.584	0.361	0.337	0.489	0.382	0.484	0.447	0.741

Uji Realiabilitas
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	rho_A
<i>Relative advantage</i>	0.725	0.829	0.728
<i>Compatibility</i>	0.826	0.884	0.828
<i>Innovativeness</i>	0.721	0.824	0.744
<i>Mobile payment knowledge</i>	0.761	0.862	0.765
<i>Competitive pressure</i>	0.761	0.862	0.764
<i>External support</i>	0.743	0.885	0.760
<i>Mobile Payment Adoption</i>	0.775	0.869	0.787
<i>Firm Performance</i>	0.837	0.885	0.841

2. Model Struktural atau Uji Inner Model

Uji Determinasi *R-Square dan Adjusted R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Firm performance</i>	0.315	0.311
<i>Mobile payment adoption</i>	0.460	0.444

Predictive Relevance

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<i>Relative Advantage</i>	796.000	796.000	
<i>Compatibility</i>	796.000	796.000	
<i>Innovativeness</i>	796.000	796.000	
<i>Mobile payment knowledge</i>	597.000	597.000	
<i>Competitive pressure</i>	597.000	597.000	
<i>External support</i>	398.000	398.000	
<i>Mobile Payment Adoption</i>	597.000	417.615	0.300
<i>Firm Performance</i>	995.000	811.136	0.185

Model Fit

	<i>Model Saturated</i>	Model Estimasi
SRMR	0.080	0.087
d_ULS	2.596	3.065
d_G	0.758	0.781
Chi-Square	863.611	881.899
NFI	0.642	0.635

Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	T Statistik	P Values	Keterangan
H1 (+)	<i>Relative Advantage</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,240	0,026	Ha Diterima
H2 (+)	<i>Compatibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,865	0,004	Ha Diterima
H3 (+)	<i>Innovativeness</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,583	0,010	Ha Diterima
H4 (-)	<i>Mobile payment knowledge</i> berpengaruh negatif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	0,332	0,740	Ha Ditolak
H5 (+)	<i>Competitive Pressure</i> berpengaruh positif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	2,865	0,004	Ha Diterima
H6 (-)	<i>External support</i> berpengaruh negatif terhadap <i>mobile payment adoption</i>	1,008	0,314	Ha Ditolak
H7 (+)	<i>Mobile payment adoption</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm performance</i>	11,076	0,000	Ha Diterima

Lampiran 7: Hasil Uji Plagiasi

Skripsi_Putri			
ORIGINALITY REPORT			
26%	26%	12%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		8%
2	dspace.uii.ac.id Internet Source		3%
3	Thipa Mahakittikun, Sid Suntrayuth, Veera Bhatiasevi. "The impact of technological-organizational-environmental (TOE) factors on firm performance: merchant's perspective of mobile payment from Thailand's retail and service firms", Journal of Asia Business Studies, 2020 Publication		1%
4	journal.budiluhur.ac.id Internet Source		1%
5	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source		1%
6	www.researchgate.net Internet Source		1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source		1%

Lampiran 8: Data Mentah Karakteristik Responden

Email Address	Nama	Jenis Usaha	Umur	pelatihan	Omzet Pertahun	
rezaagustin068@gmail.com	Reza Agustin Febriana	Kios Soto	22	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
ekobolo2@gmail.com	Eko Purwanto	Warung kopi	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
ertaertamevia@gmail.com	Rohmatun	Seblak	45	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
cihuanisa@gmail.com	Anis Ruzaniah	Kuliner	26	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
amalisaiswah25@gmail.com	Lilis	Makanan	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
yusufcahadrah17@gmail.com	Muhammad Yusuf Arief K	Nasgor	23	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
rrikhul@gmail.com	Rika Rachmawati	Makanan online	21	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
anggunkurniajati@gmail.com	Anggun trihartanti kurniajati	Umkm	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
samarajannah11@gmail.com	Samara	Makanan	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
angghanindya3@gmail.com	Anggi Hanindya Fikadilla	Martabak manis mini	25	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
vhjnb@hhjfg.com	nana	makanan	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
ayudyah150794@gmail.com	Diah ayu	Minuman	28	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
agungtyasprasetya@gmail.com	agung tyas prasetya	authentic es dawet bayat cemani	37	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
listiamanda1dewi@gmail.com	Amanda	Perlengkapan sekolah	21	Ya	500 juta sampai 1 milyar pertahun	1 - 5 Tahun
maulananuruliksan@gmail.com	Maulana Nurul Ikhsan	Gudstaf.thrif	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
atinfzahro22@gmail.com	Suratin Fatimah Zahro	Kuliner	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

alfiananshory48@gaik.com	Alfian	Warung makan	28	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
cakryan757@gmail.com	Imron Ryan Utama	Cafe kecil-kecilan	19	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
saefajar@gmail.com	Udin	Martabak dan terang bulan	35	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
listiyafera@gmail.com	Fera Listiya Ningsih	Bisnis Retail	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
wijiastuti87@gmail.com	Wijij lestari	Jual makanan	47	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
rahmaecca067@gmail.com	rahmawati eka budiati	restoran	23	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
puputpuput2255@gmail.com	Puput	Konter	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
meilyaafanti@icloud.com	Meilya Afanti Putri	Konter Tugu Lilin Cellular	18	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
royjulianto443@gmail.com	Roy	Frenches say story	24	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
happynuraini95@gmail.com	Happy nurani	Food and beverage	19	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
kusnulkotimah377@gmail.com	Kusnul kotimah	Online shop (Pakaian, masker,sofcase)	17	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
fadhilahtasya90@gmail.com	Fadhilah Tasya Magqfiroh	Online shop softcase hp	17	Tidak	Lebih dari 1 milyar per tahun	> 5 Tahun
hidayatblackberry@gmail.com	Khusnul	FnB	25	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
qomariyahn763@gmail.com	Nuqi	Makanan	21	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
rikasintiadewi56@gmail.com	Rika Sintia Dewi	Kerajinan bouquet	20	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
kanafadila0248@gmail.com	Kanavalia	Umkm	21	Tidak	Lebih dari 1 milyar per tahun	> 5 Tahun
annisaislamiati30@gmail.com	LAB MILK	Minuman	20	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun

nolarf17@gmail.com	Indah Ayu Virgiani	Philo coffe(culinary)	21	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	< 1 Tahun
tokoikar@gmail.com	Ika Rahmawati	TOKO	40	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
raisha0908@gmail.com	Raisha Nancy Ratu Pertiwi	Kuliner	33	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
asshima431@gmail.com	Shima as shiffa	Kopi	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
niken.septiani586@gmail.com	Niken Septiani	Makanan	20	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
roissatul10@gmail.com	Rois Satul Maghfiroh	Kuliner	22	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
sunarsih0878@gmail.com	Pingki Permata Sari	Makanan	21	Ya	500 juta sampai 1 milyar pertahun	1 - 5 Tahun
istiqomahirma62@gmail.com	Istri	Fashion	25	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
rizkabayuprakasa@gmail.com	Rizka	Cafe	24	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
diahnofita14@gmail.com	Diah	Kuliner	22	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
lindalahai6@gmail.com	Linda Lahai	Fashion	30	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
devaaltiara@gmail.com	Deva Nur Putri Altiara	Kuliner	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
fajarjanny158@gmai.com	Fajar janny rodiyaningrum	Karyawan	24	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
mahliafibri001@gmail.com	Mahlia fibri mellyani	Usaha kesehatan	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
alifiasafitri39@gmail.com	Alifia Nony Safitri	Usaha Jasa	22	Ya	500 juta sampai 1 milyar pertahun	> 5 Tahun
wahyunandaritanika81@gmail.com	titanika wahyunandari	Makanan	24	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Febrylaras27@gmail.com	Febry Laras Ati	Angkringan Nglaras	20	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
rezza2002amelia@gmail.con	Reza Amelia	f&b	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
titieindarti@gmail.com	Sri Indarti	Ayam goreng Pangestu	42	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

wantipur976@gmail.com	PURWANTI	FASHION	31	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
chilfaanggraini@gmail.com	Chilfa Ayu	Kedai	29	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
ardypurnama199@gmail.com	Ardy P	Peternakan	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
nolarf17@gmail.com	Aprilia Mudita	Franchise Minuman Labmilk Jatiroto	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
nophalhoras@gmail.com	ITS BOBA INDONESIA	F&B	25	Ya	Lebih dari 1 milyar per tahun	1 - 5 Tahun
gilangkemal94@gmail.com	Gilang Mohammad Kemal Alfaiz	Parfume	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
wongso189@gmail.com	Wongso	Makanan	51	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
anugrah98@gmail.com	Sumardi	Makanan	53	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
sumarnis@gmail.com	Sumarni	Fashion	49	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
ikawati.rahma2332@gmail.com	Rahmalia I	umkm perlengkapan bayi	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
regitawela805@gmail.com	Regita Wela Agustin	Online shop	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
ekaa7104@gmail.com	Ekawati	Makanan (Baso Aci)	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
harisaffan56@gmail.com	Haris Ridwan Affan	Konveksi	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
diananggin10@gmail.com	Dian Anggi Nirvan Hananda	Pakaian	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
moyananda33@gmail.com	Moya Nanda Jenie Noerida	Warung Baso Ojek	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
muhraflioke@gmail.com	Muhammad Rafli	Digitaaal Printing	20	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
embunkarikasari3@gmail.com	Embun	Retail	20	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

haifahhaifah63@gmail.com	Haifah	Raso (pembersih jamur dipakaian)	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
dindaasf@gmail.com	Dinda Safitri	Makanan (Seblak)	23	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
annisaislamiati30@gmail.com	Mie Ayam dan Bakso Pojok Mekarsari	Kuliner	30	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
Ngatini171717@gmail.com	Ngatini	Minuman (Es Cendol)	40	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
rtafricha@gmail.com	dina	kuliner	25	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
rizkadyahaziza@gmail.com	Rizka Dyah Aziza	Makanan	19	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
rioolonco2502@gmail.com	Rio	bengkek	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
arsiskaekananda@gmail.com	Arsiska Ganis	-	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
diyahayy96@gmail.com	Diyah	Sempol ayam	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
aisyahaster123@gmail.com	Seblak Endes Bang Jo Cabang UMS3	Kuliner	5	Tidak	500 juta sampai 1 milyar pertahun	1 - 5 Tahun
aisyahaster123@gmail.com	Nyoklat Klasik Gawok	Minuman	10	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
aisyahaster123@gmail.com	Mie Gawok	Kuliner	1	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
winsgarden@gmail.com	Adiati Handayani	Online Shop Tanaman	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
wildanasyari@gmail.com	Muhammad Wildan Asyari	Counter paket data	28	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
kholifatulsaadah03@gmail.com	Kholifatul sa'adah	Gamis	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
hestitria87@gmail.com	Peni haryati	Dagang sembako	50	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

ridhaasmiati123@gmail.com	Sunari	Toko Sembako	52	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
saelatulalfyah@gmail.com	Saella	Rumah makan	30	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
ikaissarohani@gmail.com	Ika Issa Rohani	Muslim Fashion (Baju, jilbab dan mukena)	24	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
arsethzero23@gmail.com	Joko	FnB	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
arsethosukses@gmail.com	Muis	Fnb	45	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
arsethowicaksono23@gmail.com	Pak dono	Fnb	46	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
ditaindahra@gmail.com	Dita Indah Rahmawati	Bakery	35	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
putridisney70@gmail.com	Putri Nurhana	Mie ayam bakso	33	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
sempaknaga60@gmail.com	Sholeh	Fnb	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
arsethosuksesbanget@gmail.com	Nur	Fnb	37	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
arsbigdream@gmail.com	Podo	Fnb	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
evifitriyani03@gmail.com	Evi Fitriyani	Kerajinan Tembaga dan Kuningan	32	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
devyananur18@gmail.com	Devyana Nur Rahmawati	Fried Chicken	30	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
lailatulbadriyah996@gmail.com	Lailatul Badriyah	Produksi kerupuk bawang	35	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
nadilapremitha@gmail.com	nadila premitha aprilia	minuman teh	22	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
crizyela3110@gmail.com	crizyela	warung penyetan	31	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
alkafimuhammad87@gmail.com	Alkafie Muhammad	Toko Sembako	22	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
zainalardin01@gmail.com	M Zaenal	Wirausaha mikro	32	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun

diyah7042@gmail.com	Halimatus Sa'diyah	Konveksi	33	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
deniism114@gmail.com	Deni	Kuliner	38	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	1 - 5 Tahun
elga.nanda.en3@gmail.com	Elga Nanda Pradana	Toko sembako	30	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
fazanursandjaja26@gmail.com	Faza Nur	Ukm	30	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
dindakussumadewi@gmail.com	Adinda Kussuma	Roti bakar	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
yosityas34@gmail.com	Yosi Tyas Pratiwi	Jual Ayam Potong	22	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
septianpras777@gmail.com	septian dwi	Krupuk	33	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
dwianandaviliandini@gmail.com	Dwi Ananda Viliandini	Usaha Sembako	38	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
tyanurramadhani12@gmail.com	Tya Ramadhani	Usaha kuliner	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
eldha.candra15@gmail.com	Elda Candra	Makanan angkringan	30	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
frndilham@gmail.com	Ilham Firnanda	Catering Nasi	48	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
lianurradhoni25@gmail.com	Lianur Ramadhoni	Pedagang sandal	30	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
umarfanany10@gmail.com	Anum Umar Fanany	Kuliner	30	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
syafiahindaryati1007@gmail.com	Syafiah Indaryati	ONO DIMSUM	25	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
anisahphp06@gmail.com	Anisa Himayanti	Makanan (Kue Kering)	33	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
penovano123@gmail.com	Dwi danang	Cumi bakar	45	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
shafiraangraini01@gmail.com	Shafira	Ramen	32	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
liasaputri236@gmail.com	Siti Maryani	Ketring	50	Tidak	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
bintangmaha3@gmail.com	Bintang	Clothing	38	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

rahayuh111@gmail.com	Rahayu	Kuliner (minuman)	21	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
lailirahmawati659@gmail.com	Laili	Pedagang crepes	32	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
daramitharosydah@gmail.com	Daramitha Rosydah	Pakaian	41	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
nazaliawindi29@gmail.com	Nazalia Windi S	Bisnis tempat penginapan dan jasa konsultan pariwisata	28	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
luthfihazanatinzahro@gmail.com	Luthfi	UMKM Batik	22	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
susiloadi568@gmail.com	Sukoco	Roti bakar	42	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
elferafeb@gmail.com	KARTINI	WARUNG MAKANAN	48	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
tinianita@gmail.com	Partini	Kathering	48	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
taufikkhurrohman57@gmail.com	Taufik khurrohman	Toko online	23	Tidak	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Eny Wijayanti	Kelontong	60	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yaniarti	Sea Food	50	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Putri Wahyuni	Bakaran	27	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Suwarni	Sea Food	50	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Supri	Timlo	50	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Diah Rahayu	Rawon	51	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Budi Hartono	Markobar	60	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	PURWANTI	Belut	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Dedy Irwanto	Tengkleng	59	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun

Offline	Edo Putro	Burger	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Prasetyo	ZuppaSoup	39	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	DianaRahmawati	Hotdog	37	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Arik Hermansyah	Minuman Boba	35	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Joko Susilo	Minuman	34	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Egar Kurniawan	Minuman shi jack	24	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Nur Hayati	Takoyaki	32	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Erizal Muhammad	Roti bakar	28	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Hassanah	Salad Buah	31	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Aziz Bahri	Masakan Padang	56	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Heri	Sate Ayam	32	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yusuf Risqi	Alpukat Kocok	23	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
Offline	Latifah	Toppoki	20	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	< 1 Tahun
Offline	Irul	Sate Padang	28	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
Offline	Tentrem Iswati	Nasi Goreng	59	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
Offline	Iswan	Bakso Malang	40	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
Offline	Arifin	Bakmi Suroboyo	62	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun
Offline	Firmansyah	Fuyunghai	29	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Anik Siswati	Burger	40	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun

Offline	Wahyono	Pizza	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Iskandar	Warmindo	40	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yuniati	Kelontong	60	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Anang	Kelontong	32	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Niken Seputri	bebek ayam penyet	39	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yeni	Martabak	39	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Hanifa	Sate Taichan	30	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Fikar	Sate Taichan	34	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Nita Sulisty	Soto Betawi	40	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Ari Mulyani	Bakmi Jowo	42	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yantono	Terang Bulan	45	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Handoro	Sup Ayam	58	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Bang Dado	Soto Betawi	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Wahyu	Lamongan	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Uud Handayani	Ikan Bakar	32	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Femiati	Penyetan	28	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Sri Sumedi	Bakaran	52	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Dewi Kartini	Penyetan	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Sukardi	Penyetan	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun

Offline	Joko Suwarno	Martabak Jakarta	49	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Diah Rahayu	Selat Segar	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Yudi Kuntut	Lamongan	47	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Keceng	Nasgor Seafood	53	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Samiyatin	makanan	54	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Yuliati	Ayam Geprek	50	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Putro Handoko	Bakaran	38	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Fatmawati	sop kaki kambing	48	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Slamet Waluyo	sate	48	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Yulike Rofianti	Nasi Goreng	32	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Yani Puspitosari	Catering Nasi	41	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Nur Cahyani	Salad Buah	54	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Harso Tryono	Gudeg	50	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Kenedi Supar	Tahu Tek	43	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Sony	Tahu Campur	30	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Iwan Kurniawan	Kopi OTW	37	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Nur Bejo	Minuman	29	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Agus	Geprek	40	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Rio Kurniawan	Minuman Shijack	40	Ya	300 juta sampai 500 juta pertahun	> 5 Tahun

Offline	Bogel Wahyudi	Seafood	27	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Hamzah Burhan	Rujak Cingur	29	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	1 - 5 Tahun
Offline	Wahyudi	Kepinting	46	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Usman Abdullah	NasI Liwet	57	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun
Offline	Lindarti	Gorengan	52	Ya	Kurang dari 200 juta per tahun	> 5 Tahun

Lanjutan...

Apakah sudah menggunakan <i>mobile payment</i>	Jenis <i>mobile payment</i> yang digunakan	Jumlah Karyawan
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	LinkAja	11 - 50 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	6 - 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana, Paytern	6 - 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang

Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana, Paytern	6 – 10 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	Diatas 99 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	Diatas 99 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	Diatas 99 orang
Ya, saat ini menggunakan	LinkAja	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang

Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	6 – 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, LinkAja, OVO, Dana	6 – 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	6 – 10 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	11 – 50 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	11 – 50 orang
Ya, saat ini menggunakan	Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang

Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	LinkAja	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	LinkAja	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	6 – 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana, Paytern	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Shopeepay, Paytern	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	11 – 50 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	11 – 50 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	11 – 50 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, LinkAja, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Dana	6 – 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, OVO	1 - 5 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Go-pay, Shopeepay, OVO, Dana	6 – 10 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	1 - 5 orang
Ya, saat ini menggunakan	Shopeepay	6 – 10 orang
Ya, namun sekarang tidak menggunakan	Dana	1 - 5 orang

Lampiran 9: Tabulasi Data

RE1	RE2	RE3	RE4	CO1	CO2	CO3	CO4	IN1	IN2	IN3	IN4	MP K1	MP K2	MP K3	XS1	XS2	CP 1	CP 2	CP 3	FP1	FP2	FP3	FP4	FP5	MP A1	MP A2	MP A3
5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	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	4
4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	4	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3

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

5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4		
5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
4	4	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4		
3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	
5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	2	1	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	
5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	
3	2	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	
4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	
5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	5	5	4	3	3	
4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
5	3	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	
3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	
5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
5	5	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	
4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3

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

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

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