

**ANALISIS DETERMINAN MINAT DALAM ADOPSI
APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI PADA UMKM DI
JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Izzati Karna Wastitya

Nomor Mahasiswa: 20312007

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2024

**ANALISIS DETERMINAN MINAT DALAM ADOPSI APLIKASI
PENCATATAN TRANSAKSI PADA UMKM DI JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Islam Indonesia (UII)

Oleh:

Nama: Izzati Karna Wastitya

Nomor Mahasiswa: 20312007

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu 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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 31 Desember 2023

Penyusun



(Izzati Karna Wastitya)

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS DETERMINAN MINAT DALAM ADOPSI APLIKASI
PENCATATAN TRANSAKSI PADA UMKM DI JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Izzati Karna Wastitya

Nomor Mahasiswa: 20312007

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 31 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



(Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Ak., CA))

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Determinan Minat dalam Adopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi
pada UMKM di Jawa Tengah**

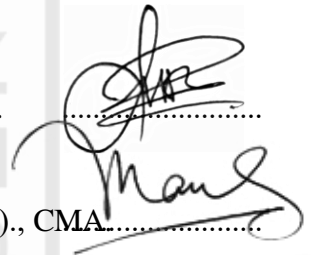
Disusun oleh : IZZATI KARNA WASTITYA

Nomor Mahasiswa: 20312007

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 01 Februari 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Maulidyati Aisyah, SE., M.Com(Adv)., CMA.....



Mengetahui

Dekan

Fakultas

Bisnis dan

Ekonomika

Universitas

Islam

Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

HALAMAN MOTTO

" Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu "

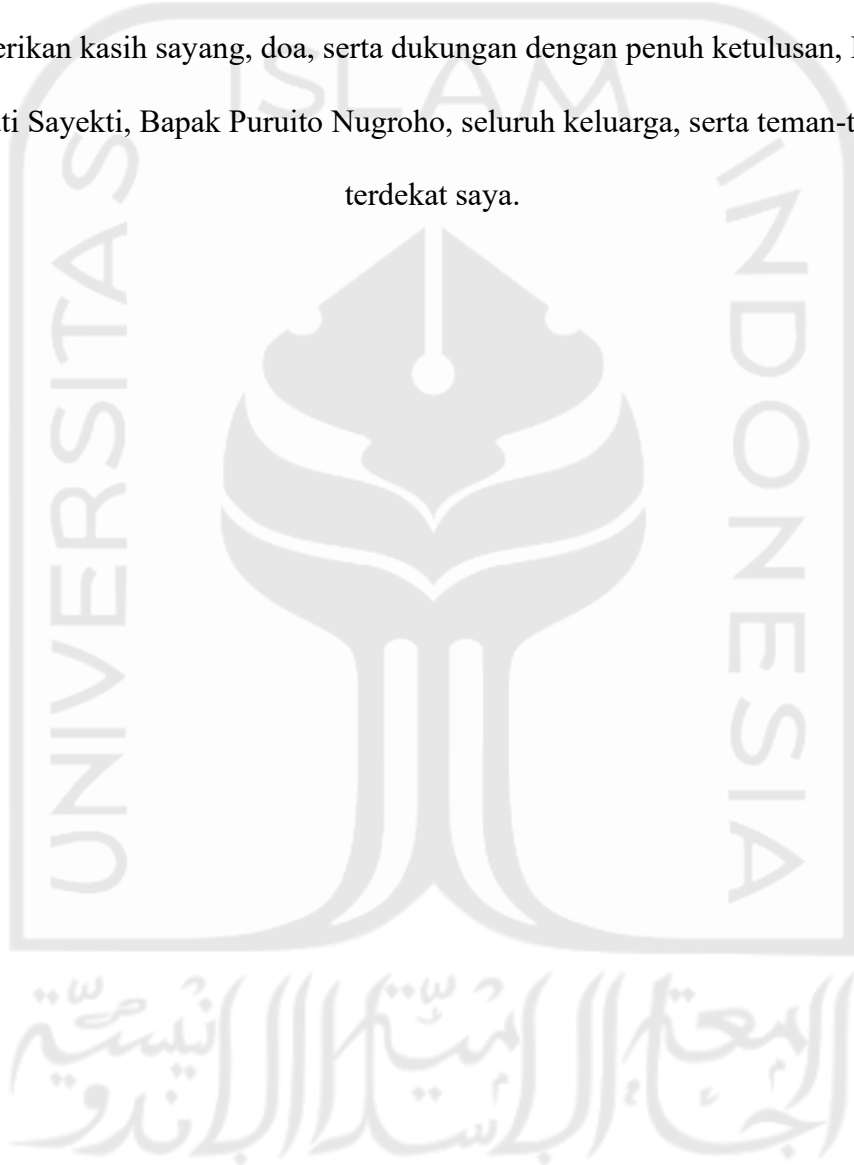
(Umar bin Khattab)



HALAMAN PERSEMBAHAN



Saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan dengan penuh ketulusan, Ibu Puji Astuti Sayekti, Bapak Puruito Nugroho, seluruh keluarga, serta teman-teman terdekat saya.



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.,

Alhamdulillah *alhamdulillah* *alhamdulillah*. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**Analisis Determinan Minat dalam Adopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi pada UMKM Di Jawa Tengah**” Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 pada Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Selama proses pembuatan dan penyusunan tugas akhir ini, kelancaran penulisan tidak luput dari doa, bantuan, serta dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, dengan rasa rendah hati, penulis akan berterima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan petunjuk, kekuatan, dan kelancaran sehingga penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu drg. Hj. Puji Astuti Sayekti dan Bapak Ir. Puruito Nugroho selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan dorongan pada penulis hingga saat ini.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc. Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Dekar Urumasah, S.E., S.Si., M. Com (IS)., Ph.D., CfrA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Akt. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, ilmu, dan bimbingan kepada penulis, sehingga penulis dapat dengan lancar menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh dosen serta staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pengalaman serta ilmu kepada penulis.
9. Tata Wisti Latifa, Tutu Wisti Sabila, serta Titi Satmya Nadhifa selaku kakak kandung dari penulis yang selalu memberikan dukungan serta nasihat kepada penulis.
10. Carlos Ivan Moreno serta Bramantyo Fendi selaku kakak ipar penulis yang selalu memberikan dorongan dan nasihat kepada penulis.
11. Nunala Kamania Zarqa serta Ezhilan Adam El Emran selaku keponakan dari penulis yang selalu mengembalikan semangat penulis.
12. Idzni, Belva, Aliyya, dan Sekar yang selalu menemani, memberikan pertolongan, dan mendengarkan keluh kesah penulis dimasa perkuliahan.
13. Rara, Alfi, Afi, Didi, dan Yunika yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
14. Teman-teman kuliah penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis.


15. Para responden dan berbagai pihak yang telah bersedia memberikan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan belum dapat dikatakan sempurna. Maka dari itu, penulis terbuka dengan adanya kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak sehingga dapat menjadi lebih baik. Penulis berharap hasil dari penulisan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memiliki kepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 23 Desember 2022

Penulis



(Izzati Karna Wastitya)

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are critical to Indonesia's long-term economic success. However, despite their significant contribution to the national economy, most MSMEs encounter considerable challenges. Limited capital is a primary factor that hinders the development of MSMEs. Insufficient financial management skills are a significant barrier to accessing loans for MSMEs in Indonesia. Transaction recording applications can serve as a solution to address these constraints. This research aims to identify the factors influencing the adoption interest of transaction recording applications among MSMEs in Central Java. The applied theory in this research is UTAUT2, consisting of performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, facilitating conditions, and hedonic motivations. An additional variable in this study is perceived trust. The sampling method employed is purposive sampling, with the sample criteria being MSMEs in Central Java familiar with transaction recording applications. We have collected responses from 210 participants who fulfilled the criteria. Data processing was analysed using the SEM-PLS method. The findings indicate that effort expectancy and social influence do not influence behavioural intention. On the other hand, performance expectancy, hedonic motivation, facilitating conditions, hedonic motivations, and perceived trust significantly positive influence behavioural intention.

Keywords: Accounting recording applications, UTAUT2, behavioural intention.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat krusial dalam kesuksesan ekonomi jangka panjang Indonesia. Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, sebagian besar UMKM menghadapi tantangan yang tidak ringan. Kendala modal, menjadi faktor utama yang mempengaruhi perkembangan UMKM. Kurangnya kemampuan dalam manajemen keuangan juga diidentifikasi sebagai penyebab rendahnya tingkat pinjaman yang diterima oleh UMKM di Indonesia. Aplikasi pencatatan transaksi dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat adopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah. Teori yang diterapkan pada penelitian ini adalah UTAUT2 yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivations*. Terdapat variabel tambahan pada penelitian ini yaitu *perceived trust*. Metode sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sampel yaitu UMKM di Jawa Tengah yang mengetahui tentang aplikasi pencatatan transaksi. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah responden yang di dapat adalah 210 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode SEM-PLS. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* dan *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioural intention*. Sedangkan, *performance expectancy*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations* dan *perceived trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioural intention*.

Kata kunci: Aplikasi pencatatan akuntansi, UTAUT2, *behavioural intention*.

DAFTAR ISI

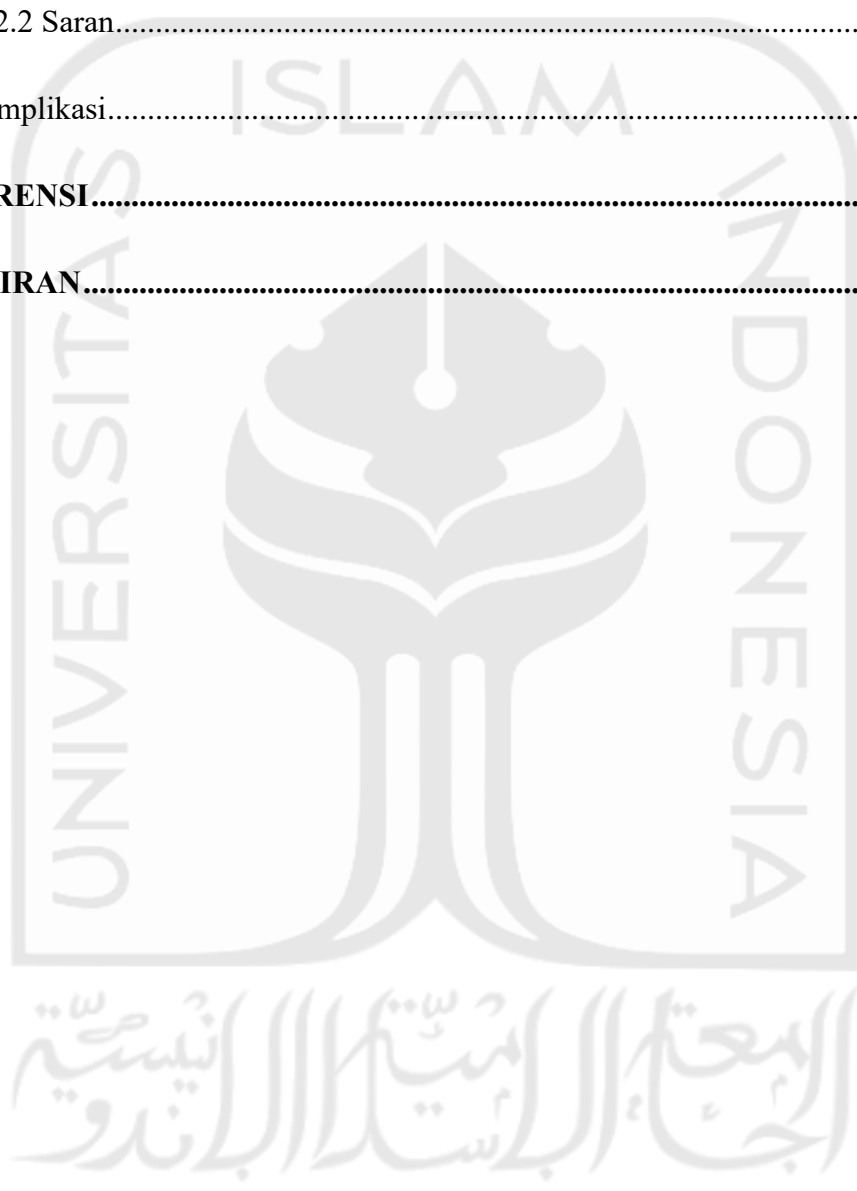
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10

1.5	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA		13
2.1	Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	13
2.1.1	Kriteria UMKM	14
2.2	Aplikasi Pencatatan Transaksi.....	15
2.3	Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)	17
2.3.1	<i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja)	18
2.3.2	<i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha).....	19
2.3.3	<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	20
2.3.4	<i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi yang memfasilitasi).....	21
2.3.5	<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi hedonis)	22
2.3.6	<i>Price Value</i> (Nilai harga).....	23
2.3.7	<i>Perceived trust</i> (Persepsi kepercayaan).....	23
2.3.8	<i>Behavioral intention</i> (Niat berperilaku).....	23
2.4	Penelitian Terdahulu.....	24
2.5	Pengembangan Hipotesis	29
2.5.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> (<i>Ekspektasi Kinerja</i>) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	29

2.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	30
2.5.3 <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	30
2.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi yang Memfasilitasi) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi.....	31
2.5.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	32
2.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> (Nilai Harga) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	32
2.5.7 Pengaruh <i>Perceived Trust</i> (Persepsi Kepercayaan) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi	33
2.6 Kerangka Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Populasi dan Sampel	35
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.3 Definisi Variabel.....	37
3.4 Pengukuran Variabel	38
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.5.2 Model Struktural	44

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	45
4.2 Demografi Responden.....	46
4.2.1 Jenis Aplikasi yang Digunakan Responden untuk Melakukan Pencatatan Transaksi	46
4.2.2 Responden yang Telah Mengadopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi....	47
4.2.3 Jenis Kelamin dari Responden.....	47
4.2.4 Omset Usaha per Tahun	48
4.2.5 Lokasi Usaha Responden.....	49
4.2.6 Klasifikasi Jenis Usaha	50
4.2.7 Jenis Pemasaran Usaha	51
4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.4 Model Pengukuran	54
4.4.1 Uji Validitas.....	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	60
4.5 Model Struktural	61
4.5.1 Koefisien Determinan	61
4.5.2 <i>Path Coefficient</i>	61
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP	67

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	68
5.2.1 Keterbatasan Penelitian	68
5.2.2 Saran	69
5.3 Implikasi	69
REFERENSI	70
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Aplikasi Pencatatan Transaksi.....	15
Tabel 2.2 Variabel Pedoman Ekspektasi Kinerja	18
Tabel 2.3 Variabel Pedoman Ekspektasi Usaha	19
Tabel 2.4 Variabel Pedoman Pengaruh Sosial.....	20
Tabel 2.5 Variabel Pedoman Kondisi yang memfasilitasi.....	22
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Definisi Variabel.....	37
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	45
Tabel 4.2 Jenis Aplikasi Pencatatan Transaksi.....	46
Tabel 4.3 Responden yang Telah Mengadopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi.....	47
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.5 Jumlah Omset Usaha per Tahun.....	48
Tabel 4.6 Lokasi Usaha Responden	49
Tabel 4.7 Klafikasi Jenis Usaha Responden	50
Tabel 4.8 Klafikasi Jenis Pemasaran Usaha.....	51
Tabel 4.9 Hasil Statistik deskriptif.....	52
Tabel 4.10 <i>Outer Loadings</i>	54
Tabel 4.11 Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 4.12 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.13 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	59
Tabel 4.14 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	60

Tabel 4.15 R-Square..... 61

Tabel 4.16 Path Coefficient..... 61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 34



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	75
LAMPIRAN 2.....	82
2.1 Tabulasi Data Penelitian.....	82
2.2 Data Responden	93



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi telah mengubah cara berbisnis dan kehidupan di dunia. Revolusi industri secara global telah memasuki era 4.0 yang mana merupakan sebuah inisiatif transformasi menuju peningkatan melalui integrasi dunia digital dengan lini produksi. Pada tahap ini, seluruh proses produksi dijalankan dengan menggunakan internet sebagai fondasi utama. Setiap hal menjadi tidak terbatas dan tanpa batas sebagai akibat dari perkembangan teknologi dan teknologi digital. Pesatnya perkembangan dalam bidang teknologi memacu perusahaan untuk menggunakan kemajuan teknologi sebagai senjata agar memenangkan persaingan industri dan terus bertahan. Perusahaan yang mengadopsi transformasi digital memperoleh beberapa keuntungan substansial, seperti peningkatan margin keuntungan, retensi pelanggan, penghematan biaya, serta pertumbuhan pendapatan (Karr, Wirjo, & Loh, 2020). Manfaat dari menerapkan transformasi digital tidak terbatas pada perusahaan besar, UMKM juga dapat merasakan manfaatnya. UMKM lebih rentan terhadap guncangan ekonomi daripada perusahaan yang berskala lebih besar karena memiliki sumberdaya yang terbatas, tingkat produktivitas lebih rendah, dan cadangan keuangan yang kurang memadai. Maka dari itu, UMKM harus merangkul digitalisasi untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif seiring dengan perubahan pembelian pengguna dan bisnis (Karr, Wirjo, & Loh, 2020).

Data dari Badan Pusat Statistika menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia saat ini telah menyentuh angka sebesar 64 juta. Total tersebut adalah 99,99 persen dari jumlah UMKM yang masih melakukan praktik jual beli di Indonesia (Santia, 2020). UMKM di Indonesia telah menyumbang sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta total penyerapan tenaga kerja di seluruh wilayah nasional berjumlah sebesar 96,9% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022). UMKM menjadi sektor penting dan memiliki kontribusi yang besar dalam mewujudkan sasaran pembangunan ekonomi nasional, seperti meningkatkan devisa negara, menambah kesempatan kerja, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan ekonomi daerah (Sinarwati et al., 2019). Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi UMKM Jawa Tengah mencatat pada sepuluh tahun terakhir ini pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah terus mengalami kenaikan. Pada tahun 2023, jumlah UMKM di Jawa Tengah mencapai 183.181 unit dan menyerap tenaga kerja sebesar 1.337.156 (Prambadi, 2023). Peningkatan jumlah UMKM dan tenaga kerja tersebut juga diiringi dengan peningkatan nilai transaksi yaitu sebesar Rp38,9 triliun dan omset sebesar Rp68,7 triliun (jatengprov, 2023). UMKM tersebut terdiri dari berbagai macam bidang, yaitu bidang pertanian, bidang perdagangan, bidang produksi dan non pertanian, dan bidang jasa. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks pembangunan nasional, yang bersandar pada prinsip sistem ekonomi kerakyatan, tidak hanya bertujuan untuk mengatasi disparitas pendapatan dan ketidaksetaraan di antara kelompok masyarakat dan pelaku ekonomi, termasuk absorpsi tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangan UMKM diharapkan mampu

memperluas dampak ekonominya ke tingkat regional dan memberikan kontribusi yang substansial dalam mendukung percepatan perubahan struktural. Hal ini tercermin dalam peningkatan ketahanan ekonomi daerah, yang pada gilirannya, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan ketahanan ekonomi nasional.

Walaupun membawa dampak yang besar bagi roda perekonomian di Indonesia, (World Economic Forum, 2022), mengindikasikan bahwa 80-90 persen pendapatan UMKM hilang akibat berbagai masalah yang mereka hadapi. Masalah yang kerap ditemui adalah masih banyak UMKM yang belum memahami pentingnya pencatatan transaksi serta pembukuan yang baik yang dapat menyebabkan tercampurnya antara harta pribadi dengan harta usaha. Hal tersebut menyebabkan ketidakpastian terkait perkembangan perusahaan, terutama dalam hal kinerja keuangan. Kendala modal adalah salah satu masalah yang paling signifikan, mengingat sebagian besar UMKM masih beroperasi secara konvensional dan menghadapi hambatan dalam mendapatkan pembiayaan pinjaman karena lembaga keuangan kesulitan untuk mengevaluasi risiko dan pengembalian potensial. Hambatan tersebut terjadi karena tidak adanya sistem pencatatan transaksi yang sesuai dengan standar. Dengan mengandalkan keuntungan yang diperoleh, pelaku bisnis UMKM mengharapkan kemajuan dalam usaha mereka. Fokus pada aspek ini menyebabkan mayoritas pengusaha kurang memberikan perhatian yang memadai terhadap pencatatan keuangan. Upaya inovasi yang umumnya dilakukan lebih banyak berfokus pada aspek produk atau pelayanan. Padahal peran krusial dalam pertumbuhan suatu usaha melibatkan aspek administratif, khususnya dalam hal administrasi keuangan perusahaan (Rinandiyana, Lucky Radi., et al, 2020).

Pencatatan administrasi keuangan yang akurat dapat meningkatkan tingkat profesionalisme dalam pengelolaan keuangan. Ketidakterediaan pencatatan yang cermat seringkali mengakibatkan pengusaha mengambil keputusan finansial yang kurang tepat. Para pelaku usaha UMKM terkadang tidak memiliki pemahaman yang jelas terkait dengan jumlah uang yang dimiliki, modal yang telah dikeluarkan, besaran hutang dan piutang, serta apakah usaha mereka mengalami keuntungan atau kerugian.

Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengalami ketidaknyamanan dalam menghadapi proses modernisasi yang berkaitan dengan perkembangan digital dalam dunia usaha. Para pelaku UMKM enggan dalam menggunakan *software* akuntansi sehingga masih menggunakan metode pencatatan transaksi secara manual ataupun sama sekali tidak melakukan pencatatan (Rachmawati, 2018). Bahkan, pencatatan manual yang dilakukan masih belum memenuhi aturan dari Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) yang bisa mengakibatkan ketidakhandalan serta ketidakutuhan laporan keuangan (Achadiyah, 2019). Hal tersebut akan berdampak pada kualitas pengambilan keputusan manajerial UMKM (Achadiyah, 2019). Pencatatan transaksi memegang peran yang krusial karena dapat membantu UMKM untuk menyediakan informasi untuk mendukung pemantauan dan pengendalian, perhitungan biaya serta pengeluaran. Menurut Haryono (2022), penggunaan aplikasi akuntansi dipandang sebagai solusi untuk meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pada UMKM.

Aplikasi pencatatan transaksi merupakan salah satu bentuk dari perkembangan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang dirancang untuk memudahkan pelaku UMKM dapat melakukan pencatatan transaksi yang sesuai dengan prinsip akuntansi menggunakan *smartphone*. Aplikasi pencatatan transaksi berbasis *smartphone* dapat memberikan dorongan kepada para pelaku UMKM untuk melakukan pencatatan transaksi guna mengawasi dan memantau perkembangan usahanya melalui ponsel (Sinarwati et al., 2019). Aplikasi pencatatan transaksi dapat membantu meminimalisir kesalahan dalam menginput data keuangan, mempercepat proses pembukuan, serta menyederhanakan penemuan kesalahan (Wiralestari & Friyani, 2019). Contoh aplikasi pencatatan transaksi yang bisa diunduh melalui Play Store secara gratis adalah Zahir Online, Quickbook, Jurnal, Buku Kas, Kledo, dan Akuntansiku. Aplikasi-aplikasi tersebut dapat diakses secara gratis, namun untuk memanfaatkan fitur dan layanan yang lebih komprehensif, sejumlah aplikasi akan menetapkan tarif yang disesuaikan dengan fasilitas yang ditawarkan. Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai niat untuk mengadopsi suatu sistem dan teknologi, diantaranya yaitu studi yang dilakukan oleh Eneizan et al. (2019). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui prediktor perilaku pelanggan Yordania yang berhubungan dengan penerimaan *mobile marketing* di Yordania dengan menggunakan metode UTAUT2. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 321 responden dan membuktikan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *social influence*, *price value*, *facilitating conditions*, *habit*, *trust*, dan *risk*

berdampak signifikan terhadap niat pelanggan di Vietnam untuk menggunakan *mobile marketing*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Merhi et al. (2019). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis beberapa faktor yang mempunyai pengaruh terhadap niat untuk mengadopsi layanan perbankan seluler di Lebanon dan Inggris. Total sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 901 responden dan menunjukkan bahwa niat perilaku terhadap adopsi layanan perbankan seluler dipengaruhi oleh *habit* (HB), *perceived security* (PS), *perceived privacy* (PP), dan *trust* (TR) baik untuk pengguna di Lebanon maupun Inggris. Selain itu, *Performance expectancy* (PE) menjadi prediktor yang signifikan di Lebanon tetapi tidak di Inggris; sedangkan *price value* (PV) berperan signifikan di Inggris tetapi tidak di Lebanon. Variabel *social influence* (SI) dan *hedonic motivation* (HM) tidak signifikan baik untuk pengguna di Lebanon maupun Inggris.

Terdapat penelitian lain yang membahas tentang niat untuk mengadopsi suatu teknologi dan sistem. Penelitian ini dilakukan oleh Nguyen et al. (2020) yang membahas tentang analisis faktor-faktor yang menentukan niat perilaku pengguna di Vietnam untuk mengadopsi atau menggunakan *digital banking service*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah UTAUT2 dengan melibatkan 241 responden di Vietnam. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *trust* memiliki dampak positif terhadap minat untuk mengadopsi *digital banking service* pada pengguna di Vietnam.

Penelitian keempat diadakan oleh Penney et al. (2021). Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis beberapa faktor yang mempunyai pengaruh terhadap niat untuk mengadopsi *mobile money service* di Ghana. Total sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 373 responden dan menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *habit*, *price value*, *perceived risk*, dan *trust* secara substansial memengaruhi *behavioural intention* pengguna. Namun, *facilitating conditions* dan *hedonic motivation* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention* pengguna.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Prasetyo (2021). Tujuan dari dilakukannya studi tersebut adalah untuk menelaah hubungan antara *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan minat dalam mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis seluler pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selain menggunakan teori UTAUT, peneliti menambahkan 3 variabel lainnya, yaitu umur usaha, persepsi kepercayaan, serta skala usaha. Dengan sampel penelitian sejumlah 73 responden menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi kepercayaan dan ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif dalam mempengaruhi minat untuk menerapkan aplikasi akuntansi berbasis pada UMKM baik yang sudah maupun belum mengadopsi aplikasi akuntansi seluler. Hasil yang berbeda terlihat pada variabel pengaruh sosial serta ekspektasi usaha pada kelompok UMKM yang belum serta sudah mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis *mobile*. Sedangkan, untuk variabel umur serta skala usaha tidak berpengaruh signifikan pada UMKM yang belum maupun yang sudah menggunakannya.

Penelitian terakhir merupakan penelitian yang menjadi bahan perbandingan oleh peneliti. Penelitian tersebut menerapkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dilakukan oleh Tambunan (2023). Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengadopsian aplikasi akuntansi pada UMKM sektor F&B (*Food and Beverage*) di Jawa Barat. Terdapat 131 responden yang mewakili UMKM pada sektor kuliner di Jawa Barat. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi upaya, ekspektasi kinerja, niat berperilaku serta kondisi yang memfasilitasi memiliki dampak positif terhadap ketertarikan dalam mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis *mobile*.

Meskipun telah dilakukan beberapa penelitian terkait penggunaan akuntansi berbasis teknologi, terdapat beberapa hal yang menjadi pembeda dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini akan meneliti faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh niat berperilaku atau *behavioural intention* untuk menggunakan aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah dengan acuan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Beberapa variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Penulis juga menambahkan 1 variabel lainnya yang masih relevan dengan topik penelitian ini, yaitu *perceived trust*. Berdasarkan paparan latar belakang tersebut, penulis akan melakukan penelitian yang memiliki judul **“Analisis Determinan Minat dalam Adopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi pada UMKM Di Jawa Tengah”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang di atas, rumusan masalah yang ditetapkan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
2. Apakah *effort expectancy* (ekspektasi usaha) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
3. Apakah *social influence* (pengaruh sosial) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
4. Apakah *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
5. Apakah *hedonic motivation* (motivasi hedonis) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
6. Apakah *price value* (nilai harga) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?
7. Apakah *perceived trust* (persepsi kepercayaan) memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan menggunakan rumusan masalah sebagai panduan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
2. Pengaruh *effort expectancy* (ekspektasi usaha) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
3. Pengaruh *social influence* (pengaruh sosial) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
4. Pengaruh *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
5. Pengaruh *hedonic motivation* (motivasi hedonis) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
6. Pengaruh *price value* (nilai harga) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
7. Pengaruh *perceived trust* (persepsi kepercayaan) terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dan aplikatif untuk berbagai kelompok, termasuk:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan gambaran dan informasi mengenai motivasi penggunaan aplikasi pencatatan

transaksi di Jawa Tengah sehingga dapat menjadi pedoman serta bahan pertimbangan dalam pengembangan teknologi informasi baru kedepannya.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah informasi baru serta memperluas pengetahuan yang ada di masyarakat khususnya dalam menggunakan aplikasi pencatatan transaksi.

3. Bagi Penyedia Aplikasi Pencatatan Transaksi

Penyedia aplikasi pencatatan transaksi dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai panduan dan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas aplikasi pencatatan transaksi agar menjadi lebih baik dari sebelumnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini membagi sistematika penulisan menjadi lima bab. Setiap babnya saling berkesinambungan sehingga dapat mempermudah dalam memahami isi penelitian. Urutan sistematika tersebut adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan mengandung penjelasan terkait latar belakang masalah mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat dalam menggunakan aplikasi pencatatan transaksi, indikasi masalah, tujuan serta manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bagian kajian pustaka mengandung penjelasan mengenai uraian terkait landasan teori yang diterapkan pada penelitian ini, kajian studi terdahulu, kerangka pemikiran untuk penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bagian metodologi penelitian mengandung penjelasan tentang paparan dari proses penelitian disertai penjelasan komponen-komponen untuk penelitian yang meliputi populasi serta sampel penelitian, variabel pada penelitian, metode pengumpulan data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian analisis data serta pembahasan membahas mengenai luaran yang berasal dari analisis data yang telah dilakukan, dengan memanfaatkan alat analisis dan instrument data yang meliputi hasil dari proses pengumpulan data. Selain itu, bagian ini juga memberikan penjelasan yang rinci mengenai temuan hasil penelitian tersebut.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian kesimpulan serta saran mengandung penjelasan mengenai kesimpulan yang ditarik dari penelitian yang sudah dilaksanakan, mengidentifikasi kekurangan yang ada pada penelitian, memberikan saran kepada peneliti selanjutnya, dan merinci implikasi dari penelitian yang dilaksanakan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengertian UMKM berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 mengenai ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, Menengah, menyatakan bahwa:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2.1.1 Kriteria UMKM

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) pasal 35, kriteria UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.

2.1.1.1 Kriteria Modal Usaha UMKM

- a) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
- c) Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2.1.1.2 Kriteria Hasil Penjualan UMKM

- a) Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00;
- b) Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00;

- c) Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

2.2 Aplikasi Pencatatan Transaksi

Aplikasi pencatatan transaksi adalah perangkat lunak yang dirancang untuk membantu individu, bisnis kecil, dan perusahaan dalam mengelola keuangan mereka menggunakan perangkat seluler seperti smartphone atau tablet. Pilihan aplikasi pencatatan transaksi dapat bervariasi dari yang sederhana hingga yang canggih, dan bisa sesuai dengan kebutuhan dan anggaran bisnis atau individu. Tabel 2.1 berisikan mengenai daftar beberapa aplikasi pencatatan transaksi yang didapatkan dari Google Play Store:

Tabel 2.1 Daftar Aplikasi Pencatatan Transaksi

No	Nama Aplikasi	Tanggal Peluncuran	Total Pengunduhan	Rating
1	Bukukas	19 November 2019	>1.000.000	4,9
2	Zahir	3 Februari 2018	>10.000	4,1
3	Quickbook	29 Juni 2011	>5.000.000	4,1
4	Jurnal	12 Juni 2017	>100.000	3,1
5	BukuWarung	20 Agustus 2019	>5.000.000	3,2
6	Akuntansiku	9 Juli 2020	>100.000	4,8
7	Moka	24 Agustus 2015	>500.000	4,1

Penjelasan singkat terkait aplikasi pencatatan transaksi yang didapatkan dari Google Play Store:

1. Bukukas merupakan aplikasi manajemen kas sederhana yang dapat digunakan untuk usaha/warung/UMKM sebagai alat pencatatan kas atau buku besar kredit. Fungsinya mencakup pencatatan harian terkait pembelian serta penjualan harian, pelacakan kredit yang diberikan kepada pelanggan dan pencatatan gaji dibayar di muka yang diberikan kepada staff. Aplikasi ini ditawarkan oleh Ankit Saraf.
2. Zahir Online merupakan aplikasi bisnis yang terintegrasi yang dapat mengelola invoice, payroll, laporan keuangan, project, serta inventory dalam satu aplikasi. Zahir cocok untuk digunakan pada setiap jenis usaha. Aplikasi ini dikembangkan oleh Zahir International.
3. Quickbook merupakan aplikasi bisnis yang dapat digunakan untuk membuat dan melacak faktur, mengelola pengeluaran serta arus kas, menghitung dan mencatat PPN. Aplikasi ini menyediakan fitur lengkap yang dapat menunjang pengelolaan bisnis. Aplikasi ini ditawarkan oleh Intuit Inc.
4. Jurnal merupakan aplikasi akuntansi online yang dapat membantu dalam pencatatan keuangan secara akurat, cepat dan otomatis. Pengguna aplikasi ini dapat menikmati fitur laporan keuangan dan bisnis secara *real-time*, proses pembukuan otomatis pengiriman invoice dan faktur, dan mendapatkan catatan keuangan perusahaan sesuai dengan versi bank secara otomatis. Aplikasi ini ditawarkan oleh Mekari.
5. BukuWarung merupakan platform untuk UMKM yang memfasilitasi pembayaran, menyediakan pembukuan, layanan finansial, dan

perdagangan. Aplikasi ini menawarkan fasilitas pencatatan keuangan untuk memisahkan pembukuan usaha dan pribadi. Aplikasi ini dikembangkan oleh PT Buku Usaha Digital.

6. Akuntansiku merupakan aplikasi pembukuan usaha yang dibuat secara khusus agar para pelaku usaha dapat mengelola laporan keuangan dan bisnisnya secara mudah. Akuntansiku menyediakan buku pengantar akuntansi yang mudah dipahami oleh orang awam. Aplikasi ini dikembangkan oleh Akuntansiku.
7. Moka merupakan aplikasi yang memiliki kemampuan untuk memonitor transaksi harian dan inventori secara langsung dan menyediakan fitur lain yang lengkap. Aplikasi ini dikembangkan oleh PT Moka Teknologi Indonesia.

2.3 Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Model UTAUT merupakan suatu konsep penerimaan dan penggunaan teknologi yang dicetuskan dan dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Model UTAUT adalah kombinasi dari kedelapan fitur-fitur teori penerimaan teknologi. Kedelapan teori yang tergabung dalam model UTAUT adalah *theory of planned behavior* (TPB), *theory of reasoned action* (TRA), *motivational model* (MM), *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *social cognitive theory* (SCT), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *technology acceptance model* (TAM). Dengan membandingkan kedelapan teori tersebut, model UTAUT telah terbukti menjadi teori yang lebih efektif dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna (Venkatesh et al., 2003)

Model UTAUT dapat membantu dalam mengartikan perilaku atau tingkah laku pengguna terhadap suatu teknologi informasi. Model UTAUT memiliki 4 struktur utama yang berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan teknologi, yaitu *facilitating conditions*, *social influence*, *effort expectancy* dan *performance expectancy*. Pada tahun 2013, model UTAUT dikembangkan menjadi model UTAUT2. Pengembangan model UTAUT2 disertai dengan penambahan 3 konstruk baru, yaitu *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value*.

2.3.1 Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja)

Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja) merupakan sejauh mana seseorang memiliki keyakinan terhadap penggunaan sebuah sistem dalam memberikan manfaat untuk menambah efisiensi kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi kinerja dirancang dengan tujuan menilai sejauh mana keyakinan individu terhadap sistem informasi atau teknologi dapat memberikan keuntungan atau kemudahan yang signifikan dalam menjalankan aktivitas mereka. Ekspektasi kinerja berperan penting pada suatu bisnis karena berkaitan dengan efektivitas serta efisiensi dalam mengelola data transaksi. Variabel yang dijadikan pedoman dalam penggunaan serta penerimaan teknologi pada ekspektasi kinerja adalah:

Tabel 2.2 Variabel Pedoman Ekspektasi Kinerja

Variabel	Definisi
<i>Perceived Usefulness</i>	Sejauh mana seseorang akan mempercayai bahwa pemanfaatan suatu teknologi akan memberikan

	dukungan yang efektif ketika melakukan suatu aktivitas tertentu.
<i>Extrinsic Motivation</i>	Keinginan individu untuk terlibat dalam suatu aktivitas tertentu karena dianggap aktivitas tersebut memiliki peran yang signifikan dalam mencapai hasil yang berharga.
<i>Job-Fit</i>	Bagaimana kapabilitas suatu teknologi dalam memberikan bantuan serta meningkatkan kinerja individu.
<i>Relative Advantage</i>	Sejauh mana penggunaan inovasi suatu teknologi akan lebih unggul dibandingkan dengan menggunakan teknologi pendahulunya.
<i>Outcome Expectancy</i>	Berkaitan dengan dampak dari tindakan tertentu. Berdasarkan bukti empiris, variabel ini dibagi menjadi harapan kinerja dan harapan pribadi.

Sumber: Venkatesh et al. (2003)

2.3.2 Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)

Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha) merujuk pada sejauh mana tingkat persepsi kemudahan yang dirasakan individu berkaitan dengan penggunaan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi usaha dirancang dengan tujuan untuk menilai harapan kenyamanan individu untuk menggunakan suatu teknologi. Variabel yang dijadikan pedoman dalam penggunaan serta penerimaan teknologi pada ekspektasi usaha:

Tabel 2.3 Variabel Pedoman Ekspektasi Usaha

Variabel	Definisi
<i>Perceived Ease of Use</i>	Sejauh mana individu memiliki keyakinan bahwa penerapan suatu teknologi akan mengurangi upaya yang diperlukan.
<i>Complexity</i>	Sejauh mana suatu teknologi dianggap memiliki tingkat kesulitan dan kompleksitas yang relative tinggi dalam penggunaan dan pemahamannya.
<i>Ease of Use</i>	Sejauh mana penggunaan suatu inovasi dianggap memiliki tingkat kesulitan yang signifikan.

Sumber: Venkatesh et al. (2003)

2.3.3 Social Influence (Pengaruh Sosial)

Social Influence (Pengaruh Sosial) merujuk pada upaya individu untuk memodifikasi persepsi, keyakinan, perilaku, dan tingkat keyakinan mereka terhadap kemampuan individu lain untuk memengaruhi keputusan mereka dalam mengadopsi sistem informasi baru (Venkatesh et al., 2012). Variabel yang dijadikan pedoman dalam penggunaan serta penerimaan teknologi pada pengaruh sosial:

Tabel 2.4 Variabel Pedoman Pengaruh Sosial

Variabel	Definisi
<i>Subjective Norm</i>	Persepsi individu terhadap opini mayoritas dari individu yang dianggap signifikan dalam kehidupannya, mengenai apakah individu tersebut seharusnya atau tidak seharusnya melakukan suatu perilaku tertentu.
<i>Social Factors</i>	Pemahaman individu terhadap norma budaya subyektif dalam kelompoknya, dimana individu tersebut

	berinteraksi, dan kesepakatan khusus yang telah dibuat individu dengan pihak lain dalam konteks situasional tertentu.
<i>Image</i>	Sejauh mana persepsi mengenai tingkat adopsi inovasi untuk meningkatkan status sosial dalam lingkungan seseorang atau memperbaiki citra individu tersebut dalam lingkungan tersebut.

Sumber: Venkatesh et al. (2003)

Meskipun variabel-variabel tersebut mempunyai label yang berbeda, namun setiap variabel memiliki konsep, baik secara implisit maupun eksplisit, yang serupa, yaitu pengaruh pandangan orang lain terhadap perilaku individu dalam mengadopsi suatu teknologi informasi. Dampak tersebut dapat dikaitkan dengan ketaatan, yang mengakibatkan pengaruh sosial berefek langsung pada niat (*intention*) dalam konteks penggunaan yang diharuskan atau diwajibkan. Sebaliknya, variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap teknologi dalam kerangka pengaruh sosial pada penggunaan yang bersifat sukarela (Venkatesh et al., 2003).

2.3.4 *Facilitating Conditions* (Kondisi yang memfasilitasi)

Facilitating Conditions (Kondisi yang memfasilitasi) mengacu pada persepsi individu terhadap aspek pendukung dalam bentuk media, termasuk pengetahuan, keterampilan pengguna, dan ketersediaan perangkat yang mendukung sebuah sistem (Venkatesh et al., 2012). Kondisi yang memfasilitasi dirancang untuk menetapkan tingkat fasilitas atau sumberdaya seseorang untuk mengadopsi suatu teknologi. Sumber daya serta fasilitas yang memadai akan memberikan peluang

yang semakin besar bagi individu untuk mengadopsi sistem tersebut. Variabel yang dijadikan pedoman dalam penggunaan serta penerimaan teknologi pada kondisi yang memfasilitasi:

Tabel 2.5 Variabel Pedoman Kondisi yang memfasilitasi

Variabel	Definisi
<i>Perceived Behavioral Control</i>	Merepresentasikan suatu persepsi rintangan internal serta eksternal terhadap perilaku yang melibatkan elemen-elemen seperti <i>self-efficacy</i> , sumber daya, kondisi yang memfasilitasi, dan teknologi.
<i>Facilitating Conditions</i>	Faktor lingkungan objektif yang sudah disepakati oleh peneliti sebagai pendorong untuk melakukan tindakan dengan mudah, seperti ketersediaan dukungan computer.
<i>Compatibility</i>	Seberapa jauh sebuah inovasi dipandang sebagai konsisten terhadap nilai-nilai yang berlaku, pengalaman dari calon pengadopsi, dan kebutuhan-kebutuhan yang ada.

Sumber: Venkatesh et al. (2003)

2.3.5 Hedonic Motivation (Motivasi hedonis)

Hedonic Motivation (Motivasi hedonis) merujuk pada kepuasan yang timbul dari pemanfaatan suatu teknologi. Terbukti bahwa motivasi hedonis memiliki peran signifikan dalam penerimaan serta adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2012). Saat suatu sistem dapat memberikan rasa senang dan puas pada penggunanya dikarenakan kepraktisan, kenyamanan penggunaan, serta kemudahan yang diberikan, maka sistem tersebut akan diminati oleh penggunanya.

2.3.6 Price Value (Nilai harga)

Price Value (Nilai harga) mengacu pada konsep pengorbanan dalam bentuk biaya yang dikeluarkan oleh individu ketika mengadopsi suatu sistem (Venkatesh et al., 2012). Ketika keuntungan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi melebihi biaya yang dikeluarkan, maka pengguna cenderung membentuk persepsi yang positif dan bersedia mengadopsi teknologi tersebut.

2.3.7 Perceived trust (Persepsi kepercayaan)

Perceived trust (Persepsi kepercayaan) mengacu pada kesiapan untuk tetap loyal terhadap penyedia layanan berdasarkan keyakinan positif terhadap perilaku yang akan ditunjukkan oleh penyedia layanan di masa mendatang (Zhou, 2013). Menurut Alvian (2019), persepsi kepercayaan diartikan sebagai tingkat keyakinan suatu individu bahwa teknologi yang akan digunakan aman untuk digunakan. Saat pengguna menggunakan teknologi tersebut berulang kali dan secara teratur, maka pengguna tersebut dianggap merasa percaya dan aman terhadap teknologi yang digunakan.

2.3.8 Behavioral intention (Niat berperilaku)

Behavioral intention (Niat berperilaku) merujuk pada kecenderungan individu dalam mengadopsi teknologi sehingga mempunyai peran penting dalam penggunaan serta pengadopsian suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Niat berperilaku bertujuan untuk menggambarkan tingkat keinginan dari individu yang berpotensi dalam mengadopsi suatu teknologi (Alvian, 2019). Konsep niat berperilaku merupakan proporsi keterkaitan individu dengan perilaku yang akan dilakukan pada masa depan (Peter & Olson, 2008).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penjelasan mengenai kajian dari beberapa penelitian terdahulu telah tercantum pada tabel 2.6.

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Eneizan et al., 2019)	<i>Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, social influence, price value, facilitating conditions, habit, trust, and risk</i>	321 responden di Yordania.	Temuan dari penelitian ini adalah variabel <i>Performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, social influence, price value, facilitating conditions, habit, trust, dan risk</i> berdampak signifikan terhadap niat pelanggan Yordania untuk menggunakan <i>mobile marketing</i> ,
2.	(Merhi et al., 2019b)	<i>A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, price value, habit, social influence, trust, perceived privacy, and perceived security.</i>	901 pengguna <i>mobile banking</i> dari Lebanon dan Inggris.	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat perilaku terhadap adopsi layanan perbankan seluler dipengaruhi oleh <i>habit (HB), perceived security (PS), perceived privacy (PP), dan trust (TR)</i> baik untuk pengguna

		<i>and trust.</i>			Lebanon maupun Inggris. Selain itu, <i>Performance expectancy</i> (PE) menjadi prediktor yang signifikan di Lebanon tetapi tidak di Inggris; sedangkan <i>price value</i> (PV) signifikan di Inggris tetapi tidak di Lebanon. Variabel <i>social influence</i> (SI) dan <i>hedonic motivation</i> (HM) tidak signifikan baik untuk pengguna Lebanon maupun Inggris.
3.	(Nguyen et al., 2020)	<i>Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying UTAUT2 Model</i>	<i>performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), social influences (SI), facilitating conditions (FC), hedonic motivation (HM), price value (PV), habit (HT), security, self-reliance, behavioral intention, usage intention, dan trust (TR).</i>	241 responden di Vietnam	Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa <i>performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, habit, dan trust</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>behavioral intention</i> dalam mengadopsi <i>digital banking service</i> .

4.	(Penney et al., 2021)	<i>Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust</i>	<i>Performance expectancy, social influence, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, trust, perceived risk, and behavioural intention.</i>	373 pengguna <i>mobile money service</i> di Ghana	Studi ini menunjukkan bahwa variabel <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, habit, price value, perceived risk</i> , dan <i>trust</i> secara substansial memengaruhi <i>behavioural intention</i> pengguna <i>mobile money service</i> di Ghana. Namun, <i>facilitating conditions</i> dan <i>hedonic motivation</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> pengguna.
5.	(Prasetyo, 2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta	Variabel persepsi kepercayaan, ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, umur usaha, persepsi kepercayaan, serta skala usaha	73 responden UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).	Hasilnya adalah variabel persepsi kepercayaan dan ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menerapkan aplikasi akuntansi <i>mobile</i> pada UMKM, baik pada kelompok yang telah mengadopsi maupun yang

					<p>belum mengadopsi aplikasi tersebut. Variabel ekspektasi upaya serta pengaruh sosial menghasilkan perbedaan dalam hasil antara kelompok UMKM yang telah mengadopsi aplikasi akuntansi seluler dengan yang belum. Sementara itu, untuk variabel skala usaha dan variabel umur tidak memiliki pengaruh terhadap UMKM, baik yang sudah mengadopsi aplikasi maupun yang belum.</p>
6.	(Rahayu et al., 2023)	<p>Investigasi Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Menggunakan Cloud Accounting</p>	<p><i>Performance expectancy, social influence, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, price value.</i></p>	<p>104 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).</p>	<p>Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, serta ekspektasi usaha, berdampak positif terhadap minat dalam mengadopsi cloud accounting. Namun, studi tersebut tidak dapat menegaskan pengaruh nilai</p>

					harga, motivasi hedonis, dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan cloud accounting.
7.	(Tambunan, 2023)	<i>Analyzing Factors Influencing Accounting Application Adoption Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Among F&B MSMEs in West Java</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, behavioral intention</i>	131 responden UMKM sektor F&B di Jawa Barat	Penelitian tersebut berhasil membuktikan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, niat berperilaku serta kondisi yang memfasilitasi berdampak signifikan terhadap keinginan untuk mengadopsi aplikasi tersebut.
8.	(Hammouri et al., 2023)	<i>An Empirical Investigation on Acceptance of E-Wallets In The Fintech Era in Jordan: Extending UTAUT2 Model With Perceived Trust</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, actual use, hedonic motivation, facilitating condition, perceived trust.</i>	181 responden pengguna e-wallet di Yordania	Penelitian tersebut berhasil membuktikan bahwa variabel <i>price value</i> , <i>hedonic motivations</i> , <i>social influence</i> , <i>performance expectancy</i> dan <i>perceived trust</i> berdampak signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan e-wallet. Sebaliknya, <i>facilitating conditions</i> dan

					<i>effort expectancy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap proses adopsi.
--	--	--	--	--	---

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja) merujuk pada tingkat kepercayaan individu dalam kemampuan dirinya saat menggunakan suatu teknologi dengan tujuan mencapai manfaat atau mendapatkan keuntungan. *Performance Expectancy* berdampak positif terhadap keinginan untuk mengadopsi sebuah sistem informasi dan teknologi (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012)). Studi yang diadakan oleh Tambunan (2023) menegaskan bahwa ekspektasi kinerja berdampak positif terhadap pelaku UMKM yang mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Dengan menggunakan aplikasi pencatatan transaksi pekerjaan akan menjadi lebih cepat dan dapat meningkatkan efektivitas serta produktivitas penggunanya. Semakin aplikasi pencatatan transaksi dapat memudahkan pekerjaan serta meningkatkan efisiensi, maka pengguna akan memberikan respon yang positif terhadap aplikasi pencatatan transaksi. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi.

2.5.2 Pengaruh *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Seseorang cenderung dapat menerima suatu teknologi dengan lebih baik apabila teknologi tersebut mudah untuk digunakan dalam membantu pekerjaannya (Rahayu et al., 2023). Peranan krusial aplikasi pencatatan transaksi terletak pada kebutuhan pengguna untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait prinsip dasar akuntansi serta proses bisnis sebagai persyaratan dalam mengadopsi suatu sistem informasi akuntansi. Studi yang telah dilaksanakan oleh Tambunan (2023) mengindikasikan bahwa ekspektasi usaha memiliki dampak yang positif terhadap performa pelaku UMKM yang memanfaatkan aplikasi pencatatan transaksi. Fakta tersebut mencerminkan bahwa pengguna memiliki keyakinan akan mendapatkan manfaat serta kemudahan saat mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Dalam penelitian lain, variabel ekspektasi usaha berdampak signifikan positif terhadap ketertarikan untuk mengadopsi suatu sistem dan teknologi (Venkatesh et al., 2003,; Venkatesh et al., 2012). Maka dari itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi.

2.5.3 *Social Influence* (Pengaruh Sosial) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Individu umumnya akan cenderung mengadopsi teknologi apabila terdapat orang di lingkungannya, terutama individu yang dianggap signifikan, yang meyakinkannya untuk mengadopsi teknologi tersebut. Studi yang telah dilakukan

oleh Eneizan et al. (2019) menyebutkan bahwa *social influence* berdampak positif pada niat pelanggan Yordania untuk menggunakan *mobile marketing*. Melalui studi yang dilaksanakan oleh Venkatesh et al. (2012), terbukti bahwa *social influence* berdampak signifikan terhadap keinginan untuk mengadopsi teknologi. Jika penggunaan suatu teknologi semakin luas, maka penggunaan teknologi tersebut akan menjadi sebuah tren. Hal ini menandakan bahwa pengaruh sosial bisa memotivasi calon pengguna agar mengadopsi suatu sistem. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: *Social Influence* (Pengaruh Sosial) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi.

2.5.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Sumber daya dan dukungan sekitar mempengaruhi variabel kondisi yang memfasilitasi. Studi yang telah dilakukan oleh Tambunan (2023) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* memiliki dampak yang signifikan pada keinginan untuk mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Temuan dari studi yang diadakan oleh Venkatesh et al. (2012) mengindikasikan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap adopsi sistem informasi walaupun pengaruhnya tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya dukungan dari lingkungan sekitar saat sedang mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi serta fasilitas teknologi yang memadai maka dapat meningkatkan ketertarikan untuk mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: *Facilitating conditions* (Kondisi yang memfasilitasi) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi.

2.5.5 Pengaruh *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Hedonic motivation (motivasi hedonis) telah terbukti mempunyai peranan yang krusial dalam penerimaan serta penggunaan teknologi karena dapat menimbulkan perasaan senang yang diakibatkan dari penerapan suatu teknologi. Studi yang dilaksanakan oleh Venkatesh et al. (2012) menemukan bahwa *hedonic motivation* berdampak positif terhadap ketertarikan dalam mengadopsi suatu teknologi. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2020) menunjukkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat dalam mengadopsi *digital banking services* di Vietnam. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: *Hedonic motivation* (motivasi hedonis) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi

2.5.6 Pengaruh *Price Value* (Nilai Harga) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Aplikasi pencatatan transaksi menyediakan fitur pencatatan keuangan bisnis yang membutuhkan tarif yang terjangkau dan sebanding dengan nilai manfaat yang akan diperoleh. Hal tersebut dapat meningkatkan minat dalam menggunakan aplikasi pencatatan transaksi karena nilai harga sesuai dengan nilai manfaat yang didapatkan. Studi yang diadakan oleh Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa

price value memiliki dampak yang positif untuk memberikan motivasi bagi individu dalam mengadopsi suatu sistem. Selain itu, melalui studi yang dilaksanakan oleh Penney et al. (2021) menunjukkan bahwa *price value* secara substansial memengaruhi minat untuk menggunakan *mobile money services* di Ghana. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6: *Price value* (nilai harga) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi

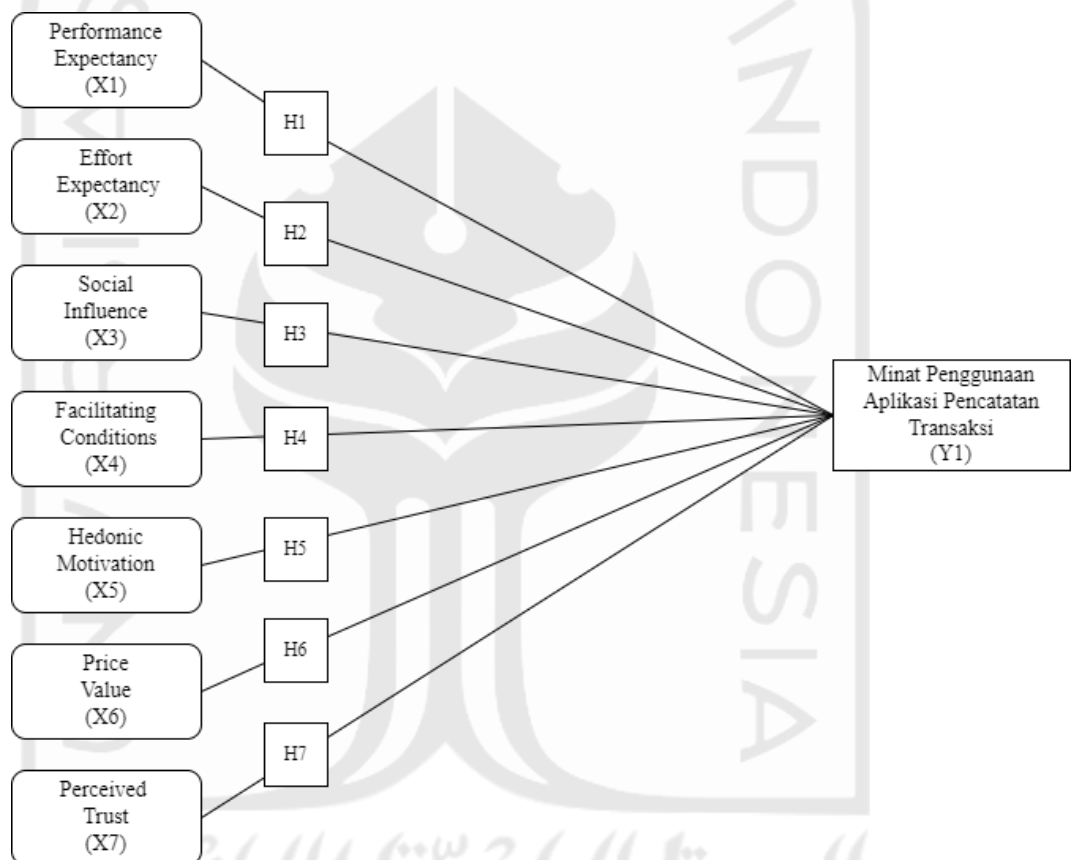
2.5.7 Pengaruh *Perceived Trust* (Persepsi Kepercayaan) terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pencatatan Transaksi

Dalam studi yang dilaksanakan oleh Prasetyo (2021), didapati bahwa variabel *perceived trust* berdampak positif, baik bagi pengguna aplikasi pencatatan akuntansi maupun individu yang belum menggunakan aplikasi pencatatan transaksi. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Hammouri et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived trust* berdampak signifikan terhadap keinginan untuk mengadopsi *e-wallet* di Yordania. Terdapat korelasi yang signifikan dalam konteks kepercayaan di lingkup digital, serta terdapat hubungan positif antara kepercayaan dengan minat perilaku (Koufaris & Hampton-sosa, 2002). Hal ini menandakan bahwa pengguna mempunyai keyakinan terhadap keamanan penggunaan aplikasi pencatatan transaksi. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H7: *Perceived trust* (persepsi kepercayaan) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi

2.6 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pengembangan hipotesis, model penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Pemilihan metode kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada keinginan untuk mengukur serta menganalisis data secara numerik. Metode kuantitatif merupakan metode yang memiliki persepsi bahwa perilaku manusia dapat diukur serta diprediksi sesuai dengan fakta yang ada dalam suatu kondisi tertentu (Yusuf, 2016). Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara mengidentifikasi serta mengangkakan variabel yang diperlukan. Maka dari itu, data yang dapat menunjukkan angka seperti populasi dan sampel sangat diperlukan untuk penelitian ini.

Populasi merupakan suatu kelompok subjek untuk menggeneralisasikan hasil dari penelitian, suatu populasi setidaknya harus memiliki satu karakteristik yang dapat membedakannya dengan suatu kelompok yang bukan termasuk populasi (Jama, 1990). Populasi memegang peran penting dalam proses pemilihan sampel untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif. Jumlah populasi yang akan didapatkan akan semakin besar apabila karakteristik yang digunakan untuk menentukan populasi semakin sedikit. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah manajer atau pemilik UMKM yang berada di Jawa Tengah. Dengan perkembangan yang pesat setiap tahunnya, saat ini Jawa Tengah memiliki jumlah UMKM terbanyak ke-2 dari seluruh provinsi di Indonesia.

Sampel merupakan sebagian kecil atau representatif dari keseluruhan populasi yang menjadi fokus penelitian (Arikunto, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pendekatan *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel secara sengaja berdasarkan kualitas tertentu yang dimiliki oleh peserta (Etikan, 2016). Menurut Roscoe (1975), penentuan ukuran sampel yang tepat dalam penelitian umumnya mengacu pada jumlah yang lebih dari 30 individu namun kurang dari 500. Disarankan bahwa ukuran sampel sebaiknya beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel yang terlibat dalam penelitian, dengan rekomendasi umum adalah minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel tersebut. Dengan demikian, dalam konteks ini, jumlah sampel yang diperlukan minimal sebanyak 80 individu, mengingat adanya 8 variabel (1 variabel dependen dan 7 variabel independen) yang terlibat, sesuai dengan pandangan yang diungkapkan oleh Roscoe.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utamanya, yaitu melalui wawancara, survei, dan eksperimen yang digunakan untuk menemukan solusi dari penelitian yang dilakukan (Wagh, 2022). Peneliti menggunakan data primer dan mendapatkan data dengan metode penyebaran kuesioner yang memuat pernyataan mengenai tingkat persetujuan para pemilik UMKM terhadap pernyataan sederhana yang tersusun dari beberapa variabel. Kuesioner dibagikan dengan dua cara, yaitu dibagikan secara online melalui *Google Form* dan dibagikan secara langsung kepada responden dalam bentuk cetak.

Skala Likert merupakan skala yang menyediakan suatu kerangka kerja sistematis untuk mengukur sejauh mana tanggapan responden terhadap variabel yang sedang diteliti, tanpa mengubah esensi dari proses pengukuran tersebut. Terdapat enam tingkatan skala yang digunakan pada kuesioner yang dimana angka 1 menandakan “Sangat Tidak Setuju” sedangkan angka 6 menandakan “Sangat Setuju”.

3.3 Definisi Variabel

Tabel 3.1 Definisi Variabel

Variabel	Definisi
<i>Performance Expectancy</i>	<i>Performance expectancy</i> (ekspektasi kinerja) merupakan ukuran keyakinan individu terhadap kemampuan sebuah teknologi dalam memberikan keuntungan untuk yang dapat menambah efektivitas kinerjanya (Venkatesh et al., 2003).
<i>Effort Expectancy</i>	<i>Effort expectancy</i> (ekspektasi usaha) merupakan ukuran persepsi individu terhadap kemudahan tentang pengadopsian suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003).
<i>Social Influence</i>	<i>Social influence</i> (pengaruh sosial) merupakan upaya individu untuk memodifikasi sebuah persepsi, keyakinan, perilaku serta tingkat keyakinan bahwa orang lain dapat mempengaruhinya agar mengadopsi sistem informasi baru (Venkatesh et al., 2003).
<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Facilitating conditions</i> (kondisi yang memfasilitasi) merupakan persepsi individu terhadap factor pendukung, seperti pengetahuan, kemampuan pengguna, dan ketersediaan perangkat yang dapat mendukung suatu sistem (Venkatesh et al., 2003).

<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Hedonic motivation</i> (motivasi hedonis) merupakan kepuasan dan kesenangan yang muncul saat mengadopsi sebuah sistem (Venkatesh et al., 2003).
<i>Price Value</i>	<i>Price value</i> (nilai harga) merupakan pengorbanan finansial yang dilakukan oleh individu saat menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003).
<i>Behavioral Intention</i>	<i>Behavioral intention</i> (niat berperilaku) adalah tingkat kecenderungan individu untuk mengadopsi teknologi sehingga mempunyai peran penting dalam penggunaan serta pengadopsian teknologi (Venkatesh et al., 2003).
<i>Perceived Trust</i>	<i>Perceived trust</i> (persepsi kepercayaan) merupakan kesediaan untuk tetap loyal terhadap penyedia layanan, didasarkan pada harapan positif terhadap perilaku penyedia layanan di masa yang akan datang (Zhou, 2013).

3.4 Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel yaitu variabel independen (bebas) dan dependen (terikat), yang diukur melalui pernyataan-pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Penjelasan mengenai kedua variabel tersebut adalah:

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel

No.	Item	Pengukuran Variabel	Sumber
1.	Ekspektasi Kinerja	Aplikasi Pencatatan Transaksi merupakan sistem yang berguna	(Venkatesh et al., 2003).

		dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis	
		Aplikasi Pencatatan Transaksi dapat meningkatkan efektifitas saya dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis	
		Aplikasi Pencatatan Transaksi memungkinkan saya melakukan pencatatan keuangan bisnis lebih cepat	
		Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi dapat meningkatkan produktivitas dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis	
2.	Ekspektasi Usaha	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu mudah	(Venkatesh et al., 2003).
		Saya merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi pencatatan transaksi bisnis	
		Saya akan mudah untuk melakukan pencatatan keuangan bisnis menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi	

		Mudah bagi saya untuk menjadi mahir dalam menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi	
3.	Pengaruh Sosial	Orang-orang terdekat saya menyarankan untuk menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi	(Venkatesh et al., 2003).
		Orang dalam lingkungan saya menyarankan saya untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi	
		Orang-orang yang saya anggap penting menyarankan saya untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi	
		Saya akan melakukan pencatatan keuangan bisnis menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi karena banyak orang yang menggunakannya	
4.	Kondisi yang memfasilitasi	Saya mempunyai sumber daya (smartphone dan internet) yang dibutuhkan dalam pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Transaksi	(Venkatesh et al., 2003).
		Saya punya pengetahuan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi	

		Aplikasi Pencatatan Transaksi kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan	
		Orang terdekat dan bantuan online tersedia apabila terdapat kesulitan saat akan menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi	
5.	Motivasi Hedonis	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu menyenangkan	(Venkatesh et al., 2003).
		Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi akan memberikan kenyamanan bagi saya	
		Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu menarik	
6.	Nilai Harga	Biaya yang dikeluarkan dalam pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Transaksi setara dengan nilai manfaat yang dapat didapat	(Venkatesh et al., 2003).
7.	Niat Keperilakuan	Saya berencana menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi di waktu yang akan datang	(Venkatesh et al., 2003).
		Saya berniat untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi	
		Saya akan memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi.	

		Aplikasi Pencatatan Transaksi memberikan manfaat sehingga saya akan terus menggunakannya	
8.	Persepsi kepercayaan	Saya yakin aplikasi pencatatan transaksi yang saya pakai dapat dipercaya.	(Kim et al., 2008) dan (Ivanova & Kim, 2022)
		Saya yakin informasi pribadi saya akan aman saat menggunakan aplikasi pencatatan transaksi.	
		Saya percaya dengan aplikasi pencatatan transaksi yang saya pakai.	

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, penulis menggunakan *software* SmartPLS 3.0 dengan menerapkan metode *Structural Equation Modelling Partial Least Squares* (SEM-PLS). Metode tersebut dapat memprediksi hubungan sebab akibat dari suatu faktor dengan cepat (Dash & Paul, 2021). Metode SEM-PLS kerap digunakan dalam sebuah penelitian karena merupakan metode yang sederhana, namun dapat menampilkan visualisasi dengan baik dan dapat meningkatkan reliabilitas dan validitas suatu faktor (Dash & Paul, 2021). Terdapat dua sub model pada analisis SEM-PLS, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

3.5.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) merupakan korelasi antara setiap variabel laten dan ukuran yang diukur (Hair et al., 2011). Model pengukuran memiliki 2 macam pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.5.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat keakuratan variabel dalam suatu penelitian (Heale & Twycross, 2015). Pengujian validitas memungkinkan kita untuk mengetahui seberapa efektif variabel yang dipilih dapat menangkap hasil yang diinginkan. Terdapat 2 jenis uji validitas, yaitu uji validitas diskriminan dan uji validitas konvergen. Uji validitas diskriminan digunakan untuk mengevaluasi *cross-loading* indikator dan gagasan (Devi & Subidia, 2015). Sedangkan, uji validitas konvergen berfungsi untuk mengetahui variabel yang seharusnya saling berhubungan (Taherdoost, 2016).

Untuk mengetahui nilai rata-rata dari setiap variabel kedua uji validitas tersebut terdapat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Agar mendapatkan hasil yang baik, masing-masing variabel diharuskan mencapai angka $>0,5$. Suatu indikator dianggap memiliki validitas konvergen yang baik dalam kategori apabila nilai *outer loading*-nya $>0,6$. Dengan demikian, apabila nilai *outer loading* suatu indikator berada di bawah 0,6, maka indikator tersebut dianggap tidak memenuhi kriteria validitas dan disarankan untuk dieliminasi. Pada uji validitas diskriminan terdapat 2 jenis nilai, yaitu *Cross Loading* dan *Fornell-Larcker Criterion*. *Cross Loading* memadai jika setiap indikator lebih tinggi dari masing-masing *cross loading*.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Saat melakukan pengukuran variabel laten pada sebuah penelitian, uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengukuran tersebut reliabel dan valid. Uji reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi pengukuran suatu variabel. Terdapat 2 penilaian yang dilakukan pada uji reliabilitas, seperti *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*. *Composite Reliability* (CR) adalah pengukuran yang paling sering digunakan dalam uji reliabilitas (Heale & Twycross, 2015). Sementara itu, *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menganalisis suatu variabel dalam sebuah penelitian. Korelasi antara variabel laten dan indikator nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* harus menunjukkan nilai melebihi 0.7.

3.5.2 Model Struktural

Tujuan dari model struktural (*inner model*) adalah untuk mengetahui korelasi antara variabel laten independent dan dependen (Kwong & Wong, 2013). Terdapat dua jenis model pengujian, yaitu variabel endogen dan eksogen. Pengujian model structural dievaluasi menggunakan kriteria ukuran *R-Square* (R^2). Model penelitian dianggap kuat apabila *R-Square* menunjukkan angka 0.75, moderat apabila menunjukkan angka 0,50, dan lemah apabila menunjukkan angka 0,25 (Hair et al., 2011).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Populasi yang dipilih pada penelitian ini merupakan manajer atau pemilik UMKM di daerah Jawa Tengah. Peneliti mengumpulkan data untuk penelitian dengan cara membagikan kuesioner melalui media cetak dan *google form*. Ringkasan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Kuesioner terkumpul	287	100%
2.	Kuesioner memenuhi syarat	210	73%
3.	Kuesioner tidak memenuhi syarat	77	27%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, terdapat 287 responden yang berpartisipasi dalam melakukan pengisian kuesioner penelitian ini. Akan tetapi, terdapat sejumlah 77 responden yang tidak memenuhi syarat untuk menjadi responden karena tidak mengetahui aplikasi pencatatan transaksi. Dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah 210 responden yang memenuhi syarat untuk menjadi responden dengan persentase sebesar 73%.

4.2 Demografi Responden

Dalam penelitian ini kriteria responden yang menjadi subjek dikelompokkan berdasarkan penggunaan aplikasi pencatatan transaksi, jenis kelamin, jenis usaha, dan omset penjualan per tahun.

4.2.1 Jenis Aplikasi yang Digunakan Responden untuk Melakukan Pencatatan Transaksi

Dari hasil penelitian, diperoleh jumlah dari masing-masing jenis aplikasi pencatatan aplikasi yang digunakan oleh responden untuk melakukan pencatatan transaksi.

Tabel 4.2 Jenis Aplikasi Pencatatan Transaksi

No	Jenis aplikasi pencatatan transaksi	Jumlah	Persentase
1.	Zahir Online	27	13%
2.	Mako	18	8,5%
3.	Jurnal	57	27%
4.	Quickbook	25	12%
5.	Kledo	13	6%
6.	Buku Kas	69	33%
7.	Andro Money	1	0,5%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Menurut data yang tercantum pada tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menggunakan aplikasi Buku Kas untuk melakukan pencatatan transaksi, dengan jumlah responden mencapai 69 (33%). Disusul oleh

aplikasi Jurnal dengan total sebanyak 57 (27%) responden, serta sejumlah 27 (13%) responden yang memilih aplikasi Zahir Online dan sebanyak 25 (12%) responden yang memilih untuk menggunakan aplikasi Quickbook.

4.2.2 Responden yang Telah Mengadopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi

Dari hasil penelitian, diperoleh jumlah dari responden yang telah mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi.

Tabel 4.3 Responden yang Telah Mengadopsi Aplikasi Pencatatan Transaksi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Sudah	136	64,8%
2.	Belum	74	35,2%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 4.3 memperlihatkan bahwa dari 210 responden yang sesuai dengan kriteria, terdapat sebanyak 136 (64,8%) responden yang telah mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi untuk melakukan pencatatan keuangan usahanya. Disisi lain, terdapat sebanyak 74 (35,2%) responden yang belum pernah mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi.

4.2.3 Jenis Kelamin dari Responden

Tabel 4.4 menunjukkan jumlah dari jenis kelamin responden yang telah mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi.

Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
----	---------------	--------	------------

1.	Laki-laki	51	24,3%
2.	Perempuan	159	75,7%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.4 adalah dari 210 (100%) terdapat sebanyak 159 responden dengan persentase 75,7% dengan jenis kelamin perempuan. Disisi lain, jumlah responden yang berjenis kelamin adalah sebesar 51 (24,3%) responden. Dapat disimpulkan mayoritas dari responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.2.4 Omset Usaha per Tahun

Dari hasil penelitian, diperoleh jumlah dari masing-masing omset usaha per tahun.

Tabel 4.5 Jumlah Omset Usaha per Tahun

No	Jumlah Omset Usaha per Tahun	Jumlah	Persentase
1.	<Rp25.000.000,00 per tahun	11	5,2%
2.	Rp25.000.000,00- Rp50.000.000,00 per tahun	13	6,2%
3.	Rp51.000.000,00- Rp75.000.000,00 per tahun	19	9%
4.	Rp76.000.000,00- Rp100.000.000,00 per tahun	16	7,6%
5.	Rp100.000.000,00- Rp200.000.000,00 per tahun	23	11%
6.	Rp200.000.000,00- Rp500.000.000,00 per tahun	27	12,9%

7.	Rp500.000.000,00- Rp1.000.000.000,00 per tahun	30	14,3%
8.	Rp1.000.000.000,00- Rp2.500.000.000,00 per tahun	61	29%
9.	Rp2.500.000.000,00- Rp7.500.000.000,00 per tahun	7	3,3%
10.	Rp7.500.000.000,00- Rp15.000.000.000,00 per tahun	3	1,4%
11.	Rp15.000.000.000,00- Rp30.000.000.000,00 per tahun	0	0%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.5 adalah sebagian besar responden yang berpartisipasi pada penelitian ini memiliki omset usaha sebesar Rp1.000.000.000,00-Rp2.500.000.000,00 per tahun dengan jumlah responden sebanyak 61 (29%) responden. Diikuti dengan omset usaha sebesar Rp500.000.000,00-Rp1.000.000.000,00 per tahun dengan jumlah responden sebanyak 30 (14,3%) responden.

4.2.5 Lokasi Usaha Responden

Tabel 4.6 menunjukkan jumlah dari masing-masing lokasi usaha responden.

Tabel 4.6 Lokasi Usaha Responden

No	Lokasi Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Kabupaten Klaten	22	10,5%
2.	Kabupaten Boyolali	12	5,7%
3.	Kabupaten Magelang	25	11,9%
4.	Kabupaten Karanganyar	7	3,3%

5.	Kabupaten Kebumen	3	1,4%
6.	Kabupaten Banjarnegara	5	2,4%
7.	Kabupaten Banyumas	6	2,9%
8.	Kabupaten Cilacap	10	4,8%
9.	Kota Semarang	77	36,7%
10.	Kota Surakarta	30	14,3%
11.	Kota Pekalongan	13	6,2%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Lokasi usaha merujuk pada lokasi dimana usaha UMKM berdiri dan berjalan. Pengelompokan lokasi usaha memiliki tujuan untuk menilai sebaran geografis dari UMKM yang menjadi subjek penelitian ini. Data dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa Kota Semarang menjadi lokasi usaha yang paling dominan dengan jumlah responden sebanyak 77 dengan Persentase 36,7%.

4.2.6 Klasifikasi Jenis Usaha

Tabel 4.7 memaparkan tentang jumlah dari klasifikasi jenis usaha responden.

Tabel 4.7 Klasifikasi Jenis Usaha Responden

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Kuliner	127	60,5%
2.	Kerajinan	9	4,3%
3.	Jasa	13	6,2%
4.	<i>Fashion</i>	45	21,4%

5.	Retail	8	3,8%
6.	Lainnya	8	3,8%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.7 adalah menunjukkan bahwa jenis usaha kuliner menjadi usaha yang paling dominan dengan jumlah responden sebanyak 127 (60,5%) responden. Diikuti dengan jenis usaha *fashion* dengan jumlah responden sebanyak 45 (21,4%) responden. Jenis usaha lainnya meliputi agribisnis, properti dan lain sebagainya.

4.2.7 Jenis Pemasaran Usaha

Tabel 4.8 memaparkan tentang jumlah dari masing-masing jenis pemasaran usaha.

Tabel 4.8 Klasifikasi Jenis Pemasaran Usaha

No	Jenis Pemasaran Usaha	Jumlah	Persentase
1.	<i>Offline</i>	40	19,05%
2.	<i>Online</i>	63	30%
3.	Keduanya	107	50,95%
Total		210	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.8 adalah jenis pemasaran usaha yang paling banyak digunakan oleh responden adalah gabungan antara pemasaran *offline* dan *online* dengan jumlah sebanyak 107 (50,95%)

responden. Diikuti dengan jenis pemasaran usaha *online* dengan jumlah responden sebanyak 63 (30%) responden.

4.3 Hasil Statistik Deskriptif

Dalam tahap ini, dilakukan pengujian statistik deskriptif untuk menjelaskan masing-masing variabel. Proses analisis statistik deskriptif melibatkan perhitungan standar deviasi, nilai minimum, maksimum, serta mean. Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini disajikan dalam tabel yang terlampir.

Tabel 4.9 Hasil Statistik deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. deviation
Performance Expectancy (PE)	210	2	6	5,23929	0,79097
Effort Expectancy (EE)	210	2	6	5,17261	0,90553
Social Influence (SI)	210	1	6	5,11905	0,95307
Facilitating Conditions (FC)	210	2	6	5,22500	0,82024
Hedonic Motivation (HM)	210	2	6	5,22381	0,85837
Price Value (PV)	210	1	6	5,15476	0,89221
Perceived Trust (PT)	210	2	6	5,20317	0,87538
Behavioral Intention (BI)	210	2	6	5,24286	0,85579

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 210 responden yang dilambangkan dalam nilai n. Tabel 4.9 menggambarkan angka-angka yang terkait dengan setiap variabel, termasuk standar deviasi, mean, nilai maksimum dan minimum. Kesimpulan yang didapat dari tabel 4.9 adalah:

1. Variabel *Performance Expectancy* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 6 dengan nilai rata-rata sebesar 5,23929. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden “setuju” dengan pernyataan yang tercantum pada kuesioner penelitian yang didasarkan pada skala kuesioner.
2. Variabel *Effort Expectancy* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 6 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 5,17261. Dapat diartikan bahwa mayoritas responden “setuju” dengan pernyataan kuesioner yang didasarkan pada skala kuesioner.
3. Variabel *Social Influence* menunjukkan nilai minimum sebesar 1 dengan nilai maksimum sebesar 6. Dengan nilai rata-rata sebesar 5,11905, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan yang tercantum pada kuesioner penelitian yang didasarkan pada skala kuesioner.
4. Variabel *Facilitating Conditions* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dengan nilai maksimum sebesar 6. Berdasarkan skala kuesioner, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden “setuju” dengan pernyataan dalam kuesioner karena memiliki nilai rata-rata sebesar 5,22500.

5. Variabel *Hedonic Motivation* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 6 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 5,22381. Dapat diartikan bahwa mayoritas responden “setuju” dengan pernyataan kuesioner yang didasarkan pada skala kuesioner.
6. Variabel *Price Value* menunjukkan nilai minimum sebesar 1 dengan nilai maksimum sebesar 6. Berdasarkan skala kuesioner, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden “setuju” dengan pernyataan dalam kuesioner karena memiliki nilai rata-rata sebesar 5,15476.
7. Variabel *Perceived Trust* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dengan nilai maksimum sebesar 6. Berdasarkan skala kuesioner, dapat diartikan bahwa sebagian besar responden “setuju” dengan pernyataan dalam kuesioner karena memiliki nilai rata-rata sebesar 5,20317.
8. Variabel *Behavioral Intention* menunjukkan nilai minimum sebesar 2 dengan nilai maksimum sebesar 6. Dengan nilai rata-rata sebesar 5,24286, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan yang tercantum pada kuesioner penelitian yang didasarkan pada skala kuesioner.

4.4 Model Pengukuran

4.4.1 Uji Validitas

Tabel 4.10 *Outer Loadings*

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Performance Expectancy</i>	
PE1	0,785

PE2	0,808
PE3	0,801
PE4	0,835
<i>Effort Expectancy</i>	
EE1	0,899
EE2	0,869
EE3	0,853
EE4	0,840
<i>Social Influence</i>	
SI1	0,869
SI2	0,873
SI3	0,862
SI4	0,823
<i>Facilitating Conditions</i>	
FC1	0,679
FC2	0,831
FC3	0,862
FC4	0,824
<i>Hedonic Motivation</i>	
HM1	0,914
HM2	0,902
HM3	0,869
<i>Price Value</i>	
PV1	0,810
PV2	0,869

PV3	0,864
PV4	0,796
<i>Perceived Trust</i>	
PT1	0,887
PT2	0,894
PT3	0,890
<i>Behavioral Intention</i>	
BI1	0,863
BI2	0,854
BI3	0,851
BI4	0,884

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.10 adalah nilai *outer loadings* dalam setiap variabel telah melebihi angka 0,6. Dapat diartikan bahwa setiap pernyataan dari variabel diatas dinyatakan telah memenuhi uji validitas konvergen serta valid.

Tabel 4.11 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Performance Expectancy</i>	0,652
<i>Effort Expectancy</i>	0,749
<i>Social Influence</i>	0,734
<i>Facilitating Conditions</i>	0,643
<i>Hedonic Motivation</i>	0,801
<i>Price Value</i>	0,698

<i>Perceived Trust</i>	0,793
<i>Behavioral Intention</i>	0,744

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.11 adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dalam setiap variabel telah melebihi angka 0,5. Dapat diartikan bahwa setiap variabel yang tercantum telah memenuhi validitas secara konvergen.

Tabel 4.12 Cross Loading

	BI	EE	FC	HM	PE	PT	PV	SI
BI1	0.863	0.594	0.632	0.657	0.638	0.640	0.635	0.633
BI2	0.854	0.605	0.662	0.653	0.629	0.699	0.657	0.618
BI3	0.851	0.620	0.588	0.653	0.681	0.714	0.649	0.599
BI4	0.884	0.655	0.693	0.698	0.626	0.716	0.705	0.682
EE1	0.632	0.899	0.676	0.708	0.624	0.642	0.704	0.661
EE2	0.629	0.869	0.609	0.710	0.720	0.701	0.677	0.653
EE3	0.629	0.853	0.581	0.694	0.683	0.690	0.666	0.632
EE4	0.592	0.840	0.664	0.695	0.590	0.668	0.674	0.683
FC1	0.472	0.474	0.679	0.450	0.489	0.472	0.386	0.445

FC2	0.580	0.599	0.831	0.569	0.513	0.619	0.528	0.640
FC3	0.631	0.649	0.862	0.583	0.549	0.649	0.585	0.664
FC4	0.685	0.606	0.824	0.551	0.507	0.632	0.605	0.713
HM1	0.722	0.747	0.644	0.914	0.690	0.715	0.709	0.672
HM2	0.710	0.759	0.641	0.902	0.684	0.767	0.714	0.650
HM3	0.636	0.667	0.519	0.869	0.591	0.650	0.708	0.538
PE1	0.536	0.530	0.444	0.523	0.785	0.481	0.531	0.466
PE2	0.633	0.587	0.499	0.552	0.808	0.615	0.584	0.508
PE3	0.607	0.675	0.592	0.626	0.801	0.646	0.577	0.583
PE4	0.624	0.646	0.524	0.662	0.835	0.624	0.597	0.598
PT1	0.766	0.706	0.658	0.724	0.697	0.887	0.708	0.649
PT2	0.679	0.669	0.639	0.698	0.605	0.894	0.683	0.637
PT3	0.692	0.708	0.695	0.701	0.659	0.890	0.698	0.664
PV1	0.656	0.683	0.601	0.647	0.587	0.676	0.810	0.594
PV2	0.636	0.671	0.561	0.689	0.585	0.669	0.869	0.595
PV3	0.653	0.662	0.549	0.699	0.636	0.647	0.864	0.598

PV4	0.616	0.608	0.509	0.609	0.561	0.622	0.796	0.543
SI1	0.618	0.632	0.691	0.583	0.572	0.581	0.545	0.869
SI2	0.638	0.630	0.663	0.562	0.583	0.613	0.578	0.873
SI3	0.646	0.704	0.693	0.596	0.601	0.636	0.634	0.862
SI4	0.612	0.633	0.621	0.643	0.536	0.672	0.635	0.823

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.12 adalah nilai yang tercantum telah memenuhi uji validitas diskriminan karena nilai korelasi indikator dengan konstruk yang terhubung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk lainnya. Contohnya adalah korelasi dari variabel *Social Influence (SI)* yang memiliki 4 indikator dengan nilai hasil untuk SI1 sebesar 0,869, SI2 sebesar 0,873, SI3 sebesar 0,862, dan SI4 sebesar 0,823. Nilai indikator tersebut merupakan nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

Tabel 4.13 Fornell-Larcker Criterion

	BI	EE	FC	HM	PE	PT	PV	SI
BI	0.863							
EE	0.717	0.865						
FC	0.747	0.731	0.802					
HM	0.772	0.811	0.674	0.895				

PE	0.745	0.757	0.640	0.734	0.807			
PT	0.803	0.780	0.745	0.796	0.737	0.890		
PV	0.767	0.786	0.666	0.793	0.710	0.783	0.835	
SI	0.734	0.759	0.779	0.695	0.670	0.730	0.698	0.857

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 4.13 menampilkan nilai akar kuadrat AVE pada setiap variable lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Contohnya adalah variabel *Social Influence* (SI) memiliki nilai kuadrat AVE yang paling tinggi jika dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya yaitu sebesar 0,857. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel tersebut memenuhi uji validitas diskriminan.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.14 *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Performance Expectancy</i>	0,822	0,882
<i>Effort Expectancy</i>	0,888	0,923
<i>Social Influence</i>	0,879	0,917
<i>Facilitating Conditions</i>	0,813	0,877
<i>Hedonic Motivation</i>	0,876	0,924
<i>Price Value</i>	0,855	0,902
<i>Perceived Trust</i>	0,870	0,920
<i>Behavioral Intention</i>	0,886	0,921

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tercantum pada tabel 4.14 bahwa setiap variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,7 yang mana merupakan batas minimum dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel pada penelitian dinyatakan reliabel.

4.5 Model Struktural

4.5.1 Koefisien Determinan

Tabel 4.15 R-Square

	<i>R Square</i>
Behavioral Intention (BI)	0,764

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Pada tabel 4.15 didapatkan nilai untuk R-Square pada variabel *Behavioral Intention* adalah sebesar 0,764, kemudian sisa yang berjumlah 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada di luar variabel yang masuk dalam penelitian. Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa variabel *Behavioral Intention* digolongkan kuat karena telah melebihi angka 0,75.

4.5.2 Path Coefficient

Tabel 4.16 Path Coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keputusan
PE -> BI	0.214	2.776	0.006	H1 diterima
EE -> BI	-0.195	1.793	0.074	H2 ditolak
SI -> BI	0.124	1.734	0.083	H3 ditolak

FC -> BI	0.217	2.464	0.014	H4 diterima
HM -> BI	0.198	2.380	0.018	H5 diterima
PV -> BI	0.201	2.647	0.008	H6 diterima
PT -> BI	0.231	2.245	0.025	H7 diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data dari tabel 4.16 adalah variabel *Performance Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivations*, *Price Value*, dan *Perceived Trust* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *Behavioral Intention* atau niat untuk mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Pengaruh yang signifikan tersebut disebabkan karena nilai *P Values* hipotesis-hipotesis tersebut memiliki nilai kurang dari 0,05 dan T-Statistics menunjukkan angka lebih dari 1,960. Namun, pada variabel *Effort Expectancy* dan *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* atau niat untuk mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Hal tersebut disebabkan oleh nilai *P values* yang melebihi 0,05 dan T-Statistics menunjukkan angka kurang dari 1,960.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari pengujian data yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berdampak positif secara signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Temuan tersebut sejalan dengan studi oleh Venkatesh et al., (2003) yang menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat pengadopsian suatu teknologi. Selain itu, temuan dari penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Tambunan (2023) yang berhasil

membuktikan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh yang positif terhadap adopsi aplikasi pencatatan akuntansi. Dengan pemanfaatan aplikasi pencatatan transaksi, responden yang berpartisipasi pada penelitian ini menilai bahwa aplikasi tersebut mampu memberikan beberapa manfaat yang signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis mereka, meliputi aspek kecepatan, kemudahan, dan akurasi dalam proses penyusunan laporan keuangan. Maka dari itu, semakin besar tingkat *Performance Expectancy* maka minat untuk pengadopsian aplikasi pencatatan akuntansi akan semakin besar juga.

Kemudian, hasil dari pengujian data yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak. Temuan ini berbanding terbalik dengan studi oleh Venkatesh et al., (2003) yang menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat pengadopsian suatu teknologi. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Hammouri et al. (2023) yang menghasilkan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallets*. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengalami kesulitan atau menilai tingkat usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi pencatatan transaksi sebagai sesuatu yang tidak dapat diterima atau terlalu tinggi. Solusi dari permasalahan ini adalah dengan menyederhanakan fitur pada aplikasi, peningkatan panduan pengguna, dan penyediaan pelatihan aplikasi.

Selanjutnya, temuan dari pengujian data yang telah dilakukan pada studi ini menunjukkan bahwa *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioural Intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak. Temuan dari penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012). Namun, hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Tambunan (2023) yang menunjukkan bahwa variabel *Social Influence* tidak memiliki dampak yang positif terhadap minat dalam adopsi aplikasi pencatatan akuntansi. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Merhi et al. (2019) yang menunjukkan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap pelanggan *mobile banking*. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang berpartisipasi pada penelitian ini tidak menganggap pendapat orang dan lingkungan di sekitarnya mempunyai dampak yang besar terhadap minat dalam adopsi aplikasi pencatatan transaksi.

Temuan dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat dalam penggunaan aplikasi pencatatan transaksi. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) yang berhasil menunjukkan hubungan positif antara *Facilitating Conditions* dengan minat dalam pengadopsian suatu teknologi. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Eneizan et al. (2019) yang berhasil membuktikan hubungan positif antara *Facilitating Conditions* dengan niat untuk menggunakan *mobile marketing*. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini setuju

bahwa perangkat, informasi, serta pengetahuan yang mendukung akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi pencatatan transaksi.

Temuan lain dari penelitian ini adalah *Hedonic Motivation* memberi dampak yang positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis kelima pada penelitian ini diterima. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) yang mengatakan bahwa *Hedonic Motivation* memberi dampak yang positif terhadap minat dalam adopsi suatu teknologi. Studi yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2020) juga menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat mengadopsi *digital banking services*. Namun, temuan dari penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian dari Rahayu et al., (2023) yang menyebutkan bahwa variabel *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap minat dalam adopsi *Cloud Accounting*. Kesenangan dan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi pencatatan transaksi dapat meningkatkan minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi. Pengguna yang merasa senang dan puas dengan aplikasi akan lebih cenderung untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Selanjutnya, temuan dari pengujian data yang telah dilakukan pada studi ini menunjukkan bahwa *Price Value* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam pada penelitian ini diterima. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) yang berhasil membuktikan bahwa *Price Value* memiliki dampak yang signifikan terhadap minat dalam adopsi suatu teknologi. Dapat

disimpulkan bahwa responden merasa bahwa manfaat yang didapatkan ketika menggunakan aplikasi pencatatan transaksi sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Penney et al. (2021) juga menunjukkan bahwa *Price Value* memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap niat untuk mengadopsi *mobile money*. Temuan ini berbanding terbalik dengan hasil studi dari Rahayu et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Price Value* tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam adopsi Cloud Accounting.

Hasil penelitian yang terakhir pada studi penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Trust* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh pada penelitian ini diterima. Hasil ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Prasetyo (2021) yang berhasil membuktikan bahwa variabel *Perceived Trust* berdampak positif terhadap minat adopsi aplikasi pencatatan transaksi. Selain itu, temuan dari penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Hammouri et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Perceived Trust* memiliki dampak yang positif terhadap niat untuk adopsi aplikasi *e-wallet*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam menjelaskan faktor-faktor yang memberi pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah dengan menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Penelitian ini menggunakan 7 (tujuh) hipotesis dan melakukan analisis data dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Berdasarkan temuan studi ini, dapat diambil kesimpulan bahwa UMKM di Jawa Tengah memiliki ketertarikan dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi.

Hasil yang didapatkan dari penilaian yang diberikan oleh responden adalah:

1. Variabel *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
2. Variabel *effort expectancy* (ekspektasi usaha) tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
3. Variabel *social influence* (pengaruh sosial) tidak memiliki pengaruh terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.

4. Variabel *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
5. Variabel *hedonic motivation* (motivasi hedonis) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
6. Variabel *price value* (nilai harga) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.
7. Variabel *perceived trust* (persepsi kepercayaan) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi aplikasi pencatatan transaksi pada UMKM di Jawa Tengah.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

5.2.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengalami beberapa keterbatasan dalam prosesnya, diantaranya:

1. Lokasi pengambilan sampel belum merata karena belum mencakup seluruh kota dan kabupaten yang berada di Jawa Tengah.
2. Sebagian besar partisipan dalam penelitian ini adalah perempuan, sehingga kemungkinan hasil dari penelitian ini hanya mencerminkan perspektif dari kelompok gender perempuan.

5.2.2 Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran agar dapat menjadi pedoman pada penelitian mendatang, diantaranya:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas cakupan penelitian agar responden yang terlibat dalam penelitian tersebar secara merata.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya agar dapat menyeimbangkan jumlah sampel perempuan dan laki-laki dengan tujuan untuk mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

5.3 Implikasi

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan pada studi ini, diharapkan dapat memberikan implikasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Melalui hasil dari penelitian ini, pengembang aplikasi pencatatan transaksi disarankan untuk mengevaluasi serta meningkatkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi agar dapat menumbuhkan minat dari UMKM untuk menggunakan aplikasi pencatatan transaksi. Agar fungsi dan manfaat dari aplikasi pencatatan transaksi ini dapat dirasakan secara maksimal oleh pemilik UMKM, para pengembang aplikasi pencatatan transaksi dapat memberikan edukasi yang mendalam kepada pemilik UMKM berupa pengadaan workshop, seminar, dan pelatihan.

REFERENSI

- Achadiyah, B.N. (2019). Otomatisasi Pencatatan Akuntansi pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. 188-203.
- Alvian, Shani (2019). Analisis Determinan Minat UMKM dalam Adopsi Aplikasi SI APIK sebagai Sistem Pencatatan Akuntansi Berbasis Teknologi. Universitas Islam Indonesia. 1-73.
- Arikunto, S. (2006). 2010 Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Devi, N. L. M. S., & Sudibia, G. A. (2015). Analisis Pengaruh Job Insecurity Dan Kompensasi Finansial Terhadap Kepuasan Kerja Dan Turnover Intention: (Studi Pada Karyawan Kontrak di Bali Dynasty Resort).
- Eneizan, B., Mohammed, A. G., Alnoor, A., Alabboodi, A. S., & Enaizan, O. (2019). Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors. *International Journal of Engineering Business Management*, 11. <https://doi.org/10.1177/1847979019889484>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hammouri, Q., Aloqool, A., Saleh, B. A., Aldossary, H., Al Frejat, S. Y., Halim, M., Almajali, D. A., Al-Gasawneh, J. A., & Darawsheh, S. D. R. (2023). An empirical investigation on acceptance of e-wallets in the fintech era in Jordan: Extending UTAUT2 model with perceived trust. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1249–1258. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.4.013>
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. In *Evidence-Based Nursing* (Vol. 18, Issue 3, pp. 66–67). BMJ Publishing Group. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>

- Ivanova, A., & Kim, J. Y. (2022). Acceptance and use of mobile banking in Central Asia: Evidence from modified UTAUT model. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 217-227.
- Jama, J. (1990). *Populasi dan Sampel*.
- Jatengprov.go.id. (2023). "Ganjar Ungkap Keberhasilan Ratusan Ribu UMKM Jateng Naik Kelas Melalui Pelatihan "Leveling"". Diakses pada 31 Oktober 2023, <https://jatengprov.go.id/publik/ganjar-ungkap-keberhasilan-ratusan-ribu-umkm-jateng-naik-kelas-melalui-pelatihan-leveling/>
- Karr, J., Wirjo, A., & Loh, K. (2020). Supporting MSME's Digitalization Amid Covid-19. APEC Policy support unit policy Brief, (35). Retrieved from <https://www.apec.org/Publications/2020/07/Supporting-MSMEs-Digitalization-Amid-COVID-19>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). "Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah." Diakses pada 30 Oktober 2023, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Koufaris, M., & Hampton-sosa, W. (2002). Customer Trust Online: Examining the Role of the Web Site. *Cis*, 5, 1-20.
- Kwong, K., & Wong, K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. In *Marketing Bulletin* (Vol. 24). <http://marketing-bulletin.massey.ac.nz>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019a). 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, 101151. <https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2019.101151>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019b). 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. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2

- model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697.
<https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust. *SAGE Open*, 11(3).
<https://doi.org/10.1177/21582440211023188>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). “Consumer behavior and marketing strategy” (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Prasetyo, R. G. A. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT*.
- Prambadi, G.A. (2023). UMKM Jateng Serap 1,3 Juta Lebih Tenaga Kerja, Ganjar Jadi ‘Pembina Koperasi Andalan’. Diakses pada 30 Oktober 2023,
<https://news.republika.co.id/berita/rxribc456/umkm-jateng-serap-13-juta-lebih-tenaga-kerja-ganjar-jadi-pembina-koperasi-andalan%20>
- Rahayu, I., Ayu, D., Kharisma, N., Setyono, P., Cahyawati, N. E., Akuntansi, P. S., Bisnis, F., & Ekonomika, D. (2023). Investigasi Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Menggunakan Cloud Accounting. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(1), 312–322.
<https://journal.uii.ac.id/JABIS/article/view/27254/15212>
- Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2020). Pemanfaatan aplikasi akuntansi berbasis android (Siapik) untuk meningkatkan administrasi keuangan UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1).
- Roscoe, A. M., Lang, D., & Sheth, J. N. (1975). Follow-up Methods, Questionnaire Length, and Market Differences in Mail Surveys: In this experimental test, a telephone reminder produced the best response rate and questionnaire length had no effect on rate of return. *Journal of Marketing*, 39(2), 20-27.
- Santia, Tira. (2020). Berapa Jumlah UMKM di Indonesia? Ini Hitungannya. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4346352/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia-ini-hitungannya>. (Diakses pada 14 September 2023)
- Sinarwati, N. K., Sujana, E., Nyoman, D., & Herawati, T. (2019). PERAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS MOBILE BAGI PENINGKATAN KINERJA UMKM. *License Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(1), 26–32.
<https://doi.org/10.22225/kr.11.1.1123.26-32>

- Taherdoost, H. (2016). Validity and reliability of the research instrument; how to test the validation of a questionnaire/survey in a research. How to test the validation of a questionnaire/survey in a research (August 10, 2016).
- Tambunan, N. A. D. P. (2023). Analyzing Factors Influencing Accounting Application Adoption Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model Among F&B MSMEs in West Java. *Journal Integration of Management Studies*, 1(1), 124–135. <https://doi.org/10.58229/jims.v1i1.36>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., Xu, X., & Walton, S. M. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1).
- Wagh, S. (2022). Public Health: Research Guide: Primary & Secondary Data Definition. Benedict University Library. <https://researchguides.ben.edu/public-health>
- Wiralestari, W., & Friyani, R. (2019). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Aplikasi Lamikro Pada Usaha Kuliner Tm Cemal Cemil. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 3(1), 62-66. <https://doi.org/10.22437/jkam.v3i1.7011>
- Rizki, K. (2022). How digitalization is transforming Indonesia's MSMEs. The World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/digitalization-growth-indonesia-msmes/>.
- Yusuf, M. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Prenada Media.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision support systems*, 54(2), 1085-1091



LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

KUESIONER MENGENAI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI PADA UMKM

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan nama saya Izzati Karna Wastitya, mahasiswa tingkat akhir jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta, saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS DETERMINAN MINAT DALAM ADOPSI APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI PADA UMKM DI JAWA TENGAH”**

Kuesioner ini telah disusun dengan tujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendasari minat adopsi aplikasi pencatatan transaksi oleh UMKM di provinsi Jawa Tengah. Saya sangat menghargai dan berterima kasih atas kesediaan Anda untuk menyisihkan waktu selama sepuluh menit guna menyelesaikan kuesioner ini.

Kuesioner ini bersifat sukarela dan anonim (tanpa identitas). Partisipan memiliki kebebasan untuk membatalkannya kapan saja tanpa konsekuensi. Sesuai dengan etika dalam melakukan penelitian, data yang diperoleh akan dijaga kerahasiannya dan digunakan semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian ini. Silakan jawab sesuai dengan kondisi anda. Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jika ada pertanyaan terkait kuesioner ini, anda dapat menghubungi saya melalui email: 20312007@students.uii.ac.id

Terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Izzati Karna Wastitya

No.	<i>Performance Expectation</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Aplikasi Pencatatan Transaksi merupakan sistem yang berguna dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis						
2.	Aplikasi Pencatatan Transaksi dapat meningkatkan efektifitas saya dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis						
3.	Aplikasi Pencatatan Transaksi memungkinkan saya melakukan pencatatan keuangan bisnis lebih cepat						
4.	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi dapat meningkatkan produktivitas dalam melakukan pencatatan keuangan bisnis						

No.	<i>Effort Expectancy</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu mudah						
2.	Saya merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi pencatatan transaksi bisnis						
3.	Saya akan mudah untuk melakukan pencatatan keuangan bisnis menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi						

4.	Mudah bagi saya untuk menjadi mahir dalam menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi						
----	---	--	--	--	--	--	--

No.	<i>Social Influence</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Orang-orang terdekat saya menyarankan untuk menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi Accounting						
2.	Orang dalam lingkungan saya menyarankan saya untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi						
3.	Orang-orang yang saya anggap penting menyarankan saya untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi						
4.	Saya akan melakukan pencatatan keuangan bisnis menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi karena banyak orang yang menggunakannya						

No.	<i>Facilitating Conditions</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya mempunyai sumber daya (smartphone dan internet) yang dibutuhkan dalam pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Transaksi						

2.	Saya punya pengetahuan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi						
3.	Aplikasi Pencatatan Transaksi kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan						
4.	Orang terdekat dan bantuan online tersedia apabila terdapat kesulitan saat akan menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi						

No.	<i>Hedonic Motivation</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu menyenangkan						
2.	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi akan memberikan kenyamanan bagi saya						
3.	Menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi itu menarik						

No.	<i>Price Value</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Biaya yang dikeluarkan dalam pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Transaksi setara dengan nilai manfaat yang dapat didapat						

2.	Biaya yang dipakai dalam pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Transaksi dapat dijangkau						
3.	Biaya dalam pemanfaatan layanan Aplikasi Pencatatan Transaksi sangat terjangkau jika dibandingkan dengan layanan lainnya yang sejenis						
4.	Aplikasi Pencatatan Transaksi merupakan nilai yang baik untuk pencatatan keuangan bisnis						

No.	<i>Perceived Trust</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya yakin aplikasi pencatatan transaksi yang saya pakai dapat dipercaya.						
2.	Saya yakin informasi pribadi saya akan aman saat menggunakan aplikasi pencatatan transaksi.						
3.	Saya percaya dengan aplikasi akuntansi seluler yang saya pakai.						

No.	<i>Behavioral Intention</i>	Sangat Tidak Setuju					Sangat Setuju
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya berencana menggunakan Aplikasi Pencatatan Transaksi di waktu yang akan datang						

2.	Saya berniat untuk memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi						
3.	Saya akan memanfaatkan Aplikasi Pencatatan Transaksi.						
4.	Aplikasi Pencatatan Transaksi memberikan manfaat sehingga saya akan terus menggunakannya						

INFORMASI DEMOGRAFI

1. Jenis Kelamin

- Perempuan
- Laki-laki

2. Bidang Usaha

- Kuliner
- Fashion
- Retail
- Kerajinan

Jasa

Lainnya

3. Lokasi Usaha

- Kabupaten Klaten
- Kabupaten Boyolali
- Kabupaten Magelang
- Kabupaten Karanganyar

- Kota Surakarta
- Kota Semarang
- Kota Pekalongan
- Lainnya

4. Omset Usaha per Tahun

- >25 juta
- 25 juta- 50 juta
- 51 juta - 75 juta
- 76 juta - 100 juta
- 100 juta - 200 juta
- 200 juta - 500 juta
- 500 juta - 1 Milyar
- 1 Milyar - 2,5 Milyar
- 2,5 Milyar - 7,5 Milyar
- 7,5 Milyar - 15 Milyar
- 15 Milyar - 30 Milyar



LAMPIRAN 2

2.1 Tabulasi Data Penelitian

No.	P E 1	P E 2	P E 3	P E 4	E E 1	E E 2	E E 3	E E 4	S I 1	S I 2	S I 3	S I 4	F C 1	F C 2	F C 3	F C 4
1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6
3	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6
4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6
5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5
6	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3
7	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	4	5	3	3	2
8	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
9	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
10	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4
11	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	6
12	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5
13	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
14	5	2	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	4	4	3
15	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	2
16	6	5	5	5	6	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
17	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	6	5
18	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6
19	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	5
20	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6
21	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	5	6	6	5
24	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5
25	6	5	5	4	6	5	4	6	6	5	5	4	6	3	5	6
26	4	5	6	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
27	5	6	5	6	4	5	6	5	3	4	6	4	5	4	5	5
28	6	6	6	6	5	5	5	4	4	5	6	3	6	5	5	5
29	5	6	5	5	5	6	6	4	4	5	5	6	5	5	6	5
30	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5
31	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5
32	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
33	6	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5

34	5	6	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	6
35	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6
36	5	6	6	5	3	4	4	4	6	6	6	6	6	4	5	6
37	6	6	5	6	4	5	5	4	4	5	3	4	6	5	6	3
38	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5
39	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6	5
40	5	5	4	3	5	4	5	4	2	2	2	4	5	3	4	4
41	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	5	6	5
42	5	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
43	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	6	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6
47	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5
48	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6
49	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
50	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	6	5	5	5
51	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6
52	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4
53	5	5	5	5	4	5	4	3	2	3	4	5	3	2	3	3
54	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	6	4	5	4	6	5	4	5	5	4	6	4	5	4	3
56	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5
57	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	4
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
60	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	5
61	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
62	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5
63	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5
64	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6
65	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	2	5	5	4	2	5
66	5	6	4	6	5	5	6	4	5	5	3	5	4	5	5	4
67	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
68	5	5	5	6	5	6	6	5	4	4	4	5	5	5	5	5
69	5	6	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	5	6	5	6
70	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	5	6	5	5	6	5
71	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	2	2
72	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5

73	5	6	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	5
74	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6
75	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6
76	5	6	5	6	5	6	5	6	4	5	6	5	5	4	6	5
77	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5
78	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5
79	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6
80	6	5	6	6	5	6	4	5	6	5	5	6	5	6	6	6
81	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
82	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6
83	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	3	3	4
84	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6
85	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6
86	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5
87	5	6	5	5	6	5	6	6	6	6	5	6	4	5	6	6
88	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
89	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6
90	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5
91	6	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5
92	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	3
93	5	6	6	5	6	6	5	6	2	2	5	2	5	6	6	4
94	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5
95	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	4	6
96	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	6	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6
99	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	5
100	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5
101	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
102	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6
103	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5
104	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5
105	6	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	5
106	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6
107	6	6	4	5	5	4	5	6	6	1	2	6	6	6	6	6
108	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5
109	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	4
110	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4
111	6	5	6	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5

112	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5
113	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	5
114	5	5	6	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	4
115	5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6
116	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
117	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5
118	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	6
119	5	6	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6
120	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6
121	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	4	6	6	6	5
122	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6
123	5	5	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6
124	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5
125	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
126	4	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5
127	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5
128	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6
129	4	2	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	2	3	3
130	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
131	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5
132	5	6	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5
133	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	6
134	6	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6
135	5	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6
136	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
137	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5
138	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	5	5	5	5
139	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5
140	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6
141	2	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5
142	4	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6
143	5	4	5	5	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6	5
144	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5
145	5	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5
146	6	6	6	6	5	6	5	4	4	4	5	5	6	4	4	4
147	6	5	6	4	5	6	5	4	5	4	3	3	6	5	5	4
148	5	4	4	6	4	4	5	4	6	6	5	6	5	4	4	6
149	5	5	4	6	6	5	5	6	6	5	4	5	5	5	6	5
150	6	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6

151	6	6	4	5	4	5	6	3	6	6	5	5	5	5	5	
152	4	5	4	6	3	4	4	3	2	3	3	4	6	4	4	2
153	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
154	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	6	5	5	5
155	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	6	6	6	6
156	3	3	6	4	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6
157	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	5	5	6
158	2	3	2	2	4	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	4
159	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6
160	3	4	2	4	2	3	2	4	4	2	3	4	2	4	3	2
161	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6
162	6	6	5	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5
163	6	6	5	6	2	3	4	2	4	4	3	4	5	4	4	3
164	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
165	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
166	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
168	5	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5
169	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	6	5	5
170	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6
171	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
172	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	6	6	6
174	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5
175	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6
176	5	5	5	5	4	3	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6
177	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5
178	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6
180	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	6
181	5	5	5	5	5	4	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
184	5	6	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5
186	5	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5
187	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	6
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6

190	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5
191	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6
192	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5	
193	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5
194	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5
196	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6
197	6	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5
198	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
199	5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	6
200	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	5
201	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6
202	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5
203	6	6	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	5	5	6	6
204	5	5	6	5	6	6	5	4	5	5	5	6	6	6	5	5
205	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6
206	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5
207	4	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5
208	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
209	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

LAMPIRAN 2 (LANJUTAN)

No.	H M 1	H M 2	H M 3	PV 1	PV 2	PV 3	PV 4	PT 1	PT 2	PT 3	BI 1	BI 2	BI 3	BI 4
1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	6	5	5	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6
3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
7	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3
8	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5
9	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

12	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6
13	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6
14	6	5	6	4	4	5	5	4	4	4	5	2	4	5
15	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2
16	5	4	6	4	4	6	5	4	2	2	6	5	4	6
17	5	6	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5
18	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5
19	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	6
20	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
21	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	5	6
24	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6
25	6	5	4	5	6	6	6	5	4	4	6	6	6	6
26	5	5	6	4	4	4	4	6	4	5	6	5	5	6
27	5	6	5	5	6	6	4	6	6	5	4	6	6	5
28	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6
29	4	4	5	6	4	4	5	6	6	5	5	6	6	5
30	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
31	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
32	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
33	5	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5
34	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5
35	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6
36	4	4	4	3	4	5	5	5	5	6	6	5	5	5
37	5	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4
38	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
39	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5
40	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	3
41	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6
42	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
43	6	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6
44	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
45	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
46	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6
47	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	6
48	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6	6	5
49	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
50	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6

51	6	5	5	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6
52	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3
53	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
54	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	6	5	3	5	6	5	4	5	5	5	6	4	3
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6
59	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
60	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5
61	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5
62	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6
63	4	5	4	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6	5
64	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5
65	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5
66	5	6	5	4	5	6	5	4	3	4	6	5	6	5
67	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
68	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	5
69	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6
70	6	6	6	3	6	6	5	6	5	6	5	5	6	5
71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
72	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
73	5	6	6	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	5
74	5	6	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5
75	5	5	6	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5
76	5	6	4	4	5	6	5	5	4	6	4	5	6	5
77	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5
78	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5
79	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
80	5	5	5	6	4	4	5	6	5	5	6	6	4	5
81	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
82	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5
83	5	5	5	6	4	4	6	5	5	5	5	5	5	5
84	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	6
85	6	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6
86	6	6	5	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6
87	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
89	5	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5

90	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6
91	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5
92	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2
93	5	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5
94	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6
95	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3
96	5	6	5	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6
99	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5	6
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
102	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
103	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5
104	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5
105	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
106	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6
107	6	6	5	5	3	3	5	6	5	6	4	6	6	5
108	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	5	4	5	6	4	3	4	6	5	5	4	5	6	6
110	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	3	4
111	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6
112	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5
113	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	6	6
114	3	4	5	5	4	5	6	5	4	5	4	4	5	5
115	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	5	5
116	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4
117	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5
118	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	6	5
119	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6
120	6	5	6	5	6	6	5	4	5	6	5	5	5	5
121	5	5	6	6	5	6	5	4	5	5	6	6	5	5
122	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5
123	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
124	6	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5
126	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5
127	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6
128	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6

129	3	2	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2
130	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
131	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6
132	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5
133	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	6
134	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	5
135	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6
136	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	5	5
137	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5
138	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	6
139	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5
140	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5
141	5	6	5	4	5	5	5	5	6	5	5	6	5	6
142	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	5
143	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5
144	5	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	4
145	5	5	6	6	5	5	2	5	5	4	5	6	5	4
146	4	6	5	4	4	5	5	6	6	5	5	5	6	5
147	5	5	6	5	4	4	5	5	5	5	6	5	5	5
148	5	5	6	5	6	6	5	5	4	6	5	4	5	6
149	6	6	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6
150	5	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	6
151	4	4	4	5	4	5	6	6	5	5	6	6	6	6
152	4	5	5	5	5	4	3	5	6	5	4	4	5	4
153	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
154	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
155	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4
156	6	6	6	6	6	6	1	6	6	6	6	6	4	6
157	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5
158	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
159	5	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6
160	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3
161	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	5
162	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5	6	5	6
163	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	6	6	5	5
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5
166	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

168	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5
171	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
173	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
174	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5
175	5	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6
176	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6
177	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
178	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5
180	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
181	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
184	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
187	6	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6
188	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5
189	5	6	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5
190	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5
191	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5
192	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6
193	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6
194	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5
195	6	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6
196	5	4	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	5
197	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6
198	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5
199	5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	5	5
200	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5
201	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6
202	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5
203	5	5	4	6	6	5	4	5	5	4	6	6	6	5
204	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6
205	6	5	5	6	6	4	5	5	6	6	6	5	5	5
206	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5

207	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5
208	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5
209	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6
210	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

2.2 Data Responden

No.	Jenis Kelamin	Bidang Usaha	Lokasi usaha	Omset Usaha per Tahun
1	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Cilacap	7,5 Milyar - 15 Milyar
2	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
3	Laki-laki	Fashion	Kabupaten Klaten	500 juta - 1 Milyar
4	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	500 juta - 1 Milyar
5	Laki-laki	Retail	Kabupaten Karanganyar	1 Milyar - 2,5 Milyar
6	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	51 juta - 75 juta
7	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Klaten	100 juta - 200 juta
8	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	100 juta - 200 juta
9	Laki-laki	Retail	Kota Surakarta	100 juta - 200 juta
10	Laki-laki	Fashion	Kota Pekalongan	200 juta - 500 juta
11	Perempuan	Retail	Kabupaten Karanganyar	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
12	Perempuan	Fashion	Kabupaten Klaten	500 juta - 1 Milyar
13	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	1 Milyar - 2,5 Milyar
14	Perempuan	Retail	Kabupaten Banyumas	1 Milyar - 2,5 Milyar
15	Perempuan	Kerajinan	Kabupaten Banyumas	100 juta - 200 juta
16	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
17	Perempuan	Kuliner	Kota Pekalongan	76 juta - 100 juta
18	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Banyumas	51 juta - 75 juta
19	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	500 juta - 1 Milyar
20	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	100 juta - 200 juta
21	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Cilacap	1 Milyar - 2,5 Milyar
22	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
23	Laki-laki	Kuliner	Kota Pekalongan	76 juta - 100 juta
24	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Cilacap	100 juta - 200 juta
25	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
26	Perempuan	Kerajinan	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
27	Laki-laki	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
28	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar

29	Perempuan	Jasa	Kota Pekalongan	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
30	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
31	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Banyumas	200 juta - 500 juta
32	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	51 juta - 75 juta
33	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
34	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Banjarnegara	1 Milyar - 2,5 Milyar
35	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	7,5 Milyar - 15 Milyar
36	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
37	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
38	Perempuan	Fashion	Kota Pekalongan	76 juta - 100 juta
39	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
40	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
41	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
42	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
43	Perempuan	Kerajinan	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
44	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Karanganyar	500 juta - 1 Milyar
45	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
46	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	500 juta - 1 Milyar
47	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	76 juta - 100 juta
48	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	51 juta - 75 juta
49	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	Kurang dari 25 juta
50	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	Kurang dari 25 juta
51	Laki-laki	Fashion	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
52	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
53	Perempuan	Jasa	Kabupaten Cilacap	1 Milyar - 2,5 Milyar
54	Perempuan	Fashion	Kabupaten Cilacap	100 juta - 200 juta
55	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
56	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Cilacap	1 Milyar - 2,5 Milyar
57	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
58	Perempuan	Jasa	Kabupaten Cilacap	200 juta - 500 juta
59	Perempuan	Properti	Kabupaten Magelang	500 juta - 1 Milyar
60	Perempuan	Jasa	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
61	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
62	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
63	Perempuan	Fashion	Kabupaten Cilacap	51 juta - 75 juta
64	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Boyolali	1 Milyar - 2,5 Milyar
65	Perempuan	Kerajinan	Kabupaten Cilacap	51 juta - 75 juta
66	Perempuan	Fashion	Kabupaten Klaten	51 juta - 75 juta

67	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	500 juta - 1 Milyar
68	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Boyolali	1 Milyar - 2,5 Milyar
69	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
70	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
71	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	500 juta - 1 Milyar
72	Perempuan	Jasa	Kabupaten Klaten	500 juta - 1 Milyar
73	Laki-laki	Fashion	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
74	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
75	Laki-laki	Kuliner	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
76	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	200 juta - 500 juta
77	Perempuan	Fashion	Kabupaten Boyolali	51 juta - 75 juta
78	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	100 juta - 200 juta
79	Laki-laki	Retail	Kota Semarang	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
80	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Magelang	200 juta - 500 juta
81	Laki-laki	Properti	Kabupaten Kebumen	100 juta - 200 juta
82	Laki-laki	Agribisnis	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
83	Perempuan	Retail	Kabupaten Klaten	76 juta - 100 juta
84	Perempuan	Fashion	Kabupaten Karanganyar	200 juta - 500 juta
85	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
86	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
87	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Boyolali	51 juta - 75 juta
88	Perempuan	Kerajinan	Kota Pekalongan	100 juta - 200 juta
89	Perempuan	Kerajinan	Kabupaten Klaten	200 juta - 500 juta
90	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
91	Perempuan	Kuliner	Kota Pekalongan	1 Milyar - 2,5 Milyar
92	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
93	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Karanganyar	1 Milyar - 2,5 Milyar
94	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
95	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	500 juta - 1 Milyar
96	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Banjarnegara	500 juta - 1 Milyar
97	Perempuan	Fashion	Kota Pekalongan	1 Milyar - 2,5 Milyar
98	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	51 juta - 75 juta
99	Perempuan	Retail	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
100	Perempuan	Jasa	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
101	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
102	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
103	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar

104	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
105	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
106	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
107	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
108	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
109	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	200 juta - 500 juta
110	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
111	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
112	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	76 juta - 100 juta
113	Laki-laki	Kerajinan	Kabupaten Klaten	76 juta - 100 juta
114	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Cilacap	200 juta - 500 juta
115	Perempuan	Jasa	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
116	Perempuan	Fashion	Kabupaten Boyolali	2,5 Milyar - 7,5 Milyar
117	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Kebumen	Kurang dari 25 juta
118	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
119	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
120	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
121	Perempuan	Agribisnis	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
122	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
123	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
124	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
125	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
126	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
127	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
128	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	500 juta - 1 Milyar
129	Laki-laki	Kuliner	Kota Pekalongan	500 juta - 1 Milyar
130	Perempuan	Jasa	Kota Semarang	51 juta - 75 juta
131	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
132	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	500 juta - 1 Milyar
133	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
134	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Karanganyar	500 juta - 1 Milyar
135	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	200 juta - 500 juta
136	Perempuan	Fashion	Kota Pekalongan	1 Milyar - 2,5 Milyar
137	Perempuan	Fashion	Kabupaten Karanganyar	500 juta - 1 Milyar
138	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
139	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
140	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
141	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar

142	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
143	Laki-laki	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
144	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
145	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	51 juta - 75 juta
146	Laki-laki	Jasa	Kota Semarang	25 juta - 50 juta
147	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
148	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	200 juta - 500 juta
149	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
150	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	200 juta - 500 juta
151	Laki-laki	Kuliner	Kota Pekalongan	Kurang dari 25 juta
152	Perempuan	Jasa	Kabupaten Klaten	25 juta - 50 juta
153	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
154	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	200 juta - 500 juta
155	Perempuan	Fashion	Kabupaten Boyolali	25 juta - 50 juta
156	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	51 juta - 75 juta
157	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	25 juta - 50 juta
158	Perempuan	Kerajinan	Kabupaten Banjarnegara	25 juta - 50 juta
159	Perempuan	Fashion	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
160	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
161	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	1 Milyar - 2,5 Milyar
162	Perempuan	Jasa	Kabupaten Magelang	1 Milyar - 2,5 Milyar
163	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Magelang	25 juta - 50 juta
164	Perempuan	Jasa	Kabupaten Banjarnegara	25 juta - 50 juta
165	Laki-laki	Jasa	Kabupaten Klaten	100 juta - 200 juta
166	Perempuan	Retail	Kabupaten Klaten	100 juta - 200 juta
167	Perempuan	Kerajinan	Kota Surakarta	25 juta - 50 juta
168	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
169	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
170	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
171	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
172	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	200 juta - 500 juta
173	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
174	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
175	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
176	Perempuan	Fashion	Kabupaten Magelang	25 juta - 50 juta
177	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Magelang	100 juta - 200 juta
178	Perempuan	Fashion	Kota Pekalongan	100 juta - 200 juta
179	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Boyolali	25 juta - 50 juta

180	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
181	Laki-laki	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
182	Laki-laki	Kuliner	Kota Surakarta	1 Milyar - 2,5 Milyar
183	Laki-laki	Fashion	Kota Semarang	100 juta - 200 juta
184	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
185	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
186	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
187	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
188	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
189	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
190	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Banyumas	Kurang dari 25 juta
191	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
192	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
193	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
194	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
195	Perempuan	Fashion	Kota Surakarta	25 juta - 50 juta
196	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	200 juta - 500 juta
197	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	1 Milyar - 2,5 Milyar
198	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
199	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	25 juta - 50 juta
200	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Klaten	76 juta - 100 juta
201	Laki-laki	Kuliner	Kabupaten Klaten	1 Milyar - 2,5 Milyar
202	Perempuan	Kuliner	Kabupaten Klaten	25 juta - 50 juta
203	Perempuan	Kuliner	Kota Semarang	76 juta - 100 juta
204	Perempuan	Kuliner	Kota Surakarta	51 juta - 75 juta
205	Laki-laki	Kuliner	Kota Semarang	Kurang dari 25 juta
206	Laki-laki	Fashion	Kota Pekalongan	1 Milyar - 2,5 Milyar
207	Laki-laki	Properti	Kabupaten Kebumen	1 Milyar - 2,5 Milyar
208	Laki-laki	Properti	Kabupaten Banyumas	500 juta - 1 Milyar
209	Laki-laki	Agribisnis	Kabupaten Banjarnegara	500 juta - 1 Milyar
210	Laki-laki	Agribisnis	Kota Semarang	7,5 Milyar - 15 Milyar