

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum UMKM

2.1.1. Definisi dan karakteristik UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah singkatan dari ini. Dalam melakukannya, UMKM menggunakan prinsip-prinsip seperti keadilan yang efisien, kebersamaan, ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan dan keberlanjutan, dan kesatuan ekonomi nasional. Hari UMKM Nasional diperingati setiap tanggal 31 Maret di Indonesia.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) saat ini mendapat perhatian dan keistimewaan undang-undang. Ini termasuk kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan dalam persyaratan izin usaha, bantuan dari lembaga pemerintah untuk pengembangan usaha, dan banyak lagi. Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang memainkan peran penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari segi jumlah usaha maupun jumlah lapangan kerja yang diciptakan.

Dari data SiBakul Jogja jumlah UMKM Per Lokasi Usaha Tahun 2024 dari Blog SiBakul Jogja. Dari kelima Lokasi jumlah UMKM terbanyak berada di Kabupaten Sleman sebanyak 133.138 kedua Kabupaten Bantul 86.986 ketiga di Kabupaten Gunungkidul 53.960, dan 2 kabupaten terbawah atau yang paling sedikit UMKMnya adalah Kabupaten Kulon Progo 36.141 dan Kota Yogyakarta 32.793. (Deni, n.d.)

2.1.2. Peran UMKM dalam perekonomian lokal dan nasional.

Selama bertahun-tahun, UMKM telah menjadi pilar ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia. Di banyak negara, terutama di sektor informal, UMKM sering menjadi penghasil lapangan kerja terbesar. UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. UMKM membantu menurunkan tingkat pengangguran, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan memberikan akses ekonomi kepada mereka yang kurang beruntung dengan mempekerjakan penduduk lokal.

Dalam beberapa kasus, usaha kecil dan menengah (UMKM) juga menawarkan peluang pekerjaan kepada kelompok terpinggirkan seperti perempuan, kaum muda, atau komunitas adat. Selain itu, usaha kecil dan menengah (UMKM) mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. UMKM merupakan bagian besar pendapatan masyarakat di banyak negara. Dengan menghasilkan barang dan jasa, berkontribusi pada pembayaran pajak, dan pengembangan infrastruktur, UMKM menciptakan nilai tambah dalam perekonomian. (Vinatra, 2023)

2.1.3. Tantangan yang dihadapi UMKM, khususnya dalam digitalisasi.

1. Perubahan dalam layanan pelanggan

Layanan yang semula offline berubah menjadi online menjadi suatu tantangan bagi pelaku UMKM.

2. Infrastruktur digital kurang memadai

Indonesia masih mengalami ketimpangan internet karena infrastruktur jaringan tidak tersebar merata, menjadi hambatan besar dalam proses digitalisasi UMKM karena tidak memiliki akses internet.

3. Adaptasi Layanan Usaha secara *Omnichannel*

Pelanggan berpindah dari saluran ke saluran lainnya saat melakukan pembelian, melihat situs web bisnis, menelusuri sosial media, atau membaca rekomendasi produk dan layanan dari internet. Tren strategi pemasaran dan penjualan yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi dan distribusi (*omnichannel*) terus bertambah seiring digitalisasi UMKM berkembang.

4. Adaptasi dengan perubahan

Investasi teknologi terbaru dan menciptakan peran baru dalam melengkapi jalannya UMKM, berpikir bahwa teknologi menciptakan peran baru dalam melengkapi jalannya UMKM, dan berinvestasi dalam strategi digital dan mempertahankan pola pikir kepemimpinan.

5. Transaksi Pembayaran *Online* Masih Dianggap Sulit Diadakan

Digitalisasi UMKM mengharuskan semua UMKM untuk melakukan transaksi online non-konvensional, yang menawarkan manfaat signifikan bagi banyak pelanggan UMKM, tetapi memastikan keberhasilan memerlukan pendekatan yang sesuai dan efisien. (Shafira, 2024)

Dalam konteks adopsi platform seperti SiBakul, tantangan ini dapat termanifestasi dalam bentuk persepsi negatif terhadap kemudahan penggunaan jika UMKM merasa kesulitan dalam mengoperasikan fitur-fitur digital atau kurangnya infrastruktur internet yang stabil. Selain itu, jika UMKM tidak melihat peningkatan signifikan dalam efisiensi atau penjualan setelah menggunakan SiBakul, hal ini dapat menurunkan persepsi kegunaan mereka terhadap aplikasi tersebut.

2.2. Sistem Informasi dalam Pengembangan UMKM

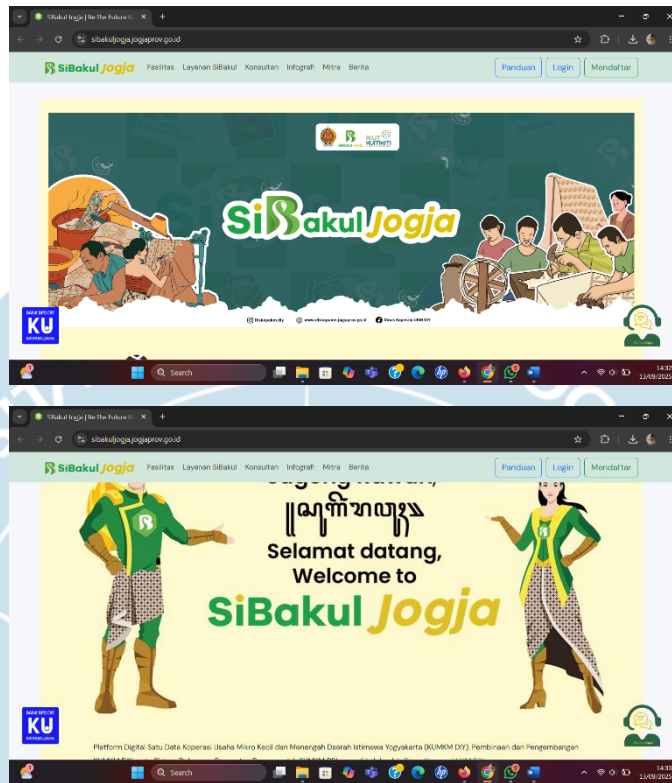
2.2.1. Konsep sistem informasi dalam bisnis.

Sistem informasi bisnis adalah kumpulan perangkat lunak dan teknologi informasi yang digunakan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menyimpan informasi tentang perusahaan. Sistem informasi bisnis juga membantu manajemen membuat keputusan strategis. Sistem informasi sangat penting dalam dunia bisnis karena hal-hal harus berubah untuk mengikuti zaman, seperti mengubah toko *offline* menjadi *online*.

2.2.2. Manfaat penggunaan sistem informasi bagi UMKM.

Banyak manfaat yang ditawarkan oleh sistem informasi (SI) kepada UMKM, termasuk peningkatan efisiensi operasional, jangkauan pasar yang diperluas, kualitas produk dan layanan yang lebih baik, dan pengambilan keputusan yang lebih akurat. Sistem informasi juga dapat membantu UMKM mengelola keuangan, pemasaran, inventaris, dan layanan pelanggan secara lebih efisien. (Firdaus, 2024) SIBAKUL (Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta).

2.2.3. Gambaran umum tentang SIBAKUL

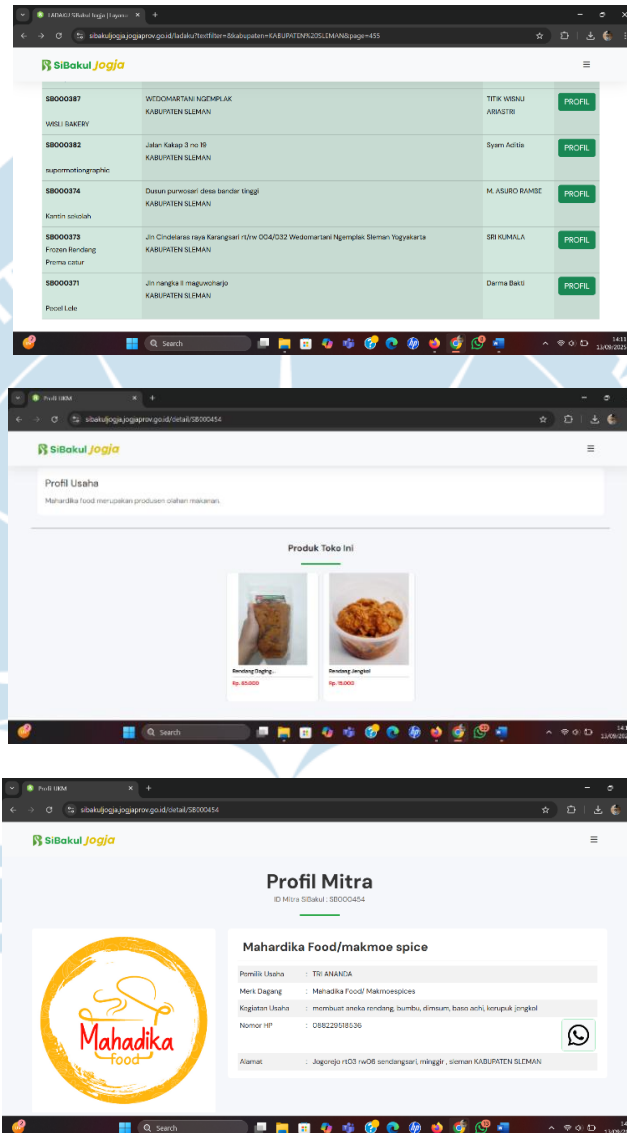


Sumber <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/>

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (DIY) membuat program inovasi digital bernama SiBakul Jogja untuk mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui transformasi digital. Program ini berfungsi sebagai platform untuk pendataan, pembinaan, dan peningkatan daya saing UMKM di DIY. SiBakul Jogja memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan berbagai macam barang dan jasa yang dimiliki dan dikenal oleh masyarakat.

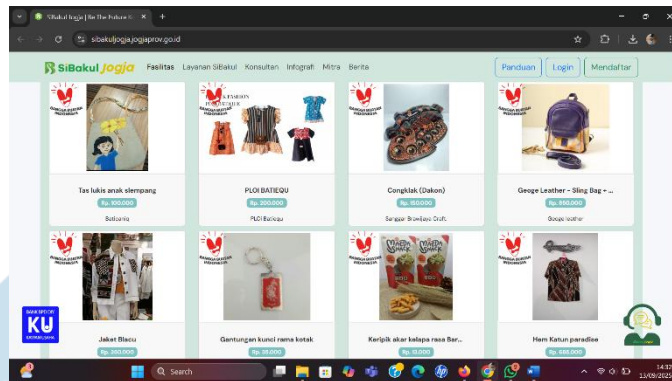
2.2.4. Fitur Utama SiBakul Jogja:

1. Pendataan UMKM: Sumber web LADAKU SiBakul Jogja



SiBakul berfungsi sebagai sistem pendataan yang komprehensif untuk UMKM DIY, memberikan informasi tentang jenis usaha, sertifikasi, dan daya saing.

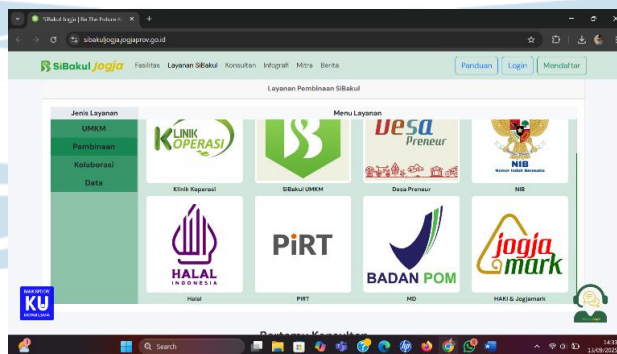
2. Katalog Produk:



Sumber <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/>

SiBakul menawarkan platform bagi UMKM untuk menampilkan produk mereka secara digital, membuat pelanggan lebih mudah menemukan dan membeli barang mereka.

3. Program Pelatihan:



Sumber <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/>

SiBakul menyediakan berbagai program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam berbagai bidang bisnis, seperti manajemen, pemasaran, dan keuangan.

4. Akses Layanan Keuangan:

Melalui integrasi dengan SIKP, SiBakul berupaya meningkatkan akses UMKM ke layanan keuangan seperti kredit usaha rakyat.

2.2.5. Manfaat SiBakul bagi UMKM:

1. Peningkatan Daya Saing: SiBakul membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka dengan menawarkan pelatihan, transformasi digital, dan akses ke layanan keuangan.
2. Perluasan Pasar: Platform digital SiBakul memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar online dan global.
3. Pengembangan Usaha: SiBakul membantu UMKM mengembangkan usahanya dengan berbagai fasilitas, seperti pelatihan, pendampingan, dan akses ke pembiayaan.
4. Pendataan yang Akurat: SiBakul membantu pemerintah mendata UMKM secara akurat, yang memungkinkan program pemerintah untuk mencapai lebih banyak orang.
5. Keterbukaan: SiBakul dimaksudkan untuk menjadi inklusif dan dapat menjangkau berbagai jenis UMKM, termasuk kelompok yang berpendapatan rendah dan marginal.

2.2.6. Tantangan dalam penerapan SIBAKUL di Sleman.

Menurut Srie Nurkyatsiwi, kepala Dinkop UKM DIY, beberapa tantangan yang dihadapi termasuk foto produk dan kemasan, serta konsistensi. Tantangan ini secara langsung dapat memengaruhi *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) dari SiBakul. Misalnya, jika UMKM kesulitan dalam mengunggah foto produk berkualitas atau mengelola inventaris secara konsisten, hal ini dapat menurunkan persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan aplikasi. Demikian pula, jika kualitas produk atau kemasan yang ditampilkan di SiBakul tidak menarik, UMKM mungkin tidak merasakan manfaat peningkatan penjualan, sehingga menurunkan persepsi kegunaan aplikasi.

2.2.7. Kendala yang dihadapi UMKM

Menurut (Jabawidhiartha, et al, 2024) hasil wawancara dengan pemilik ecopi (UMKM yang lahir pada akhir tahun 2020 sesaat sebelum penerapan PPKM di DIY) menunjukkan beberapa kendala, antara lain:

1. Sosialisasi Markethub SiBakul Jogja masih rendah, sehingga masih belum banyak masyarakat yang mengetahui produk-produk yang ditawarkan. Berbeda dengan Tokopedia, Lazada, dan Shopee, Markethub SiBakul Jogja belum melakukan sosialisasi dan promosi melalui media sosial yang terkoneksi secara langsung melalui iklan.
2. Infrastruktur teknologi informasi salah satu hambatan dalam promosi Markethub SiBakul Jogja. Sementara penjualan melalui Market Hub Si Bakul Jogja sangat bergantung pada internet, penjualan melalui aplikasi SiBakul Jogja sering terganggu karena overload server yang dimiliki oleh Dinas Kominfo DIY.

3. Inovasi Promosi: SiBakul Jogja di media sosial hanya berfokus pada kegiatan atau event yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY. Namun, belum ada promosi yang berkaitan dengan produk UMKM yang dijual melalui Market Hub SiBakul Jogja sendiri. Akibatnya, para UMKM sendiri yang melakukan promosi produk mereka melalui media sosial mereka sendiri. Karena program ongkos kirim gratis sangat terbatas, banyak pelanggan membatalkan pembelian mereka karena tidak memiliki kuota ongkos kirim gratis.
4. Operator SiBakul masih bertanggung jawab atas mekanisme pengajuan bebas ongkos kirim. Karena itu, pengajuan bebas ongkos kirim tidak dapat dilakukan secara instan, karena penjual harus mengajukan bebas ongkos kirim kepada mereka sebelum pengiriman. Hal ini berdampak pada waktu tunggu pembeli.

2.3. Model Keberhasilan Sistem Informasi TAM

2.3.1. Penjelasan tentang model TAM

Model **TAM (Technology Acceptance Model)** dikembangkan oleh **Fred Davis** pada tahun 1986 dalam disertasinya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*". Model ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM memiliki dua sisi yaitu sisi pertama yang terdiri atas kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived ease to use*) dan sisi kedua yang terdiri dari *attitude toward using* (sikap penggunaan), *Behavioral Intention to Use* (minat penggunaan) dan *actual use* (Penggunaan secara nyata). TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap pengguna teknologi baru (Firdaus et al., 2022).

2.3.2. Konstruk-konstruk dalam TAM meliputi:

1. **Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan efektivitas dan kualitas kinerjanya.

2. **Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)** Menggambarkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak akan membutuhkan banyak usaha.

3. **Sikap terhadap Penggunaan Teknologi (*Attitude Towards Using Technology*)**

Menunjukkan respon atau perasaan individu terhadap penggunaan teknologi, baik berupa penerimaan maupun penolakan.

4. **Niat Perilaku untuk Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)** Merupakan dorongan atau tekad seseorang untuk menggunakan teknologi. Seseorang cenderung akan melakukan suatu tindakan jika ia memiliki niat yang kuat.

5. **Penggunaan Teknologi secara Nyata (*Actual Technology Use*)** Menggambarkan tindakan nyata dalam memanfaatkan teknologi, yaitu frekuensi dan intensitas seseorang menggunakan sistem teknologi informasi tersebut.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Menurut Davis (1989), Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini sejalan dengan pendapat Ilham et al. (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan dikaitkan dengan manfaat yang dapat diperoleh individu

dari penggunaan teknologi informasi.

Indikator utama kegunaan dalam TAM meliputi:

- a. Peningkatan efektivitas: Teknologi membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih cepat dan akurat.
- b. Memenuhi kebutuhan: Teknologi menyediakan fitur dan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam menyelesaikan tugas.
- c. Peningkatan kinerja: Teknologi membantu pengguna mencapai hasil yang lebih baik dalam pekerjaannya.
- d. Peningkatan efisiensi: Teknologi menghemat waktu dan sumber daya pengguna dalam menyelesaikan tugas.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan untuk menemukan apa yang mereka inginkan (Wang dan Chou, 2014). Hal ini sejalan dengan definisi Gagatani (2001) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan adalah tingkat atau kondisi di mana seseorang percaya bahwa menerapkan sistem tertentu dapat mempermudah pekerjaannya.

Beberapa indikator utama kemudahan penggunaan dalam TAM meliputi:

- a. Kemudahan penggunaan: Sistem mudah digunakan dan dioperasikan, bahkan bagi pengguna yang tidak berpengalaman.
- b. Kemudahan dipahami: Sistem memiliki antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami, dengan instruksi yang jelas dan mudah diikuti.

- c. Kemudahan interaksi: Sistem memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan mudah dan efisien, baik dengan sistem itu sendiri maupun dengan orang lain yang menggunakannya.

Sikap terhadap Penggunaan Teknologi (*Attitude Towards Using Technology*)

Attitude toward using dalam TAM dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbetuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1993).

Indikator sikap terhadap penggunaan teknologi meliputi:

- a. Sikap penerimaan terhadap sistem
- b. Tidak membosankan
- c. Menikmati penggunaan
- d. Perasaan

Niat Perilaku untuk Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)

Hermawan (2008) dalam Suseno (2009) mendefinisikan minat perilaku menggunakan teknologi sebagai minat (keinginan) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Tingkat penggunaan teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut.

Indikator minat perilaku pengguna meliputi:

- a. Motivasi tetap menggunakan
- b. Pilihan utama dalam menggunakan
- c. Keinginan menggunakan sistem secara sering

- d. Memotivasi ke pengguna lain. **Penggunaan Teknologi secara Nyata (*Actual Technology Use*)**

Penggunaan teknologi secara nyata adalah sebuah perilaku nyata dalam mengadopsi suatu sistem. *Actual system usage* diartikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata (Davis, 1989). Actual system usage dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Wibowo, 2006).

Indikator penggunaan teknologi secara nyata:

- a. Frekuensi penggunaan
- b. Durasi penggunaan
- c. Penggunaan teknologi sesungguhnya
- d. Kepuasan pengguna

Tabel 1 – Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1.	(Sebayang, 2024)	X1: Persepsi Kemudahan X2: Persepsi Kemanfaatan X3: Sikap Menggunakan X4: Minat Menggunakan X5: Penggunaan yang Sesungguhnya Terhadap Y: Penerimaan pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi SiBakul Jogja.	Pelaku UMKM yang sudah terdaftar di SiBakul Jogja di Dinas Koperasi dan UKM DIY	Variabel persepsi kemudahan, variable persepsi kemanfaatan, dan variabel minat menggunakan memiliki penerimaan yang sangat baik. Variabel sikap menggunakan dan variabel penggunaan yang sesungguhnya memiliki penerimaan yang baik. variabel persepsi kemanfaatan penerimaannya paling tinggi dikarenakan SiBakul Jogja memiliki banyak manfaat yang bisa didapatkan oleh pelaku UMKM DIY yang telah bergabung dengan platform tersebut.
2.	(Titisari, 2021)	X1: Persepsi Kemudahan X2: Persepsi Kemanfaatan Y: Niat Menggunakan	PELAKU UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY	Terdapat dua variabel yang mendapatkan tanggapan penuh dan positif oleh para pelaku UKM atau responden yaitu pada variabel “Kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM pada teknologi SiBakul MarketHub” dan “Kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM SiBakul MarketHub”.

				Ada variabel yang tidak disetujui yaitu “Niat pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub”.
3.	(Hamidah, 2024)	X1: Persepsi Kemudahan X2: Persepsi Kemanfaatan Y: Niat Menggunakan	Pelaku UKM yang tersebar di DIY dan sudah terdaftar pada aplikasi SiBakul Jogja.	Kegunaan dan kemudahan penggunaan memiliki nilai tinggi. Niat menggunakan juga disetujui.
4.	(Erlangga, A.S., 2018)	X1: Persepsi kemudahan penggunaan. X2: Persepsi kemanfaatan. X3: Kepercayaan terhadap aplikasi media sosial. Y: Sikap terhadap penggunaan media sosial (<i>Attitude</i>)	Semua mahasiswa pengguna aplikasi media sosial Instagram di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, yang jumlahnya sulit diketahui karena belum ada rekapan data yang pasti.	Hubungan antara ketiga variabel yaitu variabel kemudahan, variabel kegunaan dan variabel <i>Trust</i> sangat berpengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi Instagram.
5.	(Desi, P., 2020)	X1: Persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi. X2: Persepsi kegunaan atau manfaat dari penggunaan aplikasi.	Pengguna aplikasi belanja online XYZ	1. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan penggunaan. 2. Persepsi kegunaan penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan

		X3: Sikap terhadap penggunaan teknologi (aplikasi XYZ). X4: Niat untuk menggunakan aplikasi XYZ. Y: Penggunaan teknologi sesungguhnya.		aplikasi belanja online XYZ. 3. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi belanja online XYZ. 4. Persepsi kegunaan penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap perilaku keinginan untuk menggunakan. 5. Persepsi kegunaan penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap pemakaian teknologi sesungguhnya. 6. Sikap terhadap penggunaan aplikasi belanja <i>online</i> XYZ berpengaruh positif terhadap perilaku keinginan untuk menggunakan. 7. Perilaku keinginan untuk menggunakan berpengaruh positif terhadap pemakaian teknologi sesungguhnya.
6.	(Mifta, A.S., 2022)	X1: Persepsi Kemudahan X2: Persepsi Kebermanfaatan	Pengguna aplikasi DANA di Kota Jambi yang telah	1. Persepsi Kegunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan.

		Y: Penerimaan Teknologi INLIS Lite oleh Pegawai	menggunakan aplikasi tersebut minimal tiga kali untuk bertransaksi.	2. Persepsi Kegunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan. 3. Persepsi Kemudahan pada aplikasi DANA terbukti berpengaruh signifikan terhadap Sikap Penggunaan. 4. Persepsi Kemudahan pada aplikasi DANA tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan. 5. Sikap Penggunaan pada aplikasi DANA terbukti berpengaruh terhadap Minat Perilaku Penggunaan. 6. Minat Penggunaan pada aplikasi DANA terbukti berpengaruh terhadap penggunaan secara nyata.
7.	(Putu Adi, G.P., 2018)	X1: Persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem informasi bazaar banjar. X2:Persepsi manfaat/kegunaan sistem informasi bagi pengguna dalam menyelesaikan tugas.	Pengguna internal sistem informasi di lingkungan Banjar Delodpasar, yaitu pengelola atau panitia kegiatan bazaar yang melakukan transaksi dan pelaporan keuangan secara digital menggunakan aplikasi tersebut.	1. Pengaruh kemudahan terhadap manfaat Ditolak. Artinya, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat sistem. 2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penerimaan Ditolak. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna terhadap sistem.

		X3: Sikap pengguna terhadap penggunaan sistem informasi, baik positif maupun negatif. Y: Penerimaan nyata pengguna terhadap sistem.		3. Pengaruh manfaat terhadap Attitude sikap penerimaan Diterima. Artinya, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap penerimaan atau penolakan terhadap sistem. 4. Pengaruh manfaat terhadap niat dan kepuasan penggunaan Ditolak. Artinya, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan kepuasan dalam menggunakan sistem.
8.	(Erina, N., 2021)	X1: Persepsi Kemudahan Penggunaan X2: Persepsi Kegunaan Z: Niat Menggunakan Y: Penggunaan secara nyata Sistem	Pengguna aplikasi LinkAja di GraPARI Telkom Group Medan, yaitu konsumen/pengunjung yang datang ke GraPARI.	1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi kegunaan pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan. 2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan. 3. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat menggunakan pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.

				4. Niat Menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan secara nyata aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan. 5. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Penggunaan secara langsung melalui Niat Menggunakan sebagai variabel intervening pada aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan.
9.	(Nurul, H., n.d.)	X1: Persepsi Kemudahan Penggunaan X2: Persepsi Kegunaan Y: Sikap Pengguna	Mahasiswa UNISS Kendal yang telah menggunakan sistem e-library berbasis web.	H1: Persepsi kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Pengguna (Y) Diterima. H2: Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Sikap Pengguna (Y) Diterima. H3: Persepsi Kegunaan dan Kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Pengguna (Y) Diterima.

10.	(Bebas, W., 2023)	X1: persepsi kemudahan persepsi kemanfaatan X3: sikap terhadap penggunaan X4: niat untuk menggunakan Y: kondisi nyata penggunaan sistem informasi akademik.	Mahasiswa pengguna website Sistem Informasi Akademik (Siakad Online).	1. Kemudahan terhadap kemanfaatan Hasil: Hipotesis diterima, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi kemanfaatan. 2. Kemudahan terhadap Kondisi nyata penggunaan Hasil: Hipotesis diterima, artinya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. 3. Kemanfaatan terhadap Kondisi nyata penggunaan Hasil: Hipotesis diterima, artinya persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. 4. Kemanfaatan terhadap Niat untuk menggunakan Hasil: Hipotesis diterima, artinya persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan positif terhadap niat untuk menggunakan sistem. 5. Kondisi nyata penggunaan terhadap Niat untuk
-----	-------------------	--	--	--

				menggunakan Hasil: Hipotesis ditolak, artinya sikap penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan sistem. 6. Niat untuk menggunakan terhadap Kondisi nyata penggunaan Hasil: Hipotesis diterima, menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan sistem berpengaruh signifikan positif terhadap kondisi nyata penggunaan sistem.
--	--	--	--	---

Kerangka Pemikiran

Dalam upaya meningkatkan penerimaan sistem informasi digital oleh pelaku UMKM, seperti SiBakul Jogja, diperlukan pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam mengadopsi teknologi tersebut. Menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, dan niat perilaku menggunakan terhadap penggunaan secara nyata. Persepsi bahwa sistem mudah digunakan dan bermanfaat akan membentuk sikap positif pengguna. Sikap ini kemudian memengaruhi niat untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan, yang akhirnya mendorong terjadinya penggunaan nyata dalam aktivitas sehari-hari.

Rumusan hipotesis

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Desi, P., 2020) membuktikan bahwa Persepsi kegunaan penggunaan aplikasi belanja *online XYZ berpengaruh positif* terhadap pemakaian teknologi sesungguhnya. Didukung oleh penelitian (Bebas, W., 2023) Kemanfaatan terhadap Kondisi nyata penggunaan Hasil: Hipotesis **diterima**, artinya persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kegunaan terhadap penggunaan secara nyata.

2. Pada Penelitian Erlangga (2018) persepsi kemudahan memiliki **pengaruh positif** terhadap sikap dan Penggunaan secara nyata teknologi. (Nurul, H., n.d.) Persepsi Kemudahan (X2) **berpengaruh signifikan** terhadap Sikap Pengguna (Y) Diterima.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan (Putu Adi, G.P., 2018) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penerimaan **Ditolak**. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna terhadap sistem. Dengan adanya perbedaan berikut, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan secara nyata.

3. (Sebayang, 2024) Variabel sikap menggunakan terhadap variabel penggunaan yang sesungguhnya memiliki **penerimaan yang baik**. Dari hasil penelitian terdahulu itu, penelitian ini akan menguji kembali apakah variabel sikap menggunakan berpengaruh terhadap penggunaan secara nyata dengan hipotesis berikut:

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap penggunaan terhadap penggunaan secara nyata.

4. Penelitian yang dilakukan (Mifta, A.S., 2022) Minat Penggunaan pada aplikasi DANA terbukti **berpengaruh** terhadap Penggunaan secara nyata. (Erina, N., 2021) Niat Menggunakan **berpengaruh positif** dan signifikan terhadap Penggunaan secara nyata aplikasi Linkaja di GraPARI Telkom Group Medan. Terdapat pula penolakan variabel atau **tidak disetujui** yaitu Niat pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub (Sebayang, 2024). Sehingga dapat membuat hipotesis berikut:

H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan niat perilaku menggunakan terhadap penggunaan secara nyata.