KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT



Skripsi

Oleh:

Nama : Aditya Pratama

No. Mahasiswa: 15312308

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Aditya Pratama

No. Mahasiswa: 15312308

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester Genap 2019/2020, hari, tanggal: Rabu, 07 April 2021, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : **ADITYA PRATAMA**

No. Mahasiswa : **15312308**

Judul Tugas Akhir : KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT

Pembimbing : Sigit Pamungkas,,S.E., M.Com.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir/Skripsi tersebut dinyatakan:

1. Lulus Ujian Tugas Akhir *)

~~a. Tugas Akhir tidak direvisi~~

b. Tugas Akhir perlu direvisi

~~**2. Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir**~~

Nilai : A-

Referensi : Layak/~~Tidak Layak~~ *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji

Ketua Tim : Ayu Chairina Laksmi,,S.E., M.App.Com., M.Res., Ak., Ph.D.

Anggota Tim : Sigit Pamungkas,,S.E., M.Com.

Yogyakarta, 07 April 2021

Ketua Program Studi Akuntansi

Mahmudi, Dr. SE., M.Si., Ak.,CMA.

Keterangan:
**) Coret yang tidak perlu*
- Bagi yang lulus Ujian Tugas Akhir dan Komprehensif, segera konfirmasi ke Divisi Akademik

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT

Disusun Oleh : **ADITYA PRATAMA**

Nomor Mahasiswa : **15312308**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Rabu, 07 April 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Pamungkas,,S.E., M.Com.

Penguji : Ayu Chairina Laksmi,,S.E., M.App.Com., M.Res., Ak., Ph.D.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku"

Yogyakarta, 02 Maret 2021

Penulis,



(Aditya Pratama)

KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Aditya Pratama

No. Mahasiswa: 15312308

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 24 Februari 2021

Dosen Pembimbing,



Sigit Pamungkas S.E., M.Com.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

KESIAPAN USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI LAYANAN MOBILE PAYMENT

Disusun Oleh : **ADITYA PRATAMA**

Nomor Mahasiswa : **15312308**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Rabu, 07 April 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Pamungkas,,S.E., M.Com.

Penguji : Ayu Chairina Laksmi,,S.E., M.App.Com., M.Res., Ak., Ph.D.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

"Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya"

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

"Karena sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

"Orang yang mampu belajar dari kesalahan adalah orang yang berani untuk sukses"

(Abu Bakar Sibli)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah Swt yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Kesiapan Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta Dalam Mengadopsi Teknologi Layanan *Mobile Payment*".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar kesarjanaan pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Islam Indonesia. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenaya, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat yang selalu menjadi teladan dalam perjalanan hidup.
3. Ayahanda tercinta, Bapak Herri Zulkarnain dan Ibunda tercinta, Ibu Elva Riani dan Adik-adikku tersayang Arya Ade Maulana, Anjelya Septriani, Axel Aqrabbi Zulkarnain. Terima kasih atas segala kesabaran, kekuatan, doa, cinta dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti. Terima kasih untuk selalu menemani, memberi dukungan dan menjadi pendengar yang baik untuk semua

keluh dan kesah. Terima kasih karena telah menjadi sosok orangtua yang baik hati, yang begitu kuat untuk ku dan untuk adik ku.

4. Bapak Sigit Pamungkas S.E., M.Com. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan, waktu, saran, nasihat serta inspirasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak. selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Kekasih sekaligus sahabat, Adilla Lindri Fabiola, terimakasih sudah memberikan sejuta cara agar dapat menumbuhkan semangat bagi penulis, yang selalu mengerti keadaan penulis ketika sedang mengalami hari-hari yang buruk. Terimakasih sudah memberikan dukungan, semangat serta doa yang telah membantu dalam proses skripsi ini agar berjalan dengan baik.
9. Sahabatku, Aditya Ashrido. Terimakasih atas dukungan dan semangat mu, semoga kita bisa menjadi bisa terus bersama dalam persahabatan dan cita –cita kita tercapai.

10. Sahabat - sahabatku, Anisah Rachmawati, Dewi Ariayani, Silvi Auliasari, Ashfamita Khanza Kirana yang telah menjadi pendengar yang baik, tempat bertukar kisah suka dan duka. Terimakasih atas dukungan dan semangat kalian, semoga kita bisa menjadi bisa terus bersama dalam persahabatan dan cita –cita kita tercapai.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran ke arah perbaikan sangat diperlukan. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 02 Maret 2021

Penyusun,



(Aditya Pratama)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI ..... **Error! Bookmark not defined.**
MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ABSTRACT xvi
ABSTRAK xvii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1.Latar Belakang……. 1
1.2.Rumusan Masalah……. 5
1.3.Tujuan Penelitian…… 6
1.4.Manfaat Penelitian……. 7
BAB II KANJIAN PUSTAKA 9
2.1.Landasan Teori……. 9
2.1.1.Konsep Dasar Kesiapan 9
2.1.2.Usaha Kecil Menengah (UKM) 10
2.1.3.Adopsi TI Oleh UKM……..11
2.1.4.*Mobile Payment.*……. 12
2.1.5.Adopsi Inovasi…….. 13
2.1.6.Teori-teori Tentang Pengadopsian Teknologi 15
2.1.7.Kerangka TOE…… 17
2.1.8.Teknologi (*Technology*) 18

2.1.9.Organisasi (*Organization*) 19
2.1.10.Lingkungan (*Environment*) 20
2.2.Penelitian Terdahulu…… 21
2.3.Hipotesis Penelitian……..... 25
2.3.1.Teknologi (*Technology*) 25
2.3.2.Organisasi (*Organization*)..... 26
2.3.3.Lingkungan (*Environment*) 27
2.4.Kerangka Penelitian…….. 28
BAB III METODE PENELITIAN..... 29
3.1.Metode Penelitian……..... 29
3.2.Subjek dan Objek Penelitian 29
3.3.Populasi dan Sampel……. ..... .29
3.4.Teknik Pengambilan Sampel..... 30
3.5.Sumber data……..... 31
3.5.1.Jenis Data……. 31
3.5.2.Teknik Pengumpulan Data 31
3.6.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 33
3.6.1.Keuntungan Relatif……. 33
3.6.2.Kesesuaian……..... 34
3.6.3.Kerumitan……..... 35
3.6.4.Kompetensi Organisasi 35
3.6.5.Pelatihan dan Pendidikan 37
3.6.6.Tekanan Kompetitif…… 38
3.6.7.Adopsi Inovasi……. 39
3.7.Metode Analisis Data……..... 40
3.7.1.Alat Analisis Data……. 40
3.7.2.Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)..... 41
3.8.Uji Model Struktural (*Inner Model*)..... 42
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 43
4.1.Hasil Pengumpulan Data……..... 43
4.2.Karakteristik Responden…….. ..... .43
4.2.1.Klasifikasi berdasarkan Jenis Usaha 44

4.2.2.Klasifikasi berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Beroperasi 45
4.2.3.Klasifikasi berdasarkan Apakah Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile payment*..... 45
4.2.4.Klasifikasi berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile payment*..... 46
4.2.5.Klasifikasi berdasarkan Kisaran Pendapatan Usaha Per Tahun..... 47
4.3.Uji Instrumen Penelitian…… 48
4.3.1.Hasil *Outer Model* (Uji Model Pengukuran) 48
4.3.2.Uji Reliabilitas…….. 53
4.4.Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*) 54
4.4.1.Uji Goodness-Fit Model..... 55
4.4.2.Uji Hipotesis…….. 56
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN..... 62
5.1.Kesimpulan…… 62
5.2.Keterbatasan Penelitian……..... 63
5.3.Saran……..... 63
5.4.Implikasi Penelitian…… 66

DAFTAR PUSTAKA 65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 21
Tabel 3.1 Skala *Likert* 32
Tabel 3.2 Indikator Keuntungan Relatif.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3.3 Indikator Kesesuaian.....**Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3.4 Indikator Kerumitan 35
Tabel 3.5 Indikator Kompetensi Organisasi..... 36
Tabel 3.6 Indikator Pelatihan dan Pendidikan 37
Tabel 3.7 Indikator Tekanan Kompetitif..... 38
Tabel 3.8 Indikator Adopsi Inovasi..... 40
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data..... 43
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha..... 44
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi 45
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Apakah Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile Payment* 45
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile Payment* 46
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kisaran Pendapatan Usaha Per Tahun..... 47
Tabel 4.7 *Initial Item Loadings* dan AVE..... 49
Tabel 4.8 *Initial Item Loadings* dan AVE..... 51
Tabel 4.9 Nilai *Cross Loading*..... 52
Tabel 4.10 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*..... 54
Tabel 4.11 Nilai *R-Square*..... 55
Tabel 4.12 Hasil *T Statistic* dan *Original Sample*..... 57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Smesco Shop Indonesia 11
Gambar 2.2 Kerangka TOE 17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran 28
Gambar 4.4.1 Model Hasil Penelitian 56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2 : Identitas Responden
LAMPIRAN 3 : Hasil *Outer Model*
LAMPIRAN 4 : Hasil *Inner Model*
LAMPIRAN 5 : Gambar Model Hasil Penelitian

ABSTRACT

This study aims to determine the readiness of SMEs in using the mobile payment service technology system as a payment method, to find out what factors influence the readiness of SMEs in adopting mobile payment service technology using the TOE framework. Unpreparedness of users will create resistance to technology and the impact can further thwart the adoption of technology itself, resulting in a disharmonious environment within the company and organization. Mobile payment is a means of payment for transactions using electronic devices. Currently, mobile payments can be used to pay for goods or services in non-cash if they are registered in the mobile payment service application. In its application, there are still SMEs that do not master the payment system when the buyer wants to use it. This is due to the lack of readiness of business actors regarding the use of a mobile payment system. In addition, buyers still tend to use cash or use debit cards for transactions even though mobile payments have been provided to these UKM. This study uses a quantitative method with the sample used, namely SMEs that are currently still using the mobile payment system, and have used a mobile payment system, but are currently not being used as a payment system in the Special Region of Yogyakarta with a total sample size of 100. respondents. Furthermore, the data obtained were analyzed using a PLS-SEM approach using the SmartPLS 3.0 application. The result is that two of the six hypotheses are rejected because the T-test value of the hypothesis is less than 1.65, while the other 4 hypotheses are declared significant and accepted.

Keywords: *SME Readiness, Adoption of innovation, Mobile payment, TOE Framework, Technology, Organization, Environment.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesiapan UKM dalam menggunakan sistem teknologi layanan *mobile payment* sebagai metode pembayaran, mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kesiapan UKM dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* dengan menggunakan kerangka TOE. Ketidaksiapan pengguna akan menciptakan resistansi terhadap teknologi dan dampak yang lebih jauh dapat menggagalkan adopsi teknologi itu sendiri sehingga menimbulkan lingkungan yang tidak harmonis dalam perusahaan maupun organisasi. *Mobile payment* merupakan alat pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan perangkat elektronik. Saat ini, *mobile payment* dapat digunakan untuk membayar kebutuhan barang atau jasa secara non tunai apabila sudah terdaftar pada aplikasi layanan *mobile payment*. Dalam penerapannya, masih ditemukan UKM yang tidak menguasai sistem pembayaran tersebut saat pembeli ingin menggunakannya. Hal ini terjadi, karena kurangnya kesiapan pelaku usaha terkait penggunaan sistem pembayaran *mobile payment*. Selain itu, pembeli masih cenderung menggunakan uang tunai atau menggunakan kartu debit untuk bertransaksi walaupun sudah disediakan pembayaran *mobile payment* pada UKM tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang digunakan yaitu UKM yang saat ini masih menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, dan sudah pernah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, namun sekarang sedang tidak digunakan sebagai sistem pembayaran yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan PLS-SEM menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasilnya dua dari enam hipotesis ditolak karena nilai T-test dari hipotesis tersebut kurang dari 1,65, sedangkan 4 hipotesis lainnya dinyatakan signifikan dan diterima.

Kata kunci: Kesiapan UKM, Adopsi inovasi, *Mobile payment*, Kerangka TOE, Teknologi, Organisasi, Lingkungan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi, di dunia digital dan internet yang pesat akan mempengaruhi dunia pemasaran, dimana pemasaran tradisional pada awalnya hanya dilakukan secara manual kemudian berubah menjadi pemasaran secara digital, yang dikenal dengan era digital (Purwana et al., 2017). Dengan berkembangnya teknologi dan fasilitas jaringan internet semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari terutama dalam hal bertransaksi. Sehingga masyarakat mulai beralih ke transaksi secara non tunai, yaitu dengan menggunakan media digital yang ada pada ponsel pintar (*smartphone)*. Selain lebih mudah dalam melakukan transaksi, melakukan transaksi dengan menggunakan ponsel pintar dianggap lebih praktis dan efisien karena dilengkapi dengan sistem keamanan (Gosal & Linawati, 2015).

Dalam pertukaran informasi, internet sejak tahun 1990 telah memberikan banyak peluang baru khususnya pada operasional bisnis sebagai alat tukar informasi (Setiobudi & Wiradinata, 2018). Semakin tinggi persaingan bisnis maka kebutuhan manajemen perusahaan yang efektif dan efisien sangat dibutuhkan agar siap mengadopsi penggunaan teknologi, karena sebuah perusahaan pada pengelolaanya tidak dapat dipungkiri lagi harus memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) (Sani & Subiyakto 2018).

Di Indonesia, Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah pelaku ekonomi terbesar yang dapat mempengaruhi dan mampu menjadi penyokong perekonomian Indonesia. UKM telah berkontribusi sebanyak 60,34% Produk Domestik Bruto

(PDB) dan memiliki tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97,22% dari seluruh tenaga kerja nasional (Kemenperin, 2019). Pembinaan UKM diyakini oleh pemerintah dapat meningkatkan peluang ekspor dengan ciri khas yang dimiliki oleh produk dari daerah masing-masing sehingga tidak bergantung lagi pada impor (Khristianto, 2012). Peranan TI dalam dunia UKM juga sangat besar untuk menunjang proses pemasaran dan efisiensi pekerjaan sehingga dapat menaikkan daya saing (Salamah & Kusumanto, 2017).

Pertumbuhan UKM di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 6% per tahun yang didorong oleh pemerintah dan lembaga swasta lainnya. Namun, pertumbuhan tersebut tidak diiringi dengan pengenalan TI terhadap pelaku usaha. Kebanyakan pelaku usaha masih enggan untuk mengenal TI yang sebenarnya dapat meningkatkan daya saing. Kurangnya pengetahuan tentang ini pun yang menyebabkan pelaku usaha tidak tahu cara membuat produk dengan pemanfaatan TI di dalamnya (Erlangga, 2014).

Menurut Syarifah (2017) hanya 30% dari 56,5 juta UKM di Indonesia yang memiliki pengetahuan tentang TI. Para pelaku UKM sangat penting untuk memahami TI agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaan. Peneliti memilih lokasi Yogyakarta sebagai lokasi penelitian. Sebagai kota budaya, kota pelajar sekaligus kota wisata, Yogyakarta didominasi oleh UKM dalam berbagai bidang seperti manufaktur, retail, jasa, dan sebagainya. Yogyakarta juga memiliki daya tarik tersendiri dengan adanya berbagai industri kreatif yang beragam dan menjadi ciri khas pada suatu daerah, misalnya seperti kerajinan perak di daerah Kotagede, gerabah dan souvenir di daerah Kasongan, dan lain sebagainya. Pada tahun 2020 wilayah Yogyakarta tercatat mempunyai sektor UKM sebanyak

39.581,00 unit (Bappeda DIY, 2020). Salah satu yang menjadi faktor pendukung berkembangnya UKM di Yogyakarta yaitu jumlah penduduk yang cukup banyak yaitu mencapai 431.939,00 jiwa.

Beberapa tahun kebelakang ini, banyak perhatian untuk pemberdayaan dan pengembangan bagi UKM di Yogyakarta. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan adopsi TI pada kalangan UKM, salah satunya adalah Pembayaran Digital (*Digital Payment* atau *e-Payment*). *Digital Payment* adalah sistem pembayaran dimana transaksi dilakukan dengan teknik digital yang menggunakan media elektronik sehingga tidak perlu lagi menggunakan uang tunai dalam sistem pembayaran ini (Vinitha & Vasantha, 2018). Sistem *e- Payment* sendiri memiliki berbagai macam jenis seperti *debit/credit card, online banking, m-banking, e-wallet, mobile payment, e-check,* dan *online storage value* (Nguyen & Huynh, 2018).

Untuk saat ini pemanfaatan sistem *e-Payment* pada UKM di Indonesia mulai terlihat pada pembayaran menggunakan sistem *mobile payment*. Pada tahun 2007 *mobile payment* pertama yang dirilis di Indonesia adalah TCash yang diberdayakan oleh Telkomsel, kemudian disusul oleh Indosat dan XL Axiata. Di tahun 2012 *mobile payment* mulai didirikan dari pengembang aplikasi dan industri perbankan (Setiobudi & Wiradinata, 2018). Kebanyakan *mobile payment* yang berkembang di Indonesia memanfaatkan 3 *platform* pembayaran, yaitu *Quick Response* (QR) *Code*, *Near-Field Communication* (NFC), dan *One Time Password* (OTP). Saat pelanggan ingin melakukan 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 (Infrasoft Tech, 2018).

Namun implementasi *mobile payment* masih dipandang berbeda oleh UKM sehingga tingkat adopsi belum didukung dengan implementasi yang baik. Masih banyak UKM di DI Yogyakarta yang belum melek terhadap teknologi, Anggota Komisi I DPR RI Sukamta menyebutkan bahwa UKM menghadapi sejumlah persoalan seperti gagap teknologi, kurangnya inovasi, modal yang terbatas hingga tidak memiliki badan hukum. Masalah ini dapat terjadi karena UKM lebih mengedepankan penjualan secara manual, terbukti ada 90,96% UKM di DIY ini tidak menggunakan komputer dalam usahanya, sehingga menyebabkan kurangnya kesiapan UKM untuk mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*.

Berdasarkan permasalahan tersebut, ada beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab masalah kurangnya minat penjual dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Seperti yang dijelaskan oleh Tornatzky & Fleischer (1990) dalam teori kerangka kerja TOE, faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile payment* pada UKM dapat dilihat dari tiga faktor yaitu *Technology, Organization* dan *Environment* (Teknologi, Organisasi dan Lingkungan). Penelitian sejenis telah dilakukan oleh Hoti (2016) tentang pengaruh Adopsi Inovasi pada UKM dalam konteks Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan. Hoti (2016) dapat membuktikan bahwa adopsi Teknologi Informasi (TI) sangat jelas dipengaruhi oleh konteks teknologi, organisasi, dan lingkungan. Hoti (2016) juga menyebutkan bahwa kerangka TOE merupakan salah satu model yang tepat dalam menyelidiki pengadopsian TI pada UKM yang fokus pada adaptasi teknologi seperti *e-Commerce, e-Business, ERP,* dan memprediksi kesiapan UKM dalam

mengadopsi TI.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Kesiapan Usaha Kecil Menengah di Yogyakarta dalam Mengadopsi Teknologi Layanan *Mobile Payment*".**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah keuntungan relatif berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?
2. Apakah kesesuaian berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?
3. Apakah kerumitan berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?
4. Apakah kompetensi organisasi berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?
5. Apakah pelatihan dan pendidikan berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?
6. Apakah tekanan kompetitif berpengaruh terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara khusus untuk menguji kesiapan UKM dalam menggunakan sistem teknologi layanan *mobile payment* sebagai metode pembayaran di usaha mereka, mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kesiapan UKM dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*, dan secara umum untuk mengetahui apakah penggunaan sistem pembayaran *mobile payment* lebih banyak digunakan saat melakukan transaksi pembayaran dibandingkan transaksi tunai atau menggunakan kartu debit, berdasarkan penjelasan di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keuntungan relatif terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*
2. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*
3. Untuk mengetahui pengaruh kerumitan terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*
4. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi organisasi terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*
5. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan pendidikan terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*
6. Untuk mengetahui pengaruh tekanan kompetitif terhadap kesiapan adopsi teknologi layanan *mobile payment*

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembang sistem layanan *mobile payment* dan kalangan Usaha Kecil Menengah (UKM) diantaranya, dapat memberikan pengetahuan pada kalangan UKM mengenai sistem pembayaran *mobile payment*, seperti misalnya kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan tanpa harus menunggu lama saat membayar, membuat bisnis menjadi lebih modern, menganalisis kebiasaan berbelanja pelanggan lebih mudah, pencatatan transaksi dilakukan secara otomatis dan lebih akurat karena memiliki akses histori pembayaran pelanggan yang mana bisa digunakan untuk mendapatkan analisis kebiasaan berbelanja dan juga laporan penjualan, maka dari itu dapat menjadi bahan pertimbangan UKM dalam penerapan sistem teknologi pembayaran *mobile payment* di usaha mereka, serta mampu memberikan tambahan wawasan bagi para UKM dalam kesiapannya mengadopsi sistem teknologi layanan *mobile payment*.

2. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para akademisi sebagai acuan teoritis yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi pada pengayaan kajian dan pemahaman teori sistem informasi yang berkaitan dengan kesiapan kalangan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam mengadopsi sistem layanan *mobile payment* sebagai sistem pembayaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur dan sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari 5 Bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN.

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA.

Bab ini berisi tentang landasan teoritis yang menjelaskan teori pada perumusan hipotesis. Sebagai pendukung, terdapat penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang menjelaskan permasalahan yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN.

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel dalam penelitian, definisi operasional yang mendeskripsikan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum responden, metode analisis, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan, saran dan implikasi dari penulis yang merupakan hasil dari penelitian yang dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Konsep Dasar Kesiapan

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa kesiapan berasal dari kata siap yang berarti sudah sedia. Bitjoli, Yaulie, & Stanley (2017) mengatakan jika kesiapan elektronik *(e-Readiness)* adalah sebuah ukuran pada kesiapan secara nasional, ekonomi, dan kesiapan untuk menerima manfaat dari penggunaan TI. Konsep *e-readiness* telah dikembangkan untuk merasionalisasikan tindakan, meningkatkan daya saing, dan mengelola sumber daya secara efisien. Sedangkan kesiapan organisasi merupakan sebuah kondisi untuk suatu proses yang dikelola dengan baik agar bisa memulai suatu kegiatan yang baru (Handisa, 2017).

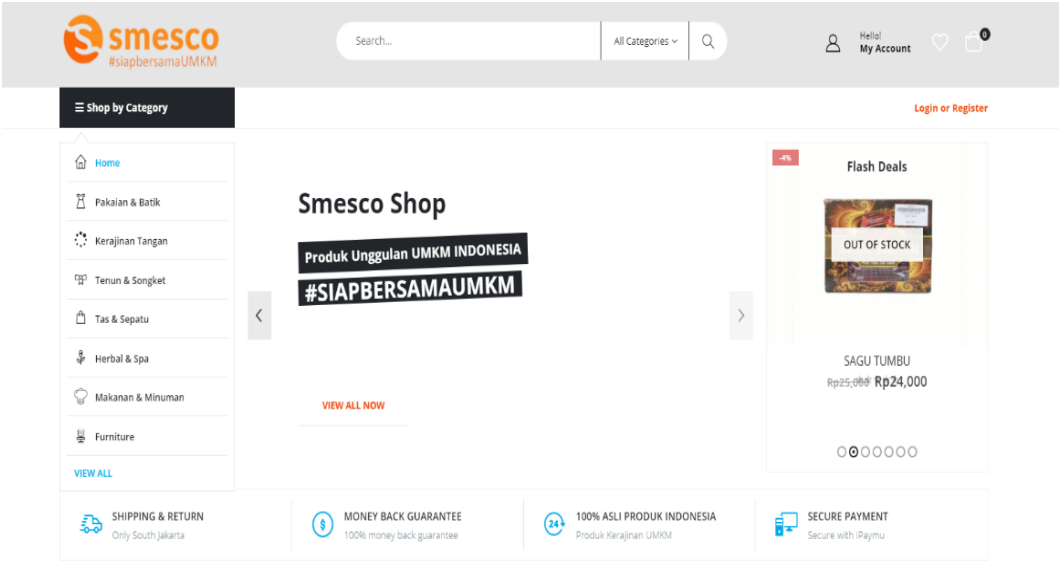
Parasuraman dan Colby (2015) juga menjelaskan kesiapan teknologi sebagai kecenderungan orang untuk berkumpul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan di rumah dan di tempat kerja. kesiapan dalam upaya perubahan akan diusulkan dalam istilah persepsi individual yang berkenaan dengan aspek khusus dari lingkungan organisasi dimana organisasi tersebut telah merasa siap untuk menentukan perubahan dalam skala yang besar. Kesiapan organisasi menggambarkan kenyataan pengartian yang unik dari segi individual tentang organisasi. Menurut Lazuardi (2013) kesiapan teknologi merupakan kondisi individu atau organisasi untuk dapat beradaptasi serta dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang digunakan untuk kegiatan sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kesiapan elektronik terbagi menjadi beberapa konteks yaitu, organisasi, perubahan strategis, dan

teknologi yang didefinisikan sebagai suatu perubahan kondisi untuk menyelesaikan suatu tujuan pada individu atau organisasi yang diharapkan dapat merubah kondisinya saat ini menjadi lebih baik.

2.1.2. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang dilihat dari skalanya dengan bidang usaha yang perlu dilindungi untuk mencegah dari kecurangan persaingan usaha (Oktaviani, 2017). Usaha kecil menengah hanya memiliki karyawan sebanyak 1 sampai 20 orang, sedangkan usaha besar bisa memiliki karyawan lebih dari 99 orang (BPS, 2011). UKM juga memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia seperti pada krisis yang pernah terjadi di Indonesia (Oktaviani, 2017). Selain itu, UKM juga sebagai salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru. Hal tersebut menjadikan UKM berperan dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia karena UKM menggunakan banyak tenaga kerja yang masih menganggur (Kurniawan & Fauziah, 2014).



Gambar 2.1 smesco shop Indonesia (smescoindonesia.com, 2020)

Gambar 2.1 adalah bentuk pemerintah dalam mewadahi UKM di seluruh indonesia dengan membantu memasarkan produk-produk UKM melalui *E-commerce* yang dibuat oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Berdasarkan uraian di atas maka UKM merupakan bentuk usaha pada tingkat ekonomi dengan skala kecil hingga menengah yang memiliki dampak positif bagi perekonomian Indonesia sehingga saat ini pemerintah berusaha mewadahi UKM agar lebih baik.

2.1.3. Adopsi TI Oleh UKM

Penggunaan TI yang baik pada UKM dapat memaksimalkan kinerja dalam mengatur bisnis, memberikan informasi yang cepat dan akurat kepada pengusaha agar dapat menentukan langkah bisnis selanjutnya (Irfan & Santosa 2015). Pada era ekonomi sekarang ini, penting bagi UKM dalam melakukan adopsi TI karena dapat memberikan kemampuan untuk melayani dengan lebih baik dan memiliki daya saing. Sejak tahun 2010 adopsi TI mulai dilakukan UKM, namun penerapannya

hanya sebatas aplikasi dasar yang tidak dapat membantu usaha secara maksimal. Permasalahan umum yang terjadi pada UKM adalah enggannya pelaku usaha untuk mengenal TI serta mengembangkan usahanya walaupun pemanfaatan TI saat ini semakin mudah dijangkau dan digunakan bahkan untuk orang awam (Salamah & Kusumanto, 2017).

2.1.4. Mobile Payment

Menurut Pertawijaya (2015), *mobile payment* adalah sistem pembayaran bagi barang atau jasa menggunakan perangkat bergerak seperti telepon genggam atau PDA. *Mobile payment* adalah metode pembayaran yang menggunakan perangkat *mobile* seperti *mobile phone, smartphone, personal digital assistant* untuk melaksanakan dan mengkonfirmasi pembayaran jasa atau barang serta dapat dilakukan dimanapun. Kepopuleran *mobile payment* pertama kali di Asia dan Eropa sebelum menjadi United States dan Canada. *Mobile payment* sendiri sangat mudah untuk digunakan dan efisien dalam menyimpan uang dalam perangkat elektronik (*smartphone*) (Gosal & Linawati, 2015).

Pengisian saldo (*top up*) dapat dilakukan dengan cara pergi ke gerai yang bersangkutan secara langsung, via transfer melalui ATM, SMS *Banking, Mobile Banking,* dan sebagainya. *Mobile payment* biasanya menggunakan tiga platform dalam melakukan pembayaran seperti *QR Code, One-Time Password* (OTP), dan *Near-Field Communication* (NFC) (Johnson *et al*., 2017 dalam Rachmawati, 2019). Beberapa contoh aplikasi layanan *mobile payment* yaitu, dana, shopeepay, gopay, ovo dan sebagainya.

Metode pembayaran dengan menggunakan layanan *mobile payment* lebih sering digunakan karena lebih praktis, efisien dan mempunyai banyak promo yang menarik. Promo yang disediakan oleh layanan *mobile payment* seperti diskon dan *cashback* (Ariyanto, 2018).

2.1.5. Adopsi Inovasi

TI dapat terlihat sebagai suatu inovasi yang proses difusinya melibatkan dua sisi yaitu penawaran dan permintaan (Tornatzky & Fleischer, 1990). Dari sisi penawaran ialah hal yang berhubungan dengan pembuatan, produksi, dan difusi inovasi. Jika dari sisi permintaan adalah hal-hal yang difokuskan pada adopsi dan aplikasi inovasi. Difusi dan adopsi merupakan penengah dari kedua sisi tersebut dimana difusi biasanya terjadi pada tingkat yang lebih tinggi seperti pada masyarakat, sedangkan adopsi umumnya terjadi pada lingkungan yang lebih kecil seperti perusahaan atau individu (Wahid & Iswari, 2007).

Proses adopsi inovasi atau *Diffusion of Innovation* (DOI) telah dipelajari selama lebih dari 30 tahun dan salah satu model adopsi yang paling populer ialah yang dijelaskan oleh Rogers (Sahin, 2006). Menurut Rogers (2003) difusi didefinisikan sebagai sebuah proses yang mana inovasi merupakan penghubung melalui suatu saluran tertentu dari waktu ke waktu dari aspek-aspek sistem sosial. Kecepatan difusi pada sebuah inovasi dipengaruhi oleh empat elemen yaitu karakteristik inovasi, kanal komunikasi yang digunakan untuk menghubungkan manfaat inovasi, waktu saat inovasi diperkenalkan, dan sistem sosial pada tempat inovasi berdifusi. Semakin besar dan sulit inovasi, maka semakin lama waktu untuk berdifusi. Berdasarkan hasil pemetaan yang dilakukan oleh Rogers, adopsi

inovasi dapat dipengaruhi oleh lima karakter umum yaitu keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), tingkat kesulitan (*complexity*), ketercobaan (*observability*), dan keterlihatan (*trialability*).

Dari segi kanal komunikasi yang digunakan, semakin besar jangkauan kanal komunikasi maka semakin cepat inovasi akan terjadi (Wahid & Iswari, 2007). Media massa merupakan kanal komunikasi yang efektif digunakan untuk memberikan informasi inovasi kepada calon pengguna yang dapat menjangkau secara luas, sedangkan pada jangkauan kecil seperti individu dapat dilakukan komunikasi interpersonal. Rogers (2003) membedakan aktor yang mengadopsi inovasi berdasarkan waktunya menjadi *innovator*, *early adopter*, *early majority*, dan *laggard*. Jumlah kumulatif yang ideal pada seseorang atau organisasi yang melakukan adopsi inovasi ialah yang mendekati kurva S dimana nilai dimulai dari yang rendah kemudian naik dengan cepat sehingga mencapai kondisi yang stagnan atau hanya bertambah sedikit.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan jika difusi dapat dilibatkan pada suatu teknologi agar semakin terlihat menjadi sebuah inovasi dengan mengedepankan dua sisi yaitu penawaran dan permintaan. Difusi Inovasi juga dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti karakteristik inovasi teknologi, kanal informasi, waktu perkenalan teknologi serta pula memperhatikan sistem sosial yang ada di lingkungan sekitar sehingga dapat memberikan dampak pada difusi inovasi tersebut.

2.1.6. Teori-teori Tentang Pengadopsian Teknologi

Beberapa macam teori perilaku *(behavioural theory)* telah banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi oleh pengguna akhir *(end user)*. Teori tersebut diantaranya adalah *Theory of Reason Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Task Technology Fit* (TTF) *Theory*, *The Diffusion of Innovation Theory* (IDT), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Lee, Kozar, & Larsenm (2003) dalam kurun waktu 18 tahun belakangan TAM adalah model yang paling populer dan banyak digunakan untuk penelitian tentang proses adopsi teknologi informasi, sedangkan model yang paling baru adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Davis (1989) mengatakan bahwa TRA dikembangkan oleh (Ajzen & Fishbein (1975) yang membantu peneliti untuk dapat memprediksi sikap dan perilaku dari individu. TRA telah mampu memprediksi dan menjelaskan perilaku pada individu di berbagai wilayah kajian yang membuktikan bahwa kinerja seseorang mengenai perilaku tertentu ditentukan oleh tujuan untuk menjalankan perilaku dengan sikap dan norma subyektif. Kemudian menurut Hermana et al. (2007) TPB merupakan pengembangan dari TRA dengan menambahkan variabel *perceived behavioural control*. Penelitian mengenai adopsi teknologi sudah menggunakan TRA dan TPB sebagai model teoritisnya walaupun TRA lebih umum untuk digunakan.

Hermana et al., (2007) menjelaskan bahwa SCT adalah model yang didasarkan pada teori kognitif yang dikembangkan oleh Badura untuk menguji pengaruh *computer self-efficacy*, ekspektasi hasil, minat, dan kecemasan terhadap

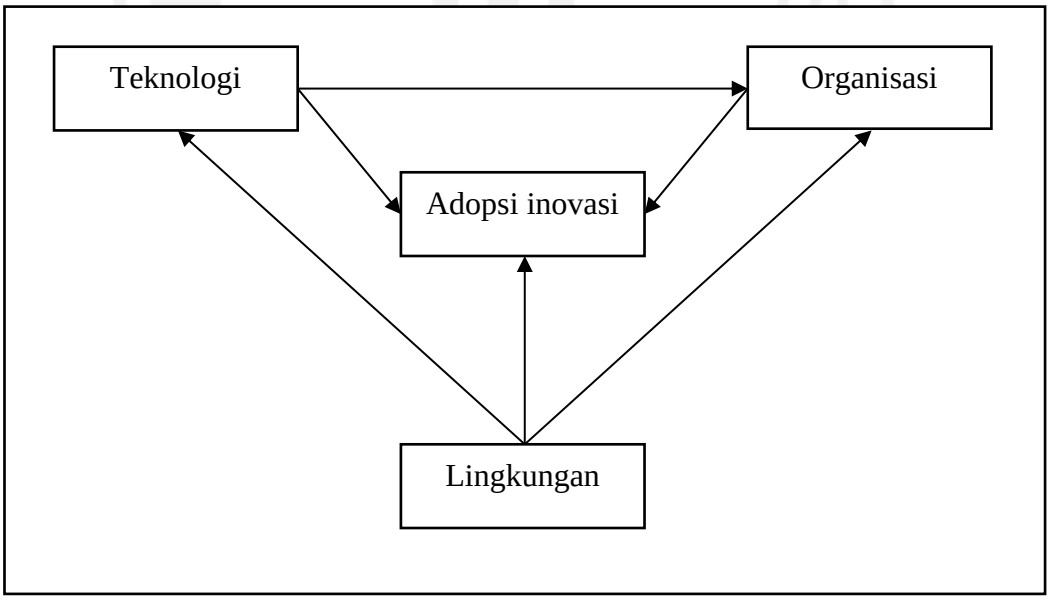
penggunaan komputer. Selanjutnya Goodhue & Thompson (1995) menjelaskan TTF merupakan konstruk yang disebut kecocokan tugas dengan teknologi, yaitu kesesuaian antara kemampuan teknologi dengan tuntutan pekerjaan.

IDT yang dikembangkan oleh Rogers (2003) menjelaskan bahwa difusi adalah proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan dari waktu ke waktu melalui saluran-saluran tertentu antara anggota sebuah sistem sosial. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi suatu adopsi inovasi, yaitu keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), tingkat kesulitan (*complexity*), ketercobaan (*trialability*), dan keterlihatan (*observability*). Selain IDT, teori yang paling populer untuk digunakan adalah TAM. Menurut Davis (1989) TAM memiliki tujuan utama yaitu memberikan dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM menganggap faktor utama seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku penerimaan komputer adalah persepsi manfaat *(perceived usefulness)* dan persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use).*

UTAUT adalah model yang disusun berdasarkan teori-teori dasar tentang perilaku pengguna teknologi dengan model penerimaan seperti TRA, TAM, TPB, SCT, *motivational* model, model pemanfaatan *personal computer*, dan teori difusi inovasi. UTAUT terdiri dari empat variabel sebagai *determinant* terhadap tujuan dan penggunaan teknologi informasi yaitu, ekspektasi kinerja, usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung dengan empat variabel sebagai moderator antara *determinant* dengan tujuan dan penggunaan teknologi yaitu, jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan.

2.1.7. Kerangka TOE

Tornatzky & Fleischer (1990) mengembangkan sebuah kerangka bernama TOE (*Technology*, *Organization*, *Environment)* yang menghadirkan dimensi perusahaan yang dapat mempengaruhi adopsi dan implementasi terhadap inovasi yang baru. Menurut Setiobudi & Wiradinata (2018) kerangka TOE merupakan model penerimaan teknologi pada level organisasi yang memadukan tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi pada penerimaan atau adopsi teknologi. Pada konteks teknologi, penelitian difokuskan pada cara dan struktur teknologi dapat mempengaruhi proses adopsi TI (Aboelmaged & Hashem, 2018). Pada konteks organisasi penelitian fokus pada atribut organisasi yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi, sedangkan pada konteks lingkungan penelitian ditekankan pada lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi adopsi TI (Aboelmaged & Hashem, 2018).



Gambar 2.2 Kerangka TOE (Tornatzky & Fleischer, 1990)

2.1.8. Teknologi (*Technology*)

2.1.8.1. Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Keuntungan relatif merupakan faktor teknologi yang dapat dirasakan sebagai penyedia layanan atau jasa untuk perusahaan (Rogers, 2003). Menurut Ngah, Zainuddin, & Thurasamy (2017) keuntungan relatif adalah sejauh mana inovasi dapat melakukan perubahan yang lebih baik dari pada metode yang telah diterapkan sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa keuntungan relatif pencapaian dampak teknologi sebagai penyedia jasa sudah dirasa lebih baik daripada metode sebelumnya atau belum.

2.1.8.2. Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian adalah suatu tingkatan saat inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada dan kegiatan bisnis dari adopsi yang potensial. Menurut Rogers (2003) kesesuaian ialah nilai yang dirasakan dari adopsi teknologi telah konsisten dengan nilai-nilai yang telah ada sebelumnya dan juga dapat memperbaiki pengalaman di masa lalu yang dianggap kurang efektif (Ngah et al., 2017). Maka dapat disimpulkan kesesuaian ialah keadaan saat inovasi telah konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kegiatan bisnis yang potensial, serta memperbaiki pengalaman masa lalu yang dirasa masih belum efektif.

2.1.8.3. Kerumitan (*Complexity*)

Kerumitan adalah tingkat kesulitan pengguna dalam upaya untuk memahami dan menggunakan sistem (Hoti, 2016). Menurut Ngah et al. (2017) kerumitan ialah sejauh mana inovasi dianggap relatif sulit untuk dipahami dan

diterapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa kerumitan adalah keadaan dimana pengguna merasa sulit untuk memahami penggunaan sistem.

2.1.9. Organisasi (*Organization*)

2.1.9.1. Kompetensi Organisasi (*Organizational Competency*)

Kompetensi organisasi adalah gambaran kesiapan organisasi sebagai persepsi dan evaluasi penunjang keputusan tentang sejauh mana kepercayaan organisasi memiliki kesadaran, sumber daya, dan komitmen dalam mengadopsi TI (Tan, et al., 2009). Maka kompetensi organisasi merupakan suatu kondisi perusahaan untuk berkomitmen dalam penggunaan TI, baik dari sisi kepercayaan perusahaan jika penggunaan TI dapat merubah kinerjanya lebih baik, dan sumber daya yang dapat mendukung untuk penggunaan TI dalam pekerjaannya.

2.1.9.2. Pelatihan dan pendidikan (*Training and Education*)

Pelatihan dan pendidikan adalah usaha perusahaan dalam menginstruksikan karyawannya untuk bekerja menggunakan teknologi untuk menjaga kualitas dan kuantitas (Salwani et al., 2009). Maka pelatihan dan pendidikan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk karyawannya agar dapat memahami dan mengerti penggunaan dan penerapan TI untuk meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.10. Lingkungan (*Environment*)

2.1.10.1. Tekanan Kompetitif (*Competitive Pressure*)

Menurut Zhu & Kraemer (2005), tekanan kompetitif adalah sebuah tingkatan tekanan yang dirasakan perusahaan dari para pesaingnya dalam perusahaan. Tekanan kompetitif telah diakui sebagai tujuan penting untuk asimilasi inovasi (Aboelmaged & Hashem, 2018). Dapat disimpulkan bahwa tekanan kompetitif adalah keadaan dimana perusahaan merasakan daya saing yang ditimbulkan oleh perusahaan yang berada di lingkungannya melakukan kegiatan dan tujuan yang sama.

2.2.Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam memahami model penelitian yang digunakan. Penelitian-penelitian di bawah ini merupakan penelitian yang berkaitan dengan kerangka TOE.

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yi-Sung Wang, Hsien-Ta Li, Ci-Rong Li, Ding- Zhong Zhang (2016)	*Factor affecting hotels adoption of mobile hotel reservation systems: A technology-organization-environment framework*	**Independen:** Keuntungan Relatif, Kesesuaian, Kerumitan, Dukungan Manajemen atas **Dependen:** Ukuran perusahaan, Kompetensi teknologi, Tekanan kompetitif, Masa kritis, Informasi intensitas	1. Kesesuaian dan Kerumitan signifikan pada konteks teknologi namun Keuntungan relatif belum. 2. Ukuran perusahaan dan Kompetensi teknologi signifikan pada konteks organisasi, namun Dukungan manajemen atas belum 3. Masa kritis signifikan pada konteks lingkungan namun Tekanan kompetitif dan Informasi intensitas belum..

Tabel 2.1
(lanjutan)
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2.	A'ang Subiyakto, Asrul Sani, TKA Rahman (2018)	*Information Technology Readiness and Adoption Model among Small and Medium Enterprises (SMEs) Indonesia*	**Independen:** Optimisme, Inovasi, Ketidaknyaman an, Ketidakamanan **Dependen:** Kompetensi Teknologi, Lingkup Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kesiapan Pelanggan, Tekanan Kompetitif, Perdagangan Mitra, Adopsi TI.	1. Terdapat model kombinasi dengan empat variabel model kesiapan dan enam variabel adopsi TI dalam hal pengembangan UKM.
3.	Hsiu-Fen Lin (2014)	*Understanding the determinants of electronic supply chain management system adoption: Using the technology–organization–environment framework*	**Independen:** Manfaat yang dirasakan, Biaya yang dirasakan, Dukungan Manajemen Puncak, Pengaruh Mitra Dagang, Tekanan Kompetitif. **Dependen:** Ukuran Perusahaan, Kapasitas Serap	1. Biaya yang diterima adalah faktor yang sangat signifikan pada penelitian.

Tabel 2.1
(lanjutan)
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Mohamed Aboelmagab, Ghraib Hashem (2018)	*RFID Application in Patient and Medical Asset Operations Management: A technology, organizationa, and environmental (TOE) Perspective into Key and Impediments*	**Independen:** Keuntungan, Kapasitas Organisasi, Daya saing lingkungan, Ketahanan organisasi. **Dependen:** kerumitan, dan ketidakpastian lingkungan.	1. profesionalitas perawatan yang fokus pada layanan kesehatan dengan pertimbangan pasien sebagai daya saing.
5.	Qing Cao, Donald R. Jones, Hong Sheng (2014)	*Contained nomadic information environments: Technology, organization, and environment influences on Adoption of Hospital RFID patient tracking*	**Independen:** Teknologi yang Dipersepsikan, Kompetensi Organisasi **Dependen:** Dukungan mitra dagang	1. Faktor yang menunjukkan manfaat paling dominan ialah Teknologi yang dipersepsikan yang dianggap penting untuk dalam memfasilitasi adopsi TI.

Tabel 2.1
(lanjutan)
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6.	Hung-Thai Tsou, Sheila Hsuan-Yu Hsu (2015)	*Performance effects of technology-organization-environment openness, service co-production, and digital-resources readiness: The case of the IT Industry*	**Independen:** Keterbukaan Teknologi, Keterbukaan Budaya Perusahaan, dan Keterbukaan terhadap lingkungan eksternal, dan Kinerja Perusahaan **Dependen**: Produksi bersama layanan dengan variabel Jangkauan / kekayaan pengetahuan dan Proses jangkauan / kekayaan.	1. Pengaruh terbesar ada pada kinerja perusahaan. 2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Keterbukaan organisasi dan Lingkungan hidup mempengaruhi secara positif dengan produksi layanan, yang mana berhubungan baik dengan Performa yang bagus.
7.	Helmata Gangwar, Hema Date (2015)	*Understanding determinants of cloud computing adoption using an integrated TAM- TOE model*	**Independen:** Manfaat yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan **Dependen:** keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kesiapan organisasi, pelatihan dan pendidikan, dan dukungan manajemen puncak.	1. Competitive pressure dan trading partner support ditemukan berdampak langsung pada adopsi setelah dilakukan pengujian secara empiris.

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Teknologi (*Technology*)

Dalam konteks teknologi, variabel yang diambil untuk penelitian ini adalah keuntungan relatif, kesesuaian, dan kerumitan. Keuntungan relatif merupakan tingkat kelebihan suatu adopsi TI dianggap lebih baik dari adopsi sebelumnya atau kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya maka semakin besar keuntungan relatif dirasakan oleh pengguna, semakin cepat TI diadopsi oleh pengguna (Tristiyanti, 2017). Kesesuaian merupakan fitur penting dari adopsi TI sebagai kesesuaian dengan gaya hidup pengguna TI sehingga dapat mendorong penggunaannya (Mndzebele, 2013). Kerumitan didefinisikan sebagai tingkatan penggunaan TI dianggap sesuatu yang rumit atau tidak rumit (Tanuwijaya, 2013).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi dianggap memberikan dampak positif pada penggunaan TI karena semakin besar keuntungan yang dirasakan, semakin cepat penggunaan TI oleh penggunanya. Teknologi juga dapat memberikan acuan sejauh mana adopsi dirasa sesuai dengan nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan, maupun pengalaman organisasi yang sudah ada sebelumnya dan dapat memberikan pengaruh positif pada suatu organisasi. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H1a : Teknologi berpengaruh positif terhadap Organisasi

H1b : Teknologi berpengaruh positif terhadap Adopsi inovasi

2.3.2. Organisasi (*Organization*)

Pada konteks organisasi ditentukan dua variabel yang mempengaruhi yaitu kompetensi organisasi (*organizational competency*), dan pelatihan dan pendidikan (*training and education*). Kompetensi organisasi (*organizational competency*) merupakan kecakapan manajemen mulai dari manajemen puncak (*top management*), manajemen menengah (*middle management*) sampai dengan jajaran *supervisor* sebagai manajemen yang bertemu langsung dengan pekerja operasional (Sugito & Kamaludin, 2016). Pelatihan dan pendidikan merupakan sebuah tindakan organisasi dimana pegawainya diarahkan untuk mempersiapkan kinerjanya agar dapat memenuhi persyaratan yang ditentukan. Salah satu penyebab penurunan kinerja pegawai adalah ketidakmampuan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaannya (Wahdiniawati, Ma'arif, & Dirdjosuparto, 2014). Penelitian Wahdiniawati et al (2014) membuktikan bahwa pelatihan dan edukasi mempengaruhi kinerja pegawai, maka pelatihan dan pendidikan harus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan organisasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan sebuah tindakan dalam mengatur organisasi untuk mendalami kebutuhan organisasi agar dapat mengikuti perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, sehingga kinerjanya meningkat. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H2 : Organisasi berpengaruh positif terhadap Adopsi inovasi

2.3.3. Lingkungan (*Environment*)

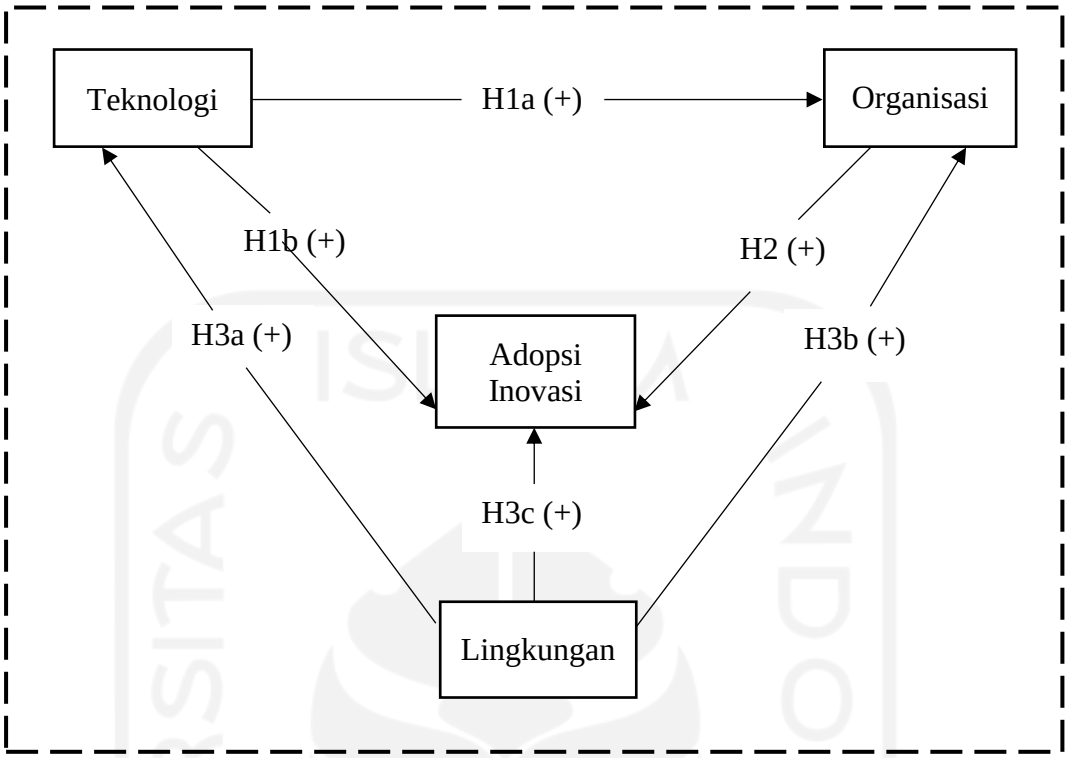
Pada konteks lingkungan, adalah arena dimana perusahaan menjalankan bisnisnya, termasuk industri dimana perusahaan beroperasi, kompetitor, dan pemerintah (Tornatzky & Fleischer, 1990). ditentukan satu variabel yang dapat mempengaruhi yaitu tekanan kompetitif (*competitive pressure*). Tekanan kompetitif merupakan tingkat tekanan yang dirasakan organisasi dari para pesaingnya (Zhu & Kraemer, 2005). Pada penelitian Lin & Lin (2008) peran tekanan kompetitif terbukti sebagai motivator yang efektif bagi organisasi. TI digunakan untuk pemasaran (Salwani, et al., 2009). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika organisasi dapat mempengaruhi peran dan penggunaan TI pada suatu organisasi dan memberikan tekanan yang dirasakan suatu organisasi dari para pesaingnya yang dapat mempengaruhi penggunaan TI agar dapat menyaingi para pesaingnya untuk lebih baik melayani para konsumen. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H3a : Lingkungan berpengaruh positif terhadap Teknologi

H3b : Lingkungan berpengaruh positif terhadap Organisasi

H3c : Lingkungan berpengaruh positif terhadap Adopsi inovasi

2.4.Kerangka Penelitian



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data primer didapat dari hasil penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* yang disebarkan langsung kepada pelaku usaha kecil menengah (UKM) yang mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kompetensi organisasi, pelatihan dan pendidikan, dan tekanan kompetitif terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.3.Populasi dan Sampel

Populasi adalah proses untuk memilih individu, objek, atau peristiwa secara keseluruhan (Sekaran, 2017). Menurut (Triyono, 2013) Populasi adalah jumlah secara menyeluruh dari unit analisis yang ciri-cirinya dapat diramalkan. Populasi dalam penelitian ini adalah UKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mengadopsi teknologi layanan *mobile payment.* Alasan peneliti memilih UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta karena peneliti membutuhkan responden yang sudah

mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*, karena menurut peneliti sudah banyak UKM yang sudah mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel adalah bagian atau perwakilan dari populasi (Sekaran (2017). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah UKM yang mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.4.Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Hair et al., 2017). Cara untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini adalah jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 7 (tujuh) variabel, sehingga perhitungan jumlah minimum sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

N = Jumlah variabel yang diteliti X 10

= 7 X 10

= 70 sampel

Berdasarkan perhitungan diatas sampel minimum pada penelitian ini sebanyak 70 sampel.

3.5. Sumber data

3.5.1. Jenis Data

Data sangat diperlukan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang menggunakan suatu kriteria dalam memilih sampel (Nurdiani, 2014). Kriteria dalam penelitian ini, yaitu:

1. UKM di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta,
2. Yang saat ini masih menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, dan sudah pernah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, namun sekarang sedang tidak digunakan sebagai sistem pembayaran, dengan min. < 1 tahun,
3. Sudah beroperasi dengan min < 1 tahun

Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara daring. Penyebaran kuesioner dibagikan kepada para responden yaitu UKM yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan sistem pembayaran *mobile payment.* Kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Bagian pertama merupakan pertanyaan mengenai identitas responden.
2. Bagian kedua berisikan pertanyaan untuk menguji variabel penelitian dengan menggunakan skala *Likert*.

Macam-macam skala pengukuran dapat berupa skala nominal, ordinal, interval, rasio. Dari skala tersebut didapatkan data-data yang juga bersifat nominal, ordinal, interval, atau rasio. Secara umum, teknik pemberian skor atau nilai yang digunakan pada kuesioner adalah skala *Likert.* Skala *Likert* sering digunakan pada penelitian yang menggunakan survei. Dalam penelitian ini seluruh variabel diukur dengan rentang skor 1 sampai 6, pemilihan Skala *Likert* 1 - 6 untuk menghindari responden menjawab netral karena memang kelemahan respon netral adalah kecenderungan responden untuk memilih di tengah. Untuk menghindari hal ini, maka respon netral dihilangkan. Skala *Likert* disajikan pada tabel 3.1

Tabel 3.21
Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner secara final kepada para responden, peneliti menguji pemahaman pertanyaan dalam kuesioner dengan cara menguji pilot terlebih dahulu sebanyak 30 responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah responden memahami pertanyaan dalam kuesioner atau tidak. Sehingga peneliti dapat menggunakan bahasa yang umum dan mudah dipahami oleh responden, sehingga responden dapat mengisi kuesioner dengan akurat.

3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.6.1. Keuntungan Relatif

Keuntungan relatif merupakan faktor teknologi yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik daripada sebelumnya (Muluk, 2008). Adapun indikator keuntungan relatif menggunakan indikator menurut Feuerlicht & Govardhan (2010), Geczy et al. (2007), Bhardwaj et al., (2010). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.2

Tabel 3.62
Indikator Keuntungan Relatif

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Keuntungan Relatif	Saya merasa dengan adanya transaksi menggunakan *mobile payment* dapat meningkatkan penjualan di usaha saya.	Feuerlicht & Govardhan (2010), Geczy et al. (2007), Bhardwaj et al. (2010)
	Pelanggan saya merasa puas setelah usaha saya menggunakan metode pembayaran *mobile payment*.	
	Saya merasa nyaman dalam melayani pelanggan setelah menerapkan metode pembayaran *mobile payment* di usaha saya.	
	Saya merasa pembayaran dengan *mobile payment* sangat cepat ketimbang metode pembayaran tunai.	
	Saya merasa pembayaran dengan *mobile payment* membuat usaha saya menurun.	

3.6.2. Kesesuaian

Kesesuaian merupakan peningkatan inovasi diasaat inovasi dianggap konsisten dengan nilai yang ada serta memperbaiki pengalaman masa lalu yang belum efektif (Ngah et al., 2017). Adapun indikator kesesuaian menggunakan indikator menurut Geczy et al. (2007), Wang et al. (2016), Chung et al. (2008). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.3

Tabel 3.63
Indikator Kesesuaian

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Kesesuaian	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* sangat cocok di usaha saya.	Geczy et al.(2007), Wang et al. (2016), Chung et al. (2008)
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* tidak merubah aturan yang sudah saya tetapkan di usaha saya.	
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* adalah metode pembayaran yang tepat diterapkan di usaha saya saat ini.	
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* tidak memenuhi kebutuhan di usaha saya.	
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* tidak sesuai dengan usaha saya.	

3.6.3. Kerumitan

Kerumitan merupakan tingkat kesulitan dimana pengguna merasakan sulit untuk memahami penggunaan pada sistem (Muluk, 2008). Adapun indikator kerumitan menggunakan indikator menurut Amoroso & Gardner (2004), Sonnenwald et al. (2001). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.4.

Tabel 3.6
Indikator Kerumitan

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Kerumitan	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* sangat mudah untuk digunakan.	Amoroso & Gardner (2004) dan Sonnenwald et al. (2001)
	Saya tidak menemukan kesulitan setelah menggunakan metode pembayaran *mobile payment*.	
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* membuat saya kesulitan dalam melayani pembeli.	
	Saya merasa metode pembayaran *mobile payment* sangat sulit untuk dipahami.	
	Saya sangat mengerti sistem pembayaran dengan menggunakan *mobile payment*.	

3.6.4. Kompetensi Organisasi

Kompetensi organisasi merupakan suatu kondisi perusahaan untuk berkomitmen dalam penggunaan TI, baik dari sisi kepercayaan maupun penggunaan TI dapat merubah kinerjanya lebih baik dari sebelumnya (Tan et al., 2009). Adapun indikator kompetensi organisasi menggunakan indikator menurut Lin & Lin (2007), Tan et al. (2009), Zhu & Kraemer (2005). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.5

Tabel 3.6
Indikator Kompetensi Organisasi

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Kompetensi Organisasi	Saya sangat memprioritaskan *mobile payment* sebagai metode pembayaran di usaha saya.	Lin & Lin (2007), Tan et al. (2009) and Zhu & Kraemer (2005)
	Metode pembayaran *mobile payment* membuat usaha saya mudah beradaptasi dengan keadaan sekitar.	
	Jika saya kesulitan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* pegawai lain dapat mengajarkan saya.	
	Pemilik usaha selalu menyarankan saya untuk menggunakan metode pembayaran *mobile payment* agar lebih baik dalam melayani pembeli.	
	Saya merasa yakin jika usaha saya menggunakan metode pembayaran *mobile payment* dapat memajukan usaha saya.	

3.6.5. Pelatihan dan Pendidikan

Pelatihan dan pendidikan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk karyawannya agar dapat memahami dan mengerti penggunaan dan penerapan TI untuk meningkatkan kualitas layanan perusahaan Nitisemito (2007). Adapun indikator pelatihan dan pendidikan menggunakan indikator menurut Schillewaert et al. (2005), Gyampah & Salam (2004). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.6

Tabel 3.6
Indikator Pelatihan dan Pendidikan

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Pelatihan dan Pendidikan	Saya akan mengerti sistem pembayaran *mobile payment* jika diadakan pelatihan dan pembelajaran tentang *mobile payment* secara berkala.	Schillewaert et al. (2005), Gyampah & Salam (2004)
	Saya merasa senang jika diberikan pelatihan dan pembelajaran untuk menggunakan metode pembayaran *mobile payment*.	
	Dengan adanya pelatihan dan pembelajaran dalam menggunakan *mobile payment* membuat saya lebih memahami metode pembayaran ini.	

Tabel 3.6
(Lanjutan)
Indikator Pelatihan dan Pendidikan

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Pelatihan dan Pendidikan	Dengan pelatihan dan pembelajaran dalam menggunakan *mobile payment* meningkatkan kepercayaan diri saya dalam melayani pembeli menggunakan metode pembayaran *mobile payment*.	Schillewaert et al. (2005), Gyampah & Salam (2004)
	Dengan adanya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan sangat berguna dalam meningkatkan produktivitas kerja.	

3.6.6. Tekanan Kompetitif

Tekanan kompetitif merupakan keadaan dimana perusahaan merasakan persaingan yang ditimbulkan oleh perusahaan yang berada di lingkungannya atau perusahaan yang melakukan kegiatan dan tujuan yang sama (Cobett & Campbell, 2002). Adapun indikator tekanan kompetitif menggunakan indikator menurut Lin and Lin (2007), Tan et al. (2009). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.7

Tabel 3.6
Indikator Tekanan Kompetitif

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Tekanan Kompetitif	Dengan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* usaha saya memiliki daya saing yang kuat.	Lin & Lin (2007) dan Tan et al. (2009)

Tabel 3.7
(Lanjutan)
Indikator Tekanan Kompetitif

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Tekanan Kompetitif	Dengan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* usaha saya memiliki nilai lebih.	Lin & Lin (2007) and Tan et al. (2009)
	Dengan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* usaha saya lebih disenangi ketimbang metode pembayaran tunai.	
	Dengan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* usaha saya lebih disenangi ketimbang metode pembayaran *debit card*.	
	Dengan menggunakan metode pembayaran *mobile payment* saya percaya bahwa usaha saya tidak akan kehilangan pelanggan dari pesaing yang lain**.**	

3.6.7. Adopsi Inovasi

Adopsi inovasi merupakan keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik. Keputusan inovasi merupakan proses mental, sejak seseorang mengetahui adanya inovasi sampai mengambil keputusan untuk menerima atau menolaknya kemudian mengukuhkannya (Suprapto & Fahrianoor, 2004). Adapun indikator adopsi inovasi menggunakan indikator menurut Wu & Chen (2014). Indikator pertanyaan disajikan dalam tabel 3.8

Tabel 3.6
Indikator Adopsi Inovasi

Variabel	Item Pertanyaan	Sumber
Adopsi Inovasi	Saya berminat untuk menggunakan *mobile payment* sebagai metode pembayaran pada usaha saya.	Wu & Chen (2014)
	Saya tertarik terhadap perkembangan teknologi seperti *mobile payment* untuk metode pembayaran yang lebih efektif dan efisien pada usaha saya.	
	Saya mau menawarkan rekan usaha saya untuk menggunakan *mobile payment* sebagai metode pembayaran.	
	Saya akan tetap menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* di masa yang akan datang.	
	Saya tidak yakin metode pembayaran *mobile payment* merupakan metode yang cocok di usaha saya.	

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Alat Analisis Data

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS), yaitu SmartPLS 3. PLS merupakan salah satu teknik dari *Structural Equation Model* (SEM) yang berbasis *variance* (Hair et al., 2017). Pengujian SEM menggunakan PLS untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada pengaruh antar konstruk. Analisis PLS-SEM melalui dua tahap yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). (Rachmawati, 2019).

3.7.2. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *SmartPLS 3.* Model pengukuran ini merupakan bagian dari suatu model SEM yang berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model ini dapat digunakan untuk mengevaluasi data dengan menentukan validitas dan reliabilitas. Terdapat dua tahap untuk menganalisis yaitu *outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural) (Hair et al., 2017).

3.7.2.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan setiap indikator dalam mengukur variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini (Ghozali, 2014; Hair et al., 2017). Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *convergent validity* (uji validitas konvergen) dan *discriminant validity* (uji validitas diskriminan).

Uji *convergent validity* (uji validitas konvergen) yaitu sejauh mana indikator dari konstruk tertentu konvergen (Hair et al., 2017). Suatu variabel laten dinilai mempunyai *convergent validity* yang baik jika nilai *loading factor* lebih lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2014; Hair et al., 2017). Sedangkan uji *discriminant validity* (uji validitas diskriminan) yaitu sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain, memiliki nilai *cross loadings* lebih besar dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2012; Hair et al., 2017).

3.7.2.2.Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji kehandalan untuk mengetahui suatu alat ukur pada penelitian dapat dipercaya. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama (Hair et al., 2017). Uji reliabilitas memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Hair et al., 2017).

3.8.Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural menggambarkan hubungan-hubungan yang ada di antara variabel laten. Pengujian terhadap model structural dengan melihat *R-square* melalui uji *goodness-fit* model. Ukuran signifikansi pengaruh antar variabel dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dan t-tabel. Jika nilai t-statistik > t-tabel, maka hasilnya signifikan. Nilai signifikan yang digunakan (*two-tailed*) t-value 1,65 (t-tabel signifikansi = 5%) (Hair et al., 2014)

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini responden yang dipilih oleh peneliti adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* yang berada di daerah Yogyakarta. Hasil pengumpulan data berupa kuesioner dalam bentuk *google form* yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuesioner yang memenuhi syarat	96	96%

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.1 dari hasil pengumpulan data dapat disimpulkan bahwa terdapat 100 kuesioner yang telah disebar kepada responden. Dari 100 kuesioner yang telah disebar, terdapat 100 kuesioner yang kembali dan 96 kuesioner memenuhi syarat penelitian. Sehingga dalam penelitian ini data yang dapat diolah dan dianalisis sejumlah 96 kuesioner.

4.2.Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang menjadi objek penelitian diklasifikasikan berdasarkan jenis usaha, sudah berapa lama usaha anda beroperasi, apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*, sudah berapa lama usaha

anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* dan kisaran pendapatan usaha per tahun.

4.2.1. Klasifikasi berdasarkan Jenis Usaha

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	54	56%
Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	26	27%
Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	16	17%
Total	**96**	**100%**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.2 dari klasifikasi responden berdasarkan jenis usaha. Dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, terdapat 54 responden jenis usaha bagian produksi dengan persentase 56%, 26 responden jenis usaha bagian perdagangan dengan persentase 27%, dan 16 responden jenis usaha bagian jasa dengan persentase 17%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan jenis usaha pada penelitian ini adalah jenis usaha di bagian produksi.

4.2.2. Klasifikasi berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Beroperasi

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi

Lama Usaha Beroperasi	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	16	17%
1 - 5 Tahun	49	51%
> 5 Tahun	31	32%
Total	**96**	**100%**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.3 dari klasifikasi responden berdasarkan lama usaha beroperasi. Dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, 16 responden yang sudah beroperasi selama < 1 tahun dengan persentase 17%, 49 responden yang sudah beroperasi selama 1 – 5 tahun dengan persentase 51%, dan 31 responden yang sudah beroperasi selama > 5 tahun dengan persentase 32%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan sudah berapa lama usaha beroperasi pada penelitian ini adalah 1 – 5 tahun.

4.2.3. Klasifikasi berdasarkan Apakah Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile payment*

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Apakah Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran Mobile payment

Apakah Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *mobile payment*	Jumlah	Persentase
Ya, saat ini masih digunakan	88	92%
Ya, namun sekarang tidak digunakan	8	8%
Total	**96**	**100%**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.4 dari klasifikasi responden berdasarkan apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*. Dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, terdapat 88 responden yang saat ini usahanya masih menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* dengan persentase 92%, sedangkan 8 responden sudah pernah menggunakan namun untuk saat ini usahanya sudah tidak menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* dengan persentase 8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* pada penelitian ini adalah ya saat ini masih digunakan.

4.2.4. Klasifikasi berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran *Mobile payment*

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Usaha Anda Menggunakan Sistem Pembayaran Mobile payment

Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*	**Jumlah**	**Persentase**
< 1 Tahun	25	26%
1 - 5 Tahun	71	74%
> 5 Tahun	0	0%
Total	**96**	**100%**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.5 dari klasifikasi responden berdasarkan sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*. Dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, terdapat 25 responden yang sudah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* selama < 1 tahun dengan persentase 26%, 71 responden yang sudah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* selama 1 - 5 tahun dengan persentase 74%, dan 0 responden yang

sudah menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* selama > 5 tahun dengan persentase 0%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment* pada penelitian ini adalah 1- 5 tahun.

4.2.5. Klasifikasi berdasarkan Kisaran Pendapatan Usaha Per Tahun

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan
Kisaran Pendapatan Usaha Per Tahun

Kisaran pendapatan usaha per tahun	Jumlah	Persentase
Rp. 300 Juta per tahun atau kurang	40	42%
Rp. 300 Juta sampai Rp. 1 Milyar per tahun	38	40%
Rp. 1 Milyar sampai Rp. 2,5 Milyar per tahun	11	11%
Lebih dari Rp. 2,5 Milyar per tahun	7	7%
Total	**96**	**100%**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.6 dari klasifikasi responden berdasarkan pendapatan per tahun. Dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, terdapat 40 responden yang pendapatan per tahunnya Rp. 300 juta per tahun atau kurang dengan persentase 42%, 38 responden yang pendapatan per tahunnya Rp. 300 juta sampai Rp. 1 milyar per tahun dengan persentase 40%, 11 responden yang pendapatan per tahunnya Rp. 1 milyar sampai Rp. 2.5 milyar per tahun dengan persentase 11%, dan 7 responden yang pendapatan per tahunnya lebih dari Rp. 2.5 milyar per tahun dengan persentase 7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan pendapatan per tahun pada penelitian ini adalah Rp. 300 juta per tahun atau kurang.

4.3. Uji Instrumen Penelitian

4.3.1. Hasil *Outer Model* (Uji Model Pengukuran)

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 3. Terdapat dua tahap untuk menganalisis yaitu *outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural) (Hair et al., 2017).

4.3.1.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur penelitian dapat dikatakan sah atau valid dalam suatu kuesioner (Hair et al., 2017). Pengukuran validitas dalam suatu penelitian berfokus pada validitas konvergen dan validitas diskriminan (Hair et al, 2011). Sehingga dalam penelitian ini pengukuran validitas menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

4.3.1.1.1. Uji Convergent Validity

Validitas konvergen diuji menggunakan nilai *loading* dari setiap item pernyataan pada variabel penelitian. Pengujian validitas konvergen ditunjukkan dengan adanya korelasi tinggi antara nilai konstruk dengan indikatornya. Indikator konstruk dikatakan valid jika memiliki *outer loadings* diatas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,50 (Hair et al., 2017). Namun apabila nilai *outer loadings* 0,60 sampai 0,70 masih dianggap cukup atau diterima (Hair et al, 2011). Pengukuran validitas konvergen ini dapat dilihat dari besarnya *outer loadings.* Hasil pengujian *convergent validity* disajikan pada tabel 4.7

Tabel 4.3
***Initial Item Loadings* dan AVE**

Variabel	Item Pertanyaan	*Outers Loadings*	AVE
Teknologi	KR 1	**0.56**	**0.37**
	KR 2	**0.66**	
	KR 3	**0.66**	
	KR 4	**0.7**	
	KR 5	**0.52**	
	KS 1	**0.64**	
	KS 2	**0.72**	
	KS 3	**0.63**	
	KS 4	**0.51**	
	KS 5	**0.51**	
	KE 1	**0.54**	
	KE 2	**0.67**	
	KE 3	**0.53**	
	KE 4	**0.54**	
	KE 5	**0.62**	
Organisasi	KO 1	**0.78**	**0.44**
	KO 2	**0.79**	
	KO 3	**0.65**	
	KO 4	**0.78**	
	KO 5	**0.75**	
	PP 1	**0.5**	
	PP 2	**0.58**	
	PP 3	**0.63**	
	PP 4	**0.59**	
	PP 5	**0.49**	

Tabel 4.7

(Lanjutan)

***Initial Item Loadings* dan AVE**

Variabel	Item Pertanyaan	*Outers Loadings*	AVE
Lingkungan	TK 1	**0.75**	**0.63**
	TK 2	**0.78**	
	TK 3	**0.81**	
	TK 4	**0.79**	
	TK 5	**0.81**	
Adopsi Inovasi	AI 1	**0.76**	**0.46**
	AI 2	**0.77**	
	AI 3	**0.69**	
	AI 4	**0.72**	
	AI 5	**0.36**	

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa indikator konstruk yang nilai *outer loadings* kurang dari 0,60 yaitu, KR 1, KR 5, KS 4, KS 5, KE 1, KE 3, KE 4 PP 1, PP 2, PP 4, PP 5, dan AI 5. Nilai AVE untuk konstruk adopsi inovasi kurang dari 0,50 yang menyebabkan tidak validnya konstruk adopsi inovasi. Solusi dari masalah ini adalah dengan menghapus indikator konstruk yang memiliki nilai *outer loadings* kurang dari 0,60 dan diajukan kembali.

Setelah indikator konstruk KR 1, KR 5, KS 4, KS 5, KE 1, KE 3, KE 4, PP 1, PP 2, PP 4, PP 5, dan AI 5. Dihapus dari kuesioner maka didapatkan hasil pengujian *convergent validity* pada tabel 4.8

Tabel 4.3
***Initial Item Loadings* dan AVE**

Variabel	**Item Pertanyaan**	***Outers Loadings***	**AVE**
Teknologi	KR 2	**0.72**	**0.51**
	KR 3	**0.74**	
	KR 4	**0.73**	
	KS 1	**0.78**	
	KS 2	**0.65**	
	KS 3	**0.74**	
	KE 2	**0.65**	
	KE 5	**0.68**	
Organisasi	KO 1	**0.85**	**0.60**
	KO 2	**0.87**	
	KO 3	**0.66**	
	KO 4	**0.87**	
	KO 5	**0.82**	
	PP 3	**0.62**	
Lingkungan	TK 1	**0.74**	**0.63**
	TK 2	**0.79**	
	TK 3	**0.81**	
	TK 4	**0.80**	
	TK 5	**0.82**	
Adopsi Inovasi	AI 1	**0.79**	**0.56**
	AI 2	**0.80**	
	AI 3	**0.63**	
	AI 4	**0.77**	

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *outer loading* seluruh indikator konstruk lebih dari 0,60 begitu juga dengan nilai AVE lebih dari 0,50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator konstruk pada penelitian ini memenuhi *convergent validity* (validitas).

4.3.1.1.2. Uji Discriminant Validity

Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan cara melihat pada nilai *cross loading* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Pada validitas diskriminan dikatakan cukup jika nilai *cross loading* setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya serta nilai *cross loading* diatas 0,60 sesuai dengan syarat. Hasil pengujian *discriminant validity* disajikan pada tabel 4.9

Tabel 4.3
Nilai *Cross Loading*

	Teknologi	Organisasi	Lingkungan	Adopsi Inovasi
KR 2	0.72	0.55	0.52	0.51
KR 3	0.74	0.55	0.48	0.46
KR 4	0.73	0.49	0.63	0.47
KS 1	0.78	0.62	0.46	0.40
KS 2	0.65	0.52	0.65	0.46
KS 3	0.74	0.54	0.39	0.31
KE 2	0.65	0.44	0.44	0.50
KE 5	0.68	0.43	0.58	0.55
KO 1	0.63	0.85	0.55	0.59
KO 2	0.61	0.87	0.44	0.49
KO 3	0.51	0.66	0.58	0.51

Tabel 4.9
(Lanjutan)
Nilai *Cross Loading*

	Teknologi	Organisasi	Lingkungan	Adopsi Inovasi
KO 4	0.60	0.87	0.50	0.51
KO 5	0.52	0.82	0.48	0.52
PP 3	0.47	0.62	0.31	0.34
TK 1	0.58	0.37	0.74	0.50
TK 2	0.64	0.52	0.79	0.60
TK 3	0.53	0.47	0.81	0.64
TK 4	0.57	0.52	0.80	0.64
TK 5	0.61	0.57	0.82	0.62
AI 1	0.47	0.48	0.49	0.79
AI 2	0.47	0.50	0.48	0.80
AI 3	0.45	0.44	0.65	0.63
AI 4	0.54	0.52	0.61	0.77

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil data tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasil uji yang telah dilakukan bahwa nilai korelasi indikator dengan konstruk lebih besar dibandingkan dengan konstruk lainnya serta nilai *cross loadings* sudah sesuai syarat yaitu diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan memiliki validitas diskriminan yang baik.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dapat dilihat dari nilai konstruk pada *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Hair et al., 2017). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 4.10

Tabel 4.3
Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	***Composite Reliability***
Teknologi	0.86	0.89
Organisasi	0.85	0.90
Lingkungan	0.85	0.89
Adopsi Inovasi	0.74	0.84

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa hasil uji pada *composite reliability* dan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70. Sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.4.Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *SmartPLS 3.* Terdapat dua tahap untuk menganalisis yaitu *outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural). Pada *inner model* (uji model struktural) dilakukan dengan melihat nilai pada *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit model* (GoF) dan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan menggunakan hasil dari *Path Coefficients* (Hair et al., 2017).

4.4.1. Uji Goodness-Fit Model

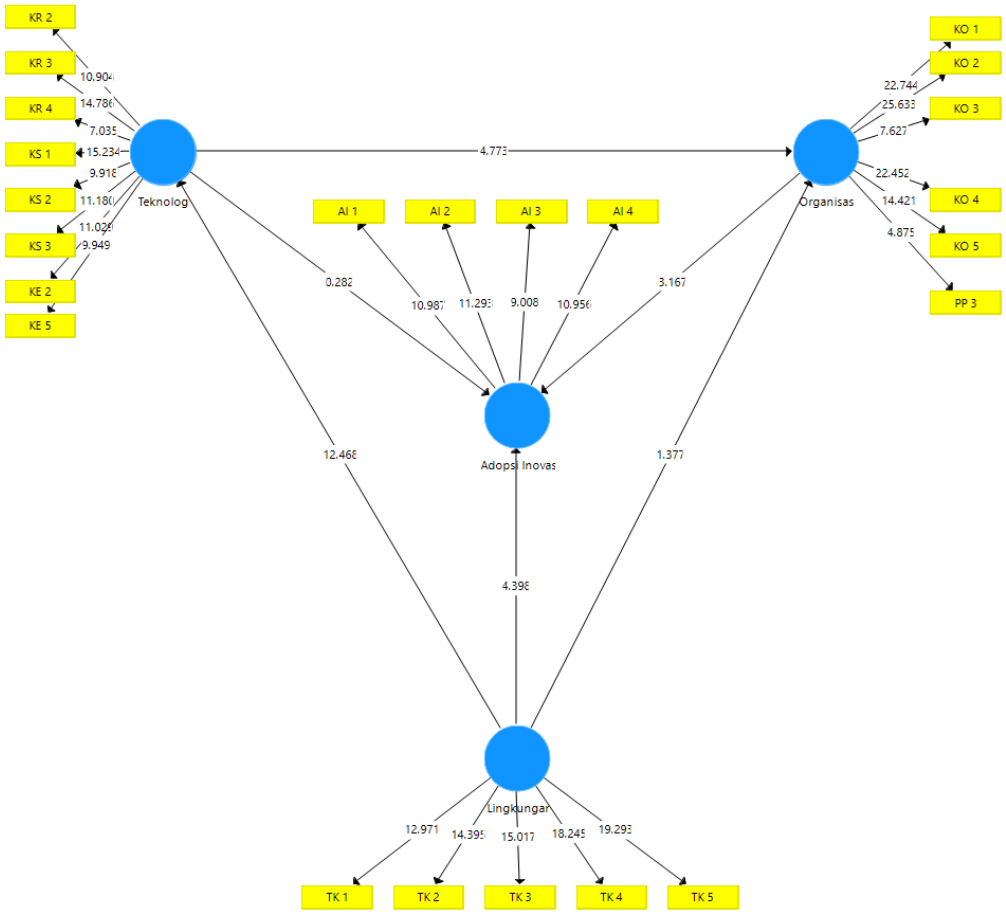
Tabel 4.4
Nilai R-Square

	R Square
Adopsi Inovasi	0.63

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai *R-Square* pada variabel adopsi inovasi adalah sebesar 0,63. Hal tersebut menunjukan bahwa variabel keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kompetensi organisasi, pelatihan dan pendidikan, dan tekanan kompetitif, memberikan nilai pengaruh sebesar 63% terhadap adopsi inovasi, sedangkan sisanya sebesar 37% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.4.2. Uji Hipotesis



Gambar 4.4.1 Model Hasil Penelitian

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh antar konstruk pada *path coefficients*. Hasil uji disajikan pada tabel 4.12

Tabel 4.4
Hasil *T Statistic* dan *Original Sample*

		Original Sample	***T Statistik***	**Kesimpulan**
H1a	Teknologi -> Organisasi	0.56	4.77	Diterima
H1b	Teknologi -> Adopsi Inovasi	0.19	0.30	Ditolak
H2	Organisasi -> Adopsi Inovasi	0.74	3.13	Diterima
H3a	Lingkungan -> Teknologi	0.27	11.21	Diterima
H3b	Lingkungan -> Organisasi	0.04	1.41	Ditolak
H3c	Lingkungan -> Adopsi Inovasi	0.59	4.35	Diterima

*: Signifikan pada level 5%, t hitung > t tabel (2 sisi: 1,65)

Berdasarkan hasil data tabel 4.13 dapat dibaca dengan melakukan uji *t statistic* yaitu dengan membandingkan hasil antara t hitung (*t statistic*) dengan t tabel. Jika hasil nilai t-statistik > t-tabel maka hasilnya signifikan (Ghozali, 2014). Dalam penelitian ini nilai t-tabel (1,65). Hubungan langsung antar konstruk dapat dilihat sebagai berikut:

1. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh teknologi terhadap organisasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,56 dan nilai t-statistik sebesar 4,77 > 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh teknologi terhadap organisasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Diterima.**

Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat disimpulkan bahwa teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap organisasi untuk mengadopsi teknologi layanan *mobile payment.* Dalam artian, bahwa teknologi

pada layanan *mobile payment* yang digunakan para pelaku UKM dapat memberikan pengaruh positif terhadap organisasi sehingga mempermudah mereka dalam bekerja. Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian yang menyimpulkan jika teknologi memberikan pengaruh terhadap organisasi yang menunjukkan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan pengaruh positif untuk organisasi dalam menjalankan pekerjaan mereka (Al- Qirim, 2007; Cao et al., 2014).

2. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh teknologi terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,19 dan nilai t-statistik sebesar 0,30 < 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh teknologi terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Ditolak.**

Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat diambil kesimpulan bahwa teknologi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment.* Dalam artian, pelaku UKM merasa bahwa setelah mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*, dampak yang dirasakan tidak signifikan seperti halnya keuntungan dan kesesuaian yang didapatkan oleh pelaku usaha, tidak sesuainya harapan setelah mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* sebagai sistem pembayaran di usaha mereka, karena dalam prakteknya pembayaran tunai lebih sering digunakan para pelanggan untuk transaksi dibandingkan metode pembayaran non tunai (*mobile payment*). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wang, Li, Li, & Zhang 2016). Bahwa semakin canggih dan mudah teknologi yang digunakan maka mempengaruhi kinerja sebuah organisasi.

3. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh organisasi terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,74 dan nilai t-statistik sebesar 3,13 > 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh organisasi terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Diterima.**

   Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat diambil kesimpulan bahwa organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Dalam artian semakin siap sebuah organisasi dalam menggunakan teknologi semakin tinggi pula niat sebuah organisasi dalam mengadopsi suatu teknologi. Begitu pula dengan tindakan owner selaku UKM dalam menekankan karyawannya untuk menggunakan teknologi, maka semakin tinggi niat karyawan dalam menggunakan teknologi dalam pekerjaannya, serta seringnya pelatihan dan pendidikan yang diberikan oleh sebuah organisasi akan membuat karyawannya mengerti dan niatnya menggunakan teknologi semakin tinggi. Hasil dari hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang menyimpulkan organisasi memiliki pengaruh terhadap adopsi inovasi (Martins, Tiago & Popovis, 2014; Rahayu & Day, 2015)
4. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh lingkungan terhadap teknologi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,27 dan nilai t-statistik sebesar 11,21 > 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh lingkungan terhadap teknologi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Diterima.**

Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat diambil kesimpulan bahwa lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap teknologi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Dalam artian Semakin tinggi tekanan yang dirasakan suatu organisasi dari para pesaingnya, maka semakin tinggi usaha organisasi dalam menggunakan teknologi. Selain itu, penyedia layanan yang baik dipercaya membuat organisasi tersebut yakin untuk menggunakan teknologi yang dirasa dapat menguntungkan. Hasil hipotesis tersebut sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang menyimpulkan Environment memiliki pengaruh terhadap Technology (Rahayu & Day, 2015).

5. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh lingkungan terhadap organisasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,04 dan nilai t-statistik sebesar 1,41 < 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh lingkungan terhadap organisasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Ditolak.**

   Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat diambil kesimpulan bahwa lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap organisasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Dalam artian pada UKM, struktur organisasi yang ada masih belum tersusun dengan sempurna. Hal tersebut yang menyebabkan UKM tidak memperhatikan faktor-faktor organisasi yang ada. Pada saat di lapangan, peneliti pun menemukan bahwa masih banyak UKM lebih menyukai transaksi secara tunai. Oleh karena itu, UKM sebagai organisasi dalam mengatur usahanya tidak mementingkan faktor-faktor lingkungan seperti tekanan daya saing (tekanan kompetitif). Hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang menyimpulkan jika lingkungan tidak memiliki

pengaruh terhadap organisasi (Rahayu & Day, 2015)

6. Hasil dari *path coefficients* untuk pengaruh lingkungan terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* memperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,59 dan nilai t-statistik sebesar 4,35 > 1,65 hal ini menunjukan bahwa: "pengaruh lingkungan terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*" **Diterima.**

Dengan hasil pengolahan data yang telah diterima dapat diambil kesimpulan bahwa lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi inovasi dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*. Dalam artian semakin tinggi para pesaing menggunakan teknologi, maka niat suatu organisasi juga semakin tinggi untuk mengadopsi teknologi. Dukungan dari penyedia layanan dan juga mitra yang meyakinkan membuat organisasi lebih tinggi mengadopsi sebuah teknologi. Hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang menyimpulkan jika lingkungan memiliki pengaruh terhadap adopsi inovasi (Purwantini & Hakim, 2018).

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, UKM telah siap mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* sebagai metode pembayarannya yang dipengaruhi oleh faktor Teknologi–Organisasi-Lingkungan.
2. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi niat UKM dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment* adalah (teknologi). Selanjutnya diikuti dengan (organisasi) dan (lingkungan).
3. Dari enam hipotesis yang diajukan, dua hipotesis ditolak dan empat lainnya diterima dengan hubungan yang signifikan positif. Hipotesis yang ditolak yaitu teknologi terhadap adopsi inovasi dan lingkungan terhadap organisasi. Hal tersebut disebabkan karena UKM merasa bahwa setelah mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*, dampak yang diberikan tidak sesuai harapan, karena dalam prakteknya pembayaran tunai lebih sering digunakan untuk transaksi dibandingkan dengan non tunai, dan struktur organisasi yang belum sempurna menyebabkan faktor organisasi yang ada tidak ditentukan oleh tekanan daya saing (tekanan kompetitif).
4. Hipotesis yang memiliki pengaruh paling besar adalah lingkungan terhadap teknologi. Semakin tinggi tingkat tekanan yang dirasakan dari pesaing serta dukungan dari penyedia layanan dan mitra, maka semakin tinggi pula niat organisasi tersebut untuk menggunakan teknologi.

5.2.Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, yaitu antara lain:

1. Pengambilan jumlah sampel di dalam penelitian ini tidak merujuk kepada data resmi UKM yang sudah menggunakan sistem teknologi layanan *mobile payment*, karena peneliti tidak menemukan data yang bisa menjadi patokan pengambilan jumlah sampel, dan sampai saat ini belum ada data resmi mengenai jumlah UKM yang terdaftar menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*.
2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada UKM yang beroperasi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah sampel yang diteliti hanya berjumlah 100 responden, sehingga cakupan wilayah maupun jumlah sampel masih tergolong sedikit.

5.3.Saran

Untuk penelitian yang akan dilakukan setelah penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran diantaranya yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian khususnya pada pengujian kuesioner. Sebaiknya dapat meninjau kembali indikator yang akan digunakan. Masukan dan saran dari para ahli sebaiknya harus diperhatikan untuk memperkuat indikator agar mengurangi terjadinya penghapusan indikator. selain itu penambahan indikator maupun variabel yang diperlukan, misalnya penambahan variabel dukungan manajemen puncak yang dilakukan oleh pemangku jabatan tertinggi dalam penggunaan TI untuk meningkatkan nilai-nilai perusahaan.

dan variabel dukungan mitra dagang yang dimana perusahaan dapat berhubungan dan bekerja sama antar perusahaan atau penyedia jasa lainnya agar dapat meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan. Oleh karena itu penelitian terhadap sistem dapat didalami dan lebih rinci.

2. Memperluas populasi dengan mengambil populasi lainnya yang menggunakan sistem teknologi layanan *mobile payment* pada lingkungan UKM yang lebih luas lagi, tidak hanya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta saja.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode kualitatif agar memperoleh konfirmasi hasil penelitian yang lebih kuat, misalnya melalui wawancara.

5.4. Implikasi Penelitian

1. Bagi pihak penyedia layanan *mobile payment* Indonesia, perlu memberikan perhatian yang lebih besar pada peningkatan kualitas produk maupun layanan sistem pembayaran *mobile payment*, khususnya yang menyasar sektor UKM sehingga lebih banyak lagi organisasi bisnis kecil dan menengah yang tertarik menggunakan layanan *mobile payment* sebagai preferensi metode pembayaran.
2. Bagi UKM yang telah menggunakan layanan *mobile payment* sebagai metode pembayarannya, agar dapat meningkatkan dan mempertahankan penggunaan teknologi pada organisasi agar mendapatkan daya saing yang tinggi serta jaminan dari pihak penyedia layanan itu sendiri. karena berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor pada konteks teknologi mempengaruhi secara signifikan terhadap penggunaan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Parasuraman and C. L. Colby. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0, Journal of service research, vol. 18, no. 1, pp. 59-74.

Aboelmaged, M., & Hashem, G. (2018). SC. International Journal of Medical Informatics.

Adeosun, O., T. H., & Adetunde, I. (2009). Strategic Application of Information and Communication Technology of Effective Service Delivery in Banking Industry. Journal of Social Science, 5(1), 47–51.

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. International Journal of Information Management, 37(3), 99–110.

Al-Qirim, N. A. (2007). The Adoption of e-Commerce communication and application technologies in small business in New Zealand. Electronic Commerce Research and Application, 6, 62–73.

Alvian, S. (2019). Analisis Determinan Minat Umkm Dalam Adopsi Aplikasi Si Apik Sebagai Sistem Pencatatan Akuntansi Berbasis Teknologi. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Amoroso, D.L. and Gardner, C., (2004), development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumer. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Science

Apulu, I., & Latham, A. (2011). Driver for Information and Communication Technology Adoption: A Case Study of Nigerian Small and Medium Sized Enterprised. International Journal of Business Management, Vol. 6.

Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control terhadap Repurchase Intention E-Money. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 6(4), 583–589.

Azwar, S. (2011). Validitas dan Reliabilitas.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bappeda DIY. (2020).

Bhardwaj, S., Jain, L., & Jain, S. (2010). Cloud Computing A Study of Infrastructure as a Service (Iaas). International Journal of Engineering, 2, 60-63.

Bitjoli, B., E., Rindengan, Y., D., Y., & Karouw, S., D., S. (2017). Analisa Kesiapan Kota Cerdas (Studi Kasus: Pemerintah Kota Manado). E-Journal Teknik Informatika, 12(1).

BPS. (2011). Berita Resmi Statistik UKM.

Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. MIS Quarterly: Management Information Systems, 29(3), 399–426.

Cao, Q., Jones, D. R., & Sheng, H. (2014). Contained nomadic information environments: Technology, organization, and environment influences on adoption of hospital RFID patient tracking. Information & Management, 51(2), 225–239.

Chau, P. Y. K., Hu, P. J. H., Lee, B. L. P., & Au, A. K. K. (2007). Examining customers' trust in online vendors and their dropout decisions: An empirical study. Electronic Commerce Research and Applications, 6(2), 171–182.

Chen, L., & Nath, R. (2008). Determinants of Mobile Payments: An Empirical Analysis Determinants of Mobile Payments : An Empirical Analysis.Journal of International Technology and Information Management, 17(1), 8-20.

Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. Decision Support Systems, 42(3), 1558–1572.

Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2003). An Integrative Model of Consumer Trust in Internet Shopping An Integrative Model of Consumer Trust in Internet Shopping. ECIS 2003 Proceedings. 48.

Chiu, J. L., Mansumitrchai, S., & Chiu, C. L. (2016). Privacy, security, infrastructure and cost issues in internet banking in the Philippines: initial trust formation. International Journal of Financial Services Management, 8(3), 240-271.

Chung, E., et. Al. (2008). Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context. *Advances in Consumer ResearchNorth American Conference Proceedings*, 8, 434-435.

Corbett, L., M. & Campbell, C., H. (2002). Grappling with a gusher! Manufacturing‟s response to business success in small and medium enterprises. Journal of Operations Management, 20(5), 495-517.

Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(5), 319–339.

Diana, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Ekawati, D. K. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Telkomsel Cash (T-Cash) di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Erlangga, M. (2014). Pemanfaatan Teknologi Dalam Membantu Perkembangan UKM di Indonesia.

Fatchurrohman, R. (2017). Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Kesiapan Belajar, Pelaksanaan Prakerin Dan Pencapaian Kompetensi Mata Pelajaran Produktif. *Innovation of Vocational Technology Education*, 7(2), 164–174.

Feuerlicht, G., Govardhan, S. (2010), "Impact of Cloud Computing: Beyond a Technology Trend" In the proceedings of the International Conference on Systems Integration 2010 [CD-ROM]., *Prague, Oeconomica*, pages. 1–8.

Gangwar, H,. Date, H., & Ramaswamy., R. (2015) Understanding determinants of cloud computing adoption using an integrated TAM- TOE model. Journal of Enterprise Information Management, Vol. 28 Iss 1 pp. 107-130.

Géczy, C. C., Minton, B. A., & Schrand, C. M. (2007). Taking a View: Corporate Speculation, Governance, and Compensation. *The Journal of Finance*, 62(5), 2405–2443.

Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial Least Squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartPLS 3.0 untuk penelitian empiris (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2014). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goodhue & Thompson. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. MIS Quarterly, 213-236.

Gosal Michael Agustio, & Linawati Nanik. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior. Seminar Nasional Dan Call for Paper, (Senima 3), 455–465.

Gyampah, A., K., & Salam, A. F. (2004). An extension of the technology acceptance model in an ERP implementation environment,41, 731-745.

Hair, et al. (2011). Multivariate Data Analysis, New International Edition. New Jersey: Pearson.

Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Suares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Editio). USA: SAGE Publication.

Hair, Joseph, F., Jr et al. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). SAGE: Publications, Inc. California.USA

Handisa, R. H. (2017). Evaluasi Tingkat Kesiapan Organisasi Dalam Rangka Preservasi Digital. Khizanah Al-Hikmah, 5(2), 176–186.

Hermana, Budi, Farida, & Adrianti, R. (2007). Model Adopsi Internet pada Kaum Ibu: Pengembangan dan Pengujian Instrumen Penelitian. In Proseding Seminar Nasional Teknologi.

Hoque, R., & Sorwar, G. (2017). Understanding factors influencing the adoption of mHealth by the elderly: An extension of the UTAUT model. International Journal of Medical Informatics, 101, 75–84.

Hoti, E. (2016). The technological, organizational and environmental framework of IS innovation adoption in small and medium enterprises. Evidence from research over the last 10 years. International Journal of Business and Management, III (4), 1–14.

InfrasoftTech. (2016). QRys Code Payment Solution

Irfan, A., & Santosa, P. I. (2015). Adopsi cloud computing pada ukm di indonesia, 6–8.

Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.

Kaplan, R., S., & Norton, D., P. (2004). Strategy Map: Converting Intangible Asset Into Tangible Asset. USA: Harvard Business School Press.

Khristianto, W. (2012). Penggunaan Teknologi Informasi di Usaha Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Wilayah Gedong Meneng). Seminar Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat- Dies Natalis FISIP Unila Tahun 2012, (March), 282–293.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. Decision Support Systems, 44(2), 544–564.

Kurniawan, F. D. & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP*, 2(2), 103-220.

Lazuardi, A. (2013). Tingkat Kesiapan (Readiness) Pengadopsian Teknologi Informasi. Karya Akhir Universitas Indonesia 2013.

Lin, H. F. (2014). Understanding the determinants of electronic supply chain management system adoption: Using the technology–organization–environment framework. Technology Forecasting and Social Change, 86, 80-92.

Lin, N., H. & Lin, B., S. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Managements Studies*, 121 132.

Martins, C., Tiago, O., & Popovis, A. (2014). Understanding the Internet Banking Adoption. International Journal of Information Management, 34, 1–13.

Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. Technology in Society, 59, 2-12.

Mndzebele, N. (2013). The Effect of Relative Advantage, Compatibility, and Complexity in the Adoption of EC in the Hotel Industry. Journal of Computer and Communication Engineering, 2 (4).

Molla, A., & Licker, P. S. (2005). eCommerce adoption in developing countries: a model and instrument. Information & Management, 42(6), 877-899.

Morteza, G., Daniel, A. A., & Jose, B. A. (2011). Adoption of e-commerce applications in SMEs. Industrial Management & Data Systems, 111(8), 1238-1269.

Muluk, M., R., K. (2008). Knowledge Management (Kunci Sukses Inovasi Pemerintah Daerah). Malang: Banyumedia.

Ngah, A., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2017). Applying the TOE Framework the Halal Warehouse adoption study. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 8 (2), 161–181.

Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The Roles of Perceived Risk and Trust on E-Payment Adoption The Roles of Perceived Risk and Trust on E – Payment Adoption, (December 2017).

Nitisemito, A. (2007). Manajemen Personalia. Cetakan X. Jakarta: Ghalia Indonesia

Nugrahani, D., S. (2011). E-Commerce Untuk Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah. Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis, (1), 1-16.

Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications, 5(2).

Nurmalasari, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Oktaviani, R. F. (2017). Peran Kemajuan Teknologi Ecommerce Untuk Percepatan Keberhasilan Kinerja Dengan Penerapan Strategi Pemasaran UKM, 6(2), 176–195.

Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. Computers in Human Behavior, 61, 404–414.

Parasuman, A. (2000). Technologu Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technology. Journal of Service, 307.

Pertawijaya, Immar. (2015). Analisis Komparatif Mobile Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Telkom T-Money dan Mandiri E-Cash. Jurnal Universitas Telkom. Vol. 2 No. 2.

Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut 2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 18(2), 1369–1397.

Petrova, K., & Wang, 2013. Retailer Adoption of Mobile payment. Journal of Electronic Commerce in Organizations,11(4),70-89.

Pramono, B., Yanuarti, T., Purusitawati, P. D., & Emmy, Y. T. (2006). Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter. In Bank Indonesia, 11, 1-55.

Purnomo, F. E., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Evaluasi Pengaruh Keamanan Data Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Website E-Commerce PT. XYZ. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 2(6), 2400–2407.

Rachmawati, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment Dalam Bertransaksi. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Rachmawati, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment Dalam Bertransaksi. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E Commerce Adoption SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. Procedia- Social and Behavioural Science, 195, 145–150.

Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z"). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 52(1), 1–7.

Rekveldt, B. M., Jongkind, Y., Mooi, H., Bakker, H., & Verbraeck, A. (2011). Grasping project complexity in large engineering projects: The TOE (Technical, Organizational and Environmental) framework. International Journal of Project Management, 29, 728-739.

Rekveldt, B. M., Jongkind, Y., Mooi, H., Bakker, H., & Verbraeck, A. (2011). Grasping project complexity in large engineering projects: The TOE (Technical, Organizational and Environmental) framework. International Journal of Project Management, 29, 728-739.

Roca, J. C., García, J. J., & de la Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. Information Management and Computer Security, 17(2), 96–113.

Rodríguez, T. E., & Trujillo, E. C. (2013). Online drivers of consumer purchase of website airline tickets. Journal of Air Transport Management, 32, 58–64.

Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce Terhadap Partisipasi Pelanggan. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Rogers, E. M. (2003a). Diffusion of Innovation (5th Edition). New York: Free Press.

Rogers, E. M. (2003b). Diffusion of Innovations (5th Edition). New York: Free Press.

Sahin, I. (2006). Detailed review of rogers' diffusion innovations theory and educational technology-related studies based on rogers' theory. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 5(2), 14–22.

Salamah, I., & Kusumanto, R. (2017). Faktor - Faktor Pemanfaatan Teknologi Informasi. Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi, 1(3), 177–182.

Salwani, Ramdani, B., Kawalek, P., & Lorenzo, O. (2009). Predicting SMEs adoption of enterprise systems. Journal of Enterprise Information Management, 22(2), 10–24.

Sani, A., & Subiyakto, A. (2018). Model Kesiapan dan Adopsi Teknologi Informasi diantara Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia.

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), 323-336.

Sekaran, Uma., & Roger, Bougie. (2017). Research Method fo Business: A Skill Building Approach Seventh Edition.

Setiobudi, A., & Wiradinata, T. (2018). Intensi Ukm Dalam Adopsi Financial Technology di Jawa Timur. Sustainable Tourism Industry for Economic Development, (2622), 5–6.

Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. Electronic Commerce Research and Applications, 33.

Slameto. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta.

Sonnenwald, D., H., Maglaughlin, K., L., & Whitton, M., C. (2001). Using innovation diffusion theory to guide collaboration technology evaluation: work in progress. *IEEE*.

Sugito, P. & Kamaludin, (2016), Adaptabilitas dan Keunggulan Bersaing, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, FEB Unmer Malang, 3(1).

Suprapto, T. & Fahrianoor. (2004). Komunikasi Penyuluhan dalam Teori dan Praktek. Arti Bumi Intaran. Yogyakarta.

Syarifah, A. H. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Informasi Pada Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada UKM Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta), 8(2), 181–199.

Tan, K., Chong, S., Lin, B., & Eze, U. (2009). Internet-Based ICT Adoption: Evidence From Malaysian SMEs. Industrial Management & Data System, 109 (2), 224–244.

Tanuwijaya S. (2013). Konsep Umum Tumbuh Kembang. Jakarta: EGC.

Tornatzky, L., & Fleischer, M. (1990). The Process of Technological Innovation. Lexington, MA: Lexington Books.

Tristiyanti, N. D. (2017). Pengaruh Keunggulan Relatif, Kompatibilitas, Persepsi Kegunaan Kemampuan Untuk Dilihat Dan Persepsi Resiko Terhadap Adopsi Mobile Banking Bagi Nasabah Bca Di Surabaya. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

Triyono. (2013). Metodologi Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Ombak.

Tsou, H., & Hsu, S. H. (2015). Performance effects of technology – organization – environment openness, service co-production , and digital-resource readiness : The case of the IT industry. International Journal of Information Management, 35(1), 1–14.

Urumsah, D. (2012). Factors Influencing Indonesian Consumers to Use e-Services in Indonesian Airline Companies. Tesis. Curtin University.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). Venkatesh et al (2003) User acceptance of information technology. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 1 Viswanath Venkatesh. MIS Quarterly, 36(1), 157–178.

Vinitha, K., & Vasantha, S. (2018). Factors Influencing Consumer's Intention to Adopt Digital Payment - Conceptual Model.

Wahdiniawati, S., A., Ma'arif, M., S., & Dirdjousparto, S. (2014). Sistem Pendidikan dan Pelatihan Dalam Supaya Peningkatan Kinerja SUmber Daya Manusia di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Jakarta Selatan. Widyariset, 17(1), 93-104.

Wahid, F., & Iswari, L. (2007). Adopsi Teknologi Informasi oleh Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Seminar, 75–79.

Walton, W. A., dan Kibbee, D. A. 2008. Adoption Process for VOIP: The influence of Trust in the UTAUT Model. Thesis / Dissertation Acceptance, 9.

Wang, Y., Li, H., Li, C., & Zhang, D. (2016). Factors affecting hotels' adoption of mobile reservation system: A technology-organization- environment framework. Tourism Management, 53, 163–172.

Waryanto. (2010). Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luar Pengungkapan Corporate Social Responsility di Indonesia. Universitas Diponegoro.

Wen, K., & Chen, Y. (2010). E-business value creation in SMEs: A US study using the TOE framework. International Journal of Electronic Business, 25, 1–10.

Whitman, M., & Mattord, H. (2009), “Principles of information security (3rd ed.)”. Boston, MA: Course Technology.

Wibisono, L. T., & Toly, A. A. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak dalam Penggunaan E-Filing Di Surabaya. Tax & Accounting Review, 4(1), 1–15.

Wibowo, A., & Ariyanti, M. (2016). Perilaku Penggunaan Smartphone Mewah Dengan Menggunakan Model Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Di Kota Bandung Use Behavioral Of Luxury Brand Smartphone By Using Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Modified Mo. e-Proceeding of Management, 3(2), 1508-1515.

Wu, I., & Chen, J. (2014). A stage- based diffusion of IT innovation and the BSC performance impact: A moderator of technology – organization – environment. Technological Forecasting & Social Change, 88, 76–90.

Zhu, K., & Kraemer, K. (2005). Post-Adoption Variations in Usage and Value of E Business by Organizations: Cross-Country Evidence from the Retail Industry. Information Systems Research, 16(1), 61–84.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

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

Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubung dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul **"Kesiapan usaha kecil menengah di yogyakarta dalam mengadopsi teknologi layanan *mobile payment*"** yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Kami selaku peneliti memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat membantu dalam keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban Bapak/Ibu/Saudara akan dirahasiakan demi menjaga privasi para responden.

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, …….. 2021

Pembimbing

Sigit Pamungkas S.E., M.Com.

Peneliti

Aditya Pratama

Pengertian Teknologi Layanan Mobile Payment

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kesiapan UKM dalam mengadopsi *mobile payment*. Dalam kuesioner ini terdapat istilah penting yang menjadi pokok bahasan utama dalam penelitian yaitu *Mobile Payment. Mobile payment* merupakan sistem keuangan elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi melalui ponsel sebagai sarananya. Beberapa contoh aplikasi *mobile payment* yaitu *Go-Pay*, *Ovo*, Dana dan *Shopee Pay*.

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai.

Identitas Responden :

1. Jenis Usaha
   - ☐ Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.
   - ☐ Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.
   - ☐ Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.
2. Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?
   - ☐ < 1 Tahun
   - ☐ - 5 Tahun
   - ☐ > 5 Tahun

3. Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*?
   - ☐ Ya, saat ini masih digunakan
   - ☐ Ya, namun sekarang tidak digunakan
4. Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran *mobile payment*?
   - ☐ < 1 tahun
   - ☐ - 5 Tahun
   - ☐ 5 Tahun
5. Kisan pendapatan usaha per tahun
   - ☐ Rp 300 juta per tahun atau kurang
   - ☐ Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
   - ☐ Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
   - ☐ Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek **(√)** pada tempat yang tersedia (☐):

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. ATS : Agak Tidak Setuju
4. AS : Agak Setuju
5. S : Setuju
6. SS : Sangat Setuju

	Keuntungan Relatif	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya merasa dengan adanya transaksi menggunakan mobile payment dapat meningkatkan penjualan di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Pelanggan saya merasa puas setelah usaha saya menggunakan metode pembayaran mobile payment.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Saya merasa nyaman dalam melayani pelanggan setelah menerapkan metode pembayaran mobile payment di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya merasa pembayaran dengan mobile payment sangat cepat ketimbang metode pembayaran tunai.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya merasa pembayaran dengan mobile payment membuat usaha saya menurun.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Kesesuaian	**STS**	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
1	Saya merasa metode pembayaran mobile payment sangat cocok di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Saya merasa metode pembayaran mobile payment tidak merubah aturan yang sudah saya tetapkan di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Saya merasa metode pembayaran mobile payment adalah metode pembayaran yang tepat diterapkan di usaha saya saat ini.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya merasa metode pembayaran mobile payment tidak memenuhi kebutuhan di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya merasa metode pembayaran mobile payment tidak sesuai dengan usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Kerumitan	**STS**	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
1	Saya merasa metode pembayaran mobile payment sangat mudah untuk digunakan.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Saya tidak menemukan kesulitan setelah menggunakan metode pembayaran mobile payment.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Saya merasa metode pembayaran mobile payment membuat saya kesulitan dalam melayani pembeli.i	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya merasa metode pembayaran mobile payment sangat sulit untuk dipahami.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya sangat mengerti sistem pembayaran dengan menggunakan mobile payment.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	Kompetensi Organisasi	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya sangat memprioritaskan mobile payment sebagai metode pembayaran di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Metode pembayaran mobile payment membuat usaha saya mudah beradaptasi dengan keadaan sekitar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Jika saya kesulitan menggunakan metode pembayaran mobile payment pegawai lain dapat mengajarkan saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Pemilik usaha selalu menyarankan saya untuk menggunakan metode pembayaran mobile payment agar lebih baik dalam melayani pembeli.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya merasa yakin jika usaha saya menggunakan metode pembayaran mobile payment dapat memajukan usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Pelatihan dan Pendidikan	**STS**	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
1	Saya akan mengerti sistem pembayaran mobile payment jika diadakan pelatihan dan pembelajaran tentang mobile payment secara berkala.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Saya merasa senang jika diberikan pelatihan dan pembelajaran untuk menggunakan metode pembayaran mobile payment.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Dengan adanya pelatihan dan pembelajaran dalam menggunakan mobile payment membuat saya lebih memahami metode pembayaran ini.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Dengan pelatihan dan pembelajaran dalam menggunakan mobile payment meningkatkan kepercayaan diri saya dalam melayani pembeli menggunakan metode pembayaran mobile payment.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Dengan adanya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan sangat berguna dalam meningkatkan produktivitas kerja.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Tekanan Kompetitif	**STS**	**TS**	**ATS**	**AS**	**S**	**SS**
1	Dengan menggunakan metode pembayaran mobile payment usaha saya memiliki daya saing yang kuat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Dengan menggunakan metode pembayaran mobile payment usaha saya memiliki nilai lebih.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Dengan menggunakan metode pembayaran mobile payment usaha saya lebih disenangi ketimbang metode pembayaran tunai.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Dengan menggunakan metode pembayaran mobile payment usaha saya lebih disenangi ketimbang metode pembayaran debit card.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Dengan menggunakan metode pembayaran mobile payment saya percaya bahwa usaha saya tidak akan kehilangan pelanggan dari pesaing yang lain.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	Adopsi Inovasi	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya berminat untuk menggunakan mobile payment sebagai metode pembayaran pada usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2	Saya tertarik terhadap perkembangan teknologi seperti mobile payment untuk metode pembayaran yang lebih efektif dan efisien pada usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3	Saya mau menawarkan rekan usaha saya untuk menggunakan mobile payment sebagai metode pembayaran.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya akan tetap menggunakan sistem pembayaran mobile payment di masa yang akan datang.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya tidak yakin metode pembayaran mobile payment merupakan metode yang cocok di usaha saya.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

LAMPIRAN 2

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
1	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
2	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
3	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
4	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
5	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
6	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
7	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
8	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
9	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
10	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
11	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
12	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
13	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
14	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
15	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
16	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
17	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
18	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
19	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
20	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
21	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
22	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
23	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
24	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
25	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
26	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
27	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
28	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
29	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
30	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
31	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
32	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
33	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
34	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
35	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
36	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
37	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
38	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
39	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
40	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
41	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
42	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
43	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
44	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
45	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
46	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
47	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
48	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
49	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
50	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
51	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
52	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
53	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
54	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
55	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
56	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
57	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
58	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
59	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
60	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
61	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
62	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
63	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
64	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
65	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
66	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
67	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
68	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
69	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
70	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
71	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
72	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun

LANJUTAN

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
73	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
74	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
75	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
76	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
77	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
78	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, namun sekarang tidak digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
79	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
80	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
81	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
82	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun

LANJUTAN
IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
84	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
85	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
86	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
87	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
88	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
89	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
90	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Lebih dari Rp 2,5 Milyar per tahun
91	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	< 1 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang
92	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun

LANJUTAN
IDENTITAS RESPONDEN

No.	Jenis Usaha	Sudah berapa lama usaha anda beroperasi?	Apakah usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Sudah berapa lama usaha anda menggunakan sistem pembayaran mobile payment?	Kisaran pendapatan usaha per tahun
93	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
94	Jasa, menjual jasa kepada klien. Misalnya konsultan, jasa keuangan, penginapan, periklanan dsb.	> 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	< 1 Tahun	Rp 300 juta sampai Rp. 1 Milyar pertahun
95	Perdagangan, melakukan jual dan beli barang. Misalnya toko, perdagangan barang tertentu, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 1 Milyar sampai 2,5 Milyar per tahun
96	Produksi, mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya restoran, makanan, garmen, kerajinan, dsb.	1 - 5 Tahun	Ya, saat ini masih digunakan	1 - 5 Tahun	Rp 300 juta per tahun atau kurang

TABULASI DATA

No.	Keuntungan Relatif					Kesesuaian					Kerumitan					Kompetensi Organisasi				
	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5
1	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	2	4	3	5	4
2	5	5	6	6	2	6	3	5	3	2	6	2	2	3	5	3	4	3	4	4
3	6	6	6	4	1	5	3	5	4	2	6	6	1	5	4	5	5	4	3	3
4	5	5	6	5	2	5	3	6	3	2	6	4	2	3	5	3	5	4	5	5
5	4	5	4	5	2	5	2	5	3	2	5	5	2	3	5	5	5	3	5	5
6	5	5	6	5	2	5	4	5	3	2	5	4	3	3	5	5	6	4	5	5
7	6	6	5	5	2	5	2	5	2	2	5	5	2	3	5	5	6	4	5	5
8	6	5	5	5	2	5	3	5	2	2	5	4	2	2	5	5	5	4	5	5
9	5	5	6	5	1	5	5	5	1	1	5	5	1	1	5	4	5	5	5	5
10	6	5	5	5	1	6	5	6	2	1	5	3	1	2	6	6	5	3	5	5
11	6	5	5	6	3	6	3	6	2	3	6	5	2	2	6	5	5	3	6	6
12	6	5	5	4	2	5	5	5	2	2	6	5	2	3	5	4	5	4	5	5
13	5	5	4	5	3	5	4	6	2	2	5	4	2	3	5	5	5	4	5	5
14	5	4	5	5	2	5	3	6	3	2	5	5	3	2	5	5	5	3	5	5
15	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	4
16	6	5	5	5	2	6	4	6	5	3	6	5	3	2	6	6	6	4	6	6
17	6	5	6	6	1	5	5	5	2	2	6	6	1	1	6	4	5	6	4	6
18	5	6	5	5	2	5	2	5	3	2	5	4	2	2	5	4	5	2	4	5
19	6	6	4	5	2	5	3	4	2	3	5	5	3	2	5	4	5	2	5	4
20	6	6	5	6	3	6	3	6	2	3	6	5	2	3	6	5	6	4	6	6
21	5	4	4	4	3	5	3	4	3	3	5	5	3	3	5	4	5	3	4	5
22	5	4	4	5	2	5	4	5	2	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Keuntungan Relatif					Kesesuaian					Kerumitan					Kompetensi Organisasi				
	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5
23	5	5	4	5	3	5	3	5	6	3	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5
24	5	6	5	4	2	5	3	5	3	2	5	5	2	3	5	5	5	3	5	6
25	6	5	5	5	2	6	3	5	2	3	6	5	2	3	5	5	6	3	5	5
26	5	4	4	4	3	5	4	5	3	2	5	5	2	3	4	4	5	4	4	5
27	5	5	5	4	3	4	3	4	2	3	5	4	2	3	5	5	6	4	6	6
28	5	6	5	5	2	6	3	5	6	3	6	5	2	3	5	5	5	2	5	5
29	6	5	5	5	2	5	3	5	3	3	6	5	3	2	5	6	5	3	5	6
30	5	6	6	6	3	6	4	6	2	3	6	6	1	2	6	6	6	1	6	6
31	3	3	3	2	4	3	1	3	2	5	4	3	3	4	4	2	3	3	1	3
32	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	4	3	1	5	3	3	3	3	3
33	6	6	6	2	1	6	6	6	2	2	6	6	1	1	6	6	6	6	6	6
34	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6
35	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6	5	6
36	5	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6
37	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5
38	5	5	6	6	5	6	6	6	4	4	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6
39	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5
40	5	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	5	5	4	5	5
41	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6
42	4	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6
43	5	5	5	6	3	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Keuntungan Relatif					Kesesuaian					Kerumitan					Kompetensi Organisasi				
	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5
44	6	6	6	6	3	6	5	6	5	2	6	6	2	4	6	6	6	5	6	5
45	3	3	2	4	4	3	6	3	6	6	6	5	6	2	6	2	3	6	3	6
46	6	6	5	6	3	6	6	5	3	3	6	6	3	3	5	5	6	5	5	6
47	6	6	6	6	6	5	5	4	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
48	6	5	5	6	6	4	4	5	5	5	6	6	6	6	6	4	4	4	4	3
49	6	5	5	6	6	4	4	5	5	5	6	6	6	6	6	4	4	4	4	3
50	6	6	6	6	6	5	6	5	3	3	5	4	5	5	6	3	6	5	4	6
51	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	6	6	6	4	4	3	3	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	1	3	6	6	6	6	5
53	6	6	6	6	6	4	5	5	5	4	6	3	2	2	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	6	6	5	5	5
55	6	6	6	6	6	5	5	5	4	6	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5
56	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
57	6	5	5	6	6	4	5	5	5	4	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5
58	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	6	6	6	5	5	5
59	5	5	6	6	3	6	5	5	3	3	6	6	3	3	6	6	6	6	6	6
60	5	5	5	6	3	5	5	6	5	3	5	6	3	3	6	6	5	5	5	6
61	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5
62	6	6	6	6	6	6	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
63	6	6	6	6	6	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	2	1	2

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Keuntungan Relatif					Kesesuaian					Kerumitan					Kompetensi Organisasi				
	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5
65	5	5	5	6	3	6	6	6	3	3	5	6	3	3	6	5	5	6	6	5
66	6	6	5	6	2	6	5	6	2	3	6	5	2	3	6	5	6	5	5	6
67	5	5	5	6	4	6	5	6	4	4	6	6	3	3	5	5	6	5	5	5
68	4	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
69	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5
70	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
71	5	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
72	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6
73	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
74	5	5	6	6	3	6	5	6	3	3	6	6	3	3	6	6	6	5	5	5
75	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6
76	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6
77	5	5	5	5	3	6	5	6	3	2	6	5	3	3	6	5	5	6	5	5
78	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
79	6	6	6	6	5	6	5	6	3	3	6	6	3	2	6	6	6	5	5	6
80	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6
81	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
82	6	5	6	6	3	6	5	6	3	5	6	5	3	3	6	5	6	6	5	5
83	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6
85	6	5	6	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Keuntungan Relatif					Kesesuaian					Kerumitan					Kompetensi Organisasi				
	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	6	6	5	5	3	6	6	5	3	3	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6
88	6	6	5	6	4	5	6	6	3	3	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5
89	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
90	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6
91	6	6	6	6	2	6	6	6	2	3	6	6	2	2	6	6	6	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
93	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	5
95	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6
96	6	6	5	6	3	6	6	6	3	3	6	5	3	3	6	6	6	6	5	5

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Pelatihan dan Pendidikan					Tekanan Kompetitif					Adopsi Inovasi				
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	AI1	AI2	AI3	AI4	AI5
1	4	5	4	5	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	5
2	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	6	5	3	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	6	3
5	5	4	5	5	6	4	5	4	3	5	6	6	3	5	2
6	5	4	6	5	6	4	5	4	3	5	5	6	4	6	3
7	6	5	5	6	5	4	5	5	3	5	6	5	3	6	2
8	5	4	5	6	5	4	5	3	5	4	5	6	3	5	3
9	5	5	5	6	6	6	5	4	2	5	5	5	5	5	1
10	5	5	4	4	6	5	6	4	5	5	5	5	3	6	2
11	5	5	5	5	6	4	6	5	4	5	6	6	3	6	3
12	6	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	6	2
13	6	5	5	5	6	4	5	4	5	5	6	5	3	6	2
14	6	4	5	5	6	4	5	3	4	5	6	5	2	5	3
15	6	5	5	5	5	3	4	2	2	4	3	3	2	3	4
16	5	4	6	5	6	3	6	3	5	5	6	6	3	6	2
17	6	6	6	6	6	5	6	2	6	5	6	6	2	6	2
18	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	6	2	5	3
19	5	4	5	5	6	4	5	4	5	4	5	5	3	6	2
20	6	4	6	5	6	4	6	4	5	5	5	5	3	5	2
21	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Pelatihan dan Pendidikan					Tekanan Kompetitif					Adopsi Inovasi				
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	AI1	AI2	AI3	AI4	AI5
22	5	4	5	5	6	4	5	5	5	4	5	5	3	6	3
23	6	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	6	2
24	5	4	5	5	6	4	5	4	5	4	5	6	4	5	3
25	5	4	5	5	6	4	5	4	5	5	5	6	3	6	3
26	5	5	5	4	6	3	5	4	4	5	6	6	4	5	3
27	5	5	4	6	5	3	6	5	5	6	6	5	4	6	3
28	4	4	5	5	5	4	6	5	3	4	5	6	3	6	3
29	4	4	5	6	6	3	5	5	5	5	6	6	4	6	2
30	5	5	6	6	5	3	6	5	6	6	6	6	4	6	2
31	5	5	5	5	5	3	3	2	2	2	4	4	4	3	5
32	6	6	6	6	6	3	3	3	4	2	5	5	4	3	4
33	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	1
34	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
35	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	5
36	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5
37	5	5	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	2
38	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	4
39	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5
40	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6
41	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6
42	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	4

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Pelatihan dan Pendidikan					Tekanan Kompetitif					Adopsi Inovasi				
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	AI1	AI2	AI3	AI4	AI5
43	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6
44	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	6	2
45	3	3	2	4	4	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5
46	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	3
47	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	4
48	5	5	5	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6
49	5	5	5	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6
50	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	3
51	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
52	5	4	4	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5
53	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	3
54	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5
55	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5
56	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6
57	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4	6	6	6	6	5
58	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
59	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	2
60	6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	3
61	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6
62	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	4
63	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	3

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Pelatihan dan Pendidikan					Tekanan Kompetitif					Adopsi Inovasi				
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	AI1	AI2	AI3	AI4	AI5
64	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	2
66	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6	5
67	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5
68	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6
69	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
70	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
73	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
74	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	2
75	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5
76	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5
77	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	3
78	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
79	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5
80	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5
81	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
82	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5
83	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
84	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5

LANJUTAN
TABULASI DATA

No.	Pelatihan dan Pendidikan					Tekanan Kompetitif					Adopsi Inovasi				
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	AI1	AI2	AI3	AI4	AI5
85	6	5	5	5	6	6	5	6	5	3	6	5	6	5	3
86	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	5
88	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
90	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5
91	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	2
92	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
93	6	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5
94	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
95	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
96	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	4	6	3

LAMPIRAN 3

HASIL OUTER MODEL

Uji *Convergent Validity*

Variabel	Item Pertanyaan	Outers Loadings	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*	AVE
Teknologi	KR 2	0.72	0.86	0.89	0.51
	KR 3	0.74			
	KR 4	0.73			
	KS 1	0.78			
	KS 2	0.65			
	KS 3	0.74			
	KE 2	0.65			
	KE 5	0.68			
Organisasi	KO 1	0.85	0.85	0.9	0.6
	KO 2	0.87			
	KO 3	0.66			
	KO 4	0.87			
	KO 5	0.82			
	PP 3	0.62			
Lingkungan	TK 1	0.74	0.85	0.89	0.63
	TK 2	0.79			
	TK 3	0.81			
	TK 4	0.8			
	TK 5	0.82			
Adopsi Inovasi	AI 1	0.79	0.74	0.84	0.56
	AI 2	0.8			
	AI 3	0.63			
	AI 4	0.77			

Uji *Discriminant Validity*

Nilai *Cross Loading*

	Teknologi	Organisasi	Lingkungan	Adopsi Inovasi
KR 2	0.72	0.55	0.52	0.51
KR 3	0.74	0.55	0.48	0.46
KR 4	0.73	0.49	0.63	0.47
KS 1	0.78	0.62	0.46	0.4
KS 2	0.65	0.52	0.65	0.46
KS 3	0.74	0.54	0.39	0.31
KE 2	0.65	0.44	0.44	0.5
KE 5	0.68	0.43	0.58	0.55
KO 1	0.63	0.85	0.55	0.59
KO 2	0.61	0.87	0.44	0.49
KO 3	0.51	0.66	0.58	0.51
KO 4	0.6	0.87	0.5	0.51
KO 5	0.52	0.82	0.48	0.52
PP 3	0.47	0.62	0.31	0.34
TK 1	0.58	0.37	0.74	0.5
TK 2	0.64	0.52	0.79	0.6
TK 3	0.53	0.47	0.81	0.64
TK 4	0.57	0.52	0.8	0.64
TK 5	0.61	0.57	0.82	0.62
AI 1	0.47	0.48	0.49	0.79
AI 2	0.47	0.5	0.48	0.8
AI 3	0.45	0.44	0.65	0.63
AI 4	0.54	0.52	0.61	0.77

LAMPIRAN 4

HASIL INNER MODEL

R Square

	R Square
Adopsi Inovasi	0.63

Path Coefficients

		Original Sample	***Mean***	***Standar Deviasi***	***T Statistik***	**Kesimpulan**
H1a	Teknologi -> Organisasi	0.56	0.60	0.12	4.77	Diterima
H1b	Teknologi -> Adopsi Inovasi	0.19	0.04	0.14	0.3	Ditolak
H2	Organisasi -> Adopsi Inovasi	0.74	0.28	0.09	3.13	Diterima
H3a	Lingkungan -> Teknologi	0.27	0.74	0.07	11.21	Diterima
H3b	Lingkungan -> Organisasi	0.04	0.18	0.14	1.41	Ditolak
H3c	Lingkungan -> Adopsi Inovasi	0.59	0.55	0.13	4.35	Diterima

LAMPIRAN 5

Gambar Model Hasil Penelitian

