

TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL SEBAGAI PREDICTED THEORY PADA PEMANFAATAN TEKNOLOGI UMKM DI ERA NEW NORMAL

Rezky Pramurindra¹, Dzikria Afifah Primala², Pretisila Kartika Putri³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

²Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

³Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi, Indonesia

Email Corresponding Author: rezky.pramurindra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi. Penelitian menggunakan teori TAM untuk mengidentifikasi faktor-faktor determinan yang berpengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*) UMKM untuk menggunakan teknologi. Apakah persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan *attitude toward using* mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) UMKM untuk menggunakan teknologi. Pengujian data dalam penelitian menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*. Populasi penelitian meliputi seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Banyumas. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memperoleh sampel yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Data penelitian primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital*; (2) *Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologidigital*; (3) *Attitude Toward Using berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM*.

Kata Kunci: *Perceived of usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, intention to use*

Abstract

This study aims to examine the factors that influence the behavior of SMEs in using technology. The study uses TAM theory to identify the determinant factors that affect the acceptance of MSMEs to use technology. Do the perceived usefulness, perceived ease of use and attitude toward using have an influence on the behavioral intention of SMEs to use technology? Testing the data in the study using the Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS) analysis method. The research population includes all Micro, Small and Medium Enterprises in Banyumas Regency. Purposive sampling technique was used to obtain samples that met the predetermined criteria. The primary research data used in the study were obtained through a questionnaire. The results of the study show that: (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on the attitude of SMEs to use digital technology; (2) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on the attitude of MSMEs to use digital technology; (3) Attitude Toward Using has a positive and significant effect on the use of digital technology by MSMEs.

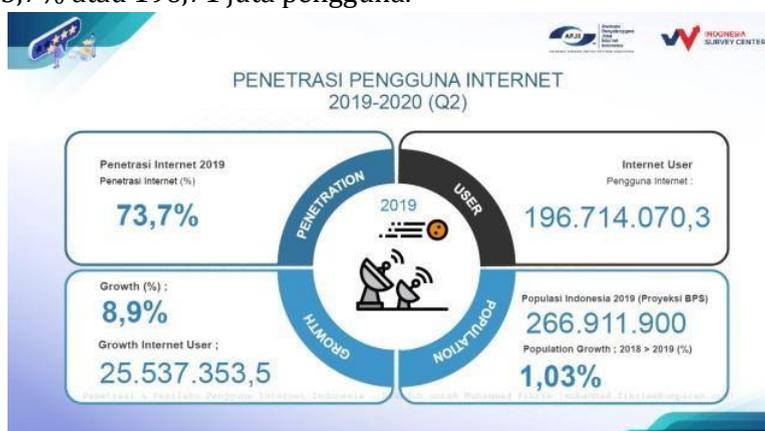
Keywords: *Perceived of usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, intention to use*

PENDAHULUAN

Pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terus berkembang sebagai pilar ekonomi nasional (Bank Indonesia, 2015). Pengembangan UMKM memiliki irisan antara mendorong pertumbuhan ekonomi lebih produktif dan pembangunan ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat (Purwono, 2018). Pemerintah telah berupaya untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM melalui program kredit usaha rakyat (KUR), pemberian fasilitas subsidi bunga dalam pembiayaan ekspor, serta penurunan tarif pajak penghasilan (PPH) final UMKM dari semula 1% menjadi 0,5% (Robiani, 2018). Kebijakan tersebut diharapkan dapat memperlebar kemampuan permodalan pelaku usaha UMKM sehingga dapat meningkatkan produksi, mendorong dayakreasi dan inovasi serta memperluas akses pasar (Robiani, 2018).

Ditengah upaya pemberdayaan UMKM, munculnya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 telah berdampak negatif terhadap kelangsungan usaha UMKM. Kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) telah berdampak terhadap menurunnya kinerja ekonomi. Laju pertumbuhan ekonomi triwulan I tahun 2020 hanya mencapai 2,97 persen (y-o-y) dan kembali menurun signifikan pada triwulan II tahun 2020 yang tumbuh minus 5,32 persen (y-o-y). Data survei Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa 84,20% UMKM mengalami penurunan pendapatan, bahkan 8,76% telah berhenti beroperasi. Sementara, 55% pelaku usaha memperkirakan hanya dapat bertahan maksimal 3 bulan dengan sektor usaha paling terdampak yaitu penyedia akomodasi makan minum, transportasi dan pergudangan serta jasa lainnya. Oleh karena itu, Pemerintah berusaha menggerakkan dunia usaha melalui pemberian insentif dan stimulus kepada UMKM (Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan, 2020): Restrukturisasi Kredit dan Subsidi Bunga, Insentif Perpajakan, Pelonggaran Program Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan Program Bantuan Presiden (Banpres) Produktif Usaha Mikro.

Pandemi covid-19 yang masih terus berlangsung menuntut UMKM untuk berbenah, melakukan perubahan untuk dapat bertahan di era *new normal* (Soetjipto, 2020). Melalui program UMKM Go Digital dan *e-Smart* IKM, pemerintah terus berupaya mendorong UMKM untuk berinovasi dan bertransformasi memanfaatkan teknologi dan informasi (www.kominfo.go.id). *Work from home* (WFH), pendidikan secara *online*, *physical distancing* menuntut masyarakat untuk lebih banyak berada di rumah. Hal ini membuat kebutuhan akses internet meningkat drastis. Data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 73,7% atau 196,71 juta pengguna.



Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet Era Pandemi Covid-19 (APJII, 2020)

Lebih lanjut data Indonesian *E-commerce Association* (idEA) dan *We Are Social* menunjukkan bahwa selama pandemi, belanja online di Indonesia mengalami peningkatan 30% (www.idea.or.id). Momentum ini harus dimanfaatkan pelaku UMKM untuk melakukan transformasi usaha konvensional melalui platform digital.

Data Kementerian Koperasi dan UKM melansir bahwa hanya 8% atau sekitar 3,79 juta UMKM dari total pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan platform bisnis online (www.kominfo.go.id). Data ini menunjukkan masih rendahnya penerimaan pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi. Perlu adanya upaya dan dukungan berbagai *stakeholder* untuk meningkatkan akselerasi transformasi digital para pelaku UMKM. UMKM sebagai pilar ekonomi kerakyatan harus selalu didorong untuk berkembang, adaptif dan inovatif terhadap perkembangan dan tuntutan persaingan. Oleh karena itu, menjadi urgensi untuk dilakukan penelitian mengenai faktor determinan yang mempengaruhi perilaku UMKM untuk menggunakan teknologi.

Davis (1989) menyatakan bahwa TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan teori psikologi yang dapat menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) seseorang terhadap suatu sistem informasi atau teknologi. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi (Jogiyanto, 2008). Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Hasil penelitian Mahwadha (2019), Nangi and Sukaatmadja (2015), Fuad et al (2018), Mahardhika (2019), Assegaff (2017) serta Alza and Rikumahu (2019) telah membuktikan bahwa *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Hasil penelitian Mahardhika (2019), Fuad et al (2018), Hermanto and Patmawati (2017) menunjukkan bahwa individu akan merasa bahwa suatu sistem informasi bermanfaat *apabila* individu tersebut dapat menjalankan sistem tersebut dengan mudah atau dengan kata lain, *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

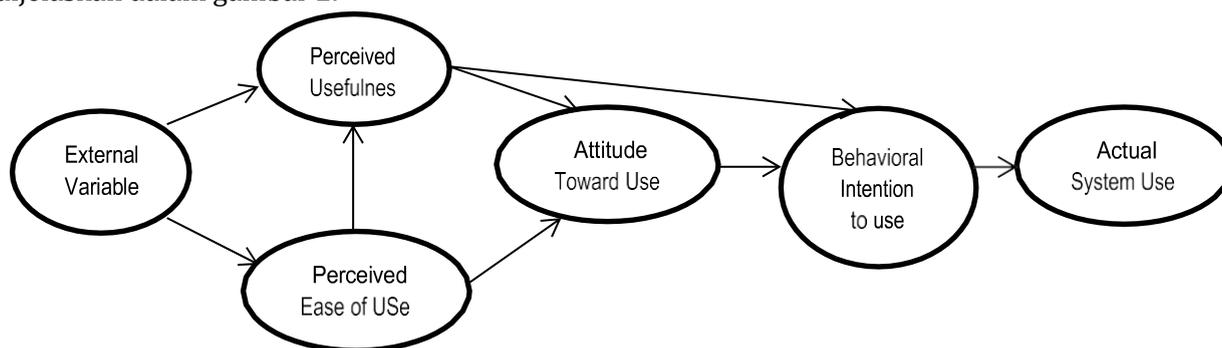
Davis (1989) mendefinisikan *attitude toward using* sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Attitude* dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi informasi. Hasil penelitian Hermanto and Patmawati (2017), Fuad et al (2018) dan Mahwadha (2019) menunjukkan bahwa *attitude toward using* mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use*. Apabila individu atau UMKM memiliki kepercayaan bahwa teknologi mudah digunakan dan memberikan peningkatan terhadap pendapatan atau omzet usaha, maka individu atau UMKM akan menerima dan menggunakan teknologi dalam usahanya. Teori TAM digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian untuk memperoleh bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku atau sikap UMKM dalam penggunaan teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1986) adalah sebuah model penerimaan teknologi oleh manusia yang dikembangkan untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi elemen-elemen apa saja yang mempengaruhi perilaku manusia dalam menerima sebuah teknologi. TAM sendiri awalnya diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986 yang dikembangkan dari teori terdahulu dari bidang psikologi yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)*. TRA pertama kali digagas oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980. TAM pada dasarnya dikembangkan untuk memahami dan memprediksi penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu teknologi tertentu. TAM (Primasari, 2018) dalam konsepnya menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi.

Sejumlah penelitian empiris telah menemukan bahwa TAM secara konsisten menjelaskan sebagian besar varians atau sekitar 40% dalam niat dan perilaku penggunaan sistem informasi teknologi (Anjelina, 2018). Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan bahwa perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi informasi dijelaskan oleh TAM menggunakan dua aspek dari sisi *beliefs*, yaitu (a) *Perceived usefulness* yang didefinisikan sebagai persepsi seorang individu bahwa kinerjanya akan meningkat setelah ia menggunakan teknologi informasi (Thompson, 1991 dalam Lucyanda, 2010); dan (b) *Perceived ease of use* yang didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa seseorang dapat menggunakan suatu teknologi tanpa memerlukan banyak upaya. Model TAM dijelaskan dalam gambar 2.



Gambar 2. Tecnology Acceptance Model (Davis, 1986)

Persepsi kemanfaatan (*Perceive of Usefulness*)

Davis et al (1989) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana para pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem informasi akan meningkatkan performa dan prestasi mereka dalam bekerja. *Perceived usefulness* didefinisikan

sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem informasi atau menggunakan teknologi akan meningkatkan performa kinerjanya (Nangi and Sukaatmadja, 2015). Jika seseorang merasa percaya bahwasistem teknologi informasi berguna maka seseorang itu akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem teknologi informasi kurang berguna maka tidak akan menggunakannya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* merupakan konstruyang paling banyak signifikan dan penting dalam mempengaruhi attitude, intention, dan behavior, dalam menggunakan teknologi informasi dibandingkan dengan konstruk yang lain. Pada penerimaan teknologi informasi oleh para pengguna ditentukan oleh dua tipe motivasi, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Jogiyanto, 2017 dalam Hermanto dan Patmawati, 2017). Pada motivasi intrinsik timbul karena adanya ekspektasi yang dirasakan oleh individu itu sendiri dari hasil berinteraksi dengan sebuah aplikasi sistem teknologi informasi. Sedangkan motivasi ekstrinsik muncul karena adanya ekspektasi atas penggunaan aplikasi sistem teknologi informasi tertentu yang diterima dari luar yaitu penghargaan karena kinerjanya meningkat, dan manfaat teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna dalam melaksanakan tugas serta mengetahui manfaat atau kegunaan positif atas penggunaannya (Thompson, Higgins, and Howel, 1991 dalam Hermanto and Patmawati, 2017).

Persepsi Kemudahan (*Perceive Ease of Use*)

Davis et al (1989) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan dalam penggunaan, yaitu tingkatan dimana para pengguna percaya bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Jogiyanto (2017) mendefinisikan bahwa *perceived ease of use* menunjukkan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaannya. *Perceived ease of use* akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mempelajari atau menggunakan teknologi informasi itu sendiri. Para pengguna percaya bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaannya.

Meskipun seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu aplikasi dapat meningkatkan kinerja mereka, namun kemungkinan mereka akan menemukan aplikasitersebut sulit untuk dikuasai. Suatu aplikasi yang dirasakan lebih mudah oleh seseorang akan lebih mudah diterima oleh para penggunanya. Suatu sistem yang lebih mudah digunakan pada akhirnya menjadi lebih bermanfaat oleh pengguna, sehingga sistem akan memudahkan pengguna untuk menyelesaikan tugas yang lebih banyak dibandingkan dengan sistem yang lebih sulit (Venkantesh and Morris, 2000). Hal ini akan berdampak pada perilaku pengguna sistem teknologi informasi (Amijaya, 2010).

Attitude Toward Using

Davis (1989) mendefinisikan *attitude toward using* sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Sikap menyatakan apa yang kita sukai atau tidak kita sukai, yang terdiri atas beberapa unsur diantaranya kognitif atau cara pandang seseorang, afektif, dan komponen-komponen lain yang berkaitan dengan perilaku seseorang. Kognitif merupakan representasi atas sesuatu yang dipercayai oleh individu pemilik sikap, sedangkan afektif merupakan aspek emosional atas perasaan pemilik sikap.

Intention to Use

Davis (1989) mendefinisikan minat perilaku atau *intention to use* merupakan kecenderungan atas perilaku pengguna untuk tetap menggunakan suatu sistem teknologi. Tingkat penggunaan teknologi informasi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut. *Intention to use* bisa mewakili tingkatan dimana seseorang bersedia untuk mencoba dan berinvestasi dalam perilaku tertentu atau pada upaya seseorang dalam bersedia mengerahkan semua niatnya untuk tindakan tertentu (Robinson, 2009).

Menurut Triandis (1980), minat perilaku mewakili rencana seseorang atau instruksi diri untuk melakukan suatu hal. Minat perilaku mengacu pada instruksi yang diberikan orang kepada diri mereka sendiri untuk berperilaku dengan cara tertentu dalam situasi tertentu (Osbourne and Clarke, 2006). Pada model keberhasilan sistem teknologi informasi, minat untuk menggunakan teknologi informasi yaitu, keinginan menambah pendukung penggunaan teknologi, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital.

Menurut Jogiyanto (2008), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian Mahwadha (2019) membuktikan bahwa *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nangi and Sukaatmadja (2015), Fuad et al (2018), Mahardhika (2019), Assegaff (2017) serta Alza and Rikumahu (2019). Dengan demikian, hipotesis yang dapat disusun:

H₁: *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk menggunakan

teknologi digital.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital.

Menurut Jogiyanto (2008), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian Mahardhika (2019) menunjukkan bahwa individu akan merasa bahwa suatu sistem informasi bermanfaat apabila individu tersebut dapat menjalankan sistem tersebut dengan mudah. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Fuad et al (2018), Hermanto and Patmawati (2017) yang membuktikan bahwa *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Dengan demikian, hipotesis yang dapat disusun:

H₂: *Perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital.

Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM.

Davis (1989) mendefinisikan *attitude toward using* sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bilaseseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Attitude* dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi informasi. Hasil penelitian Davis (1989) membuktikan bahwa *attitude toward using* mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hermanto and Patmawati (2017), Fuad et al (2018) dan Mahwadha (2019) yang menunjukkan bahwa *attitude toward using* mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use*. Dengan demikian, hipotesis yang dapat disusun:

H₃: *Attitude toward using* mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku UMKM dalam penggunaan Teknologi. Creswell (2014) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai pendekatan yang bertujuan untuk menguji teori secara obyektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Bryman (2012) mengungkapkan bahwa keunggulan penelitian kuantitatif adalah: (1) Bersifat ilmiah karena menekankan pada angka dalam pengumpulan dan analisis data; (2) Penggunaan metode ilmiah dalam pengumpulan dan analisis data memungkinkan hasil penelitian dapat digeneralisasi.

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi penelitian meliputi seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Banyumas. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengembangan kriteria *purposive sampling* merujuk pada kriteria sebagai berikut: (1)Sampel termasuk dalam kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sesuai dengan UUNo 20 Tahun 2008; (2)Sampel merupakan UMKM yang melakukan kegiatan usaha di Kabupaten Banyumas; (3)Sampel merupakan UMKM yang telah menggunakan teknologi informasi dalam kegiatan usaha (*marketplace, platform digital Grab atau Gojek, google my business atauplatform website*).

Jenis dan Sumber Data

Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui kuesioner. Kuesioner terdiri dari dua bagian, bagian pertama yang berisi demografi responden dan bagian kedua terdiri dari pertanyaan tentang aspek-aspek pada *perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, dan intention to use*.

Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Perceived Usefulness

Perceived usefulness merupakan keyakinan akan kemanfaatan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan indikator yang dikembangkan Renny et al (2013) dan Nugroho (2009) dalam Salam (2018), antara lain: (a)Penggunaan sistem teknologi yang efektif dan efisien; (b)Bisa digunakan dan dimanfaatkan dalam meningkatkan produktivitas danefektifitas kinerja pengguna.

Perceived Ease of Use

Perceived ease of use merupakan keyakinan akan kemudahan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi, mudah dipahami, dan mudah dalam pengoperasiannya. Pada penelitian ini, untuk mengukur variabel *perceived ease of use* dilakukan dengan cara menggolongkan beberapa indikator menurut Renny et al (2013) dan Nugroho (2009) dalam Salam (2018): (a)Kemudahan dalam mempelajari teknologi informasi; (b)Kemudahan dalam bertransaksi teknologi informasi; (c) Kemudahan dalam mengingat dan mempelajari langkah-langkah pengoperasian sistem teknologi informasi.

Attitude Toward Using

Davis (1989) mendefinisikan *attitude toward using* sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Variabel *Attitude Toward Using* diukur menggunakan indicator yang dikembangkan dalam penelitian Sulyani (2020).

Intention to Use

Intention to use merupakan tingkatan dimana seseorang bersedia untuk mencoba dan berinvestasi dalam perilaku tertentu atau pada upaya seseorang bersedia mengerahkan semua niatnya untuk tindakan tertentu (Robinson, 2009). Penelitian ini menggunakan 5 item pernyataan yang dikembangkan dalam penelitian Sulyani (2020).

Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berkaitan dengan pengukuran nilai-nilai statistik seperti standar deviasi, *mean*, maksimum dan minimum yang akan memberikan gambaran mengenai perilaku dan distribusi data. Statistik deskriptif mempelajari bagaimana cara data yang digunakan dalam penelitian disusun dan disajikan (Suliyanto, 2011).

Metode Analisis

Pengujian data dalam penelitian menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*. SEM-PLS adalah analisis statistik multivariat yang dapat menganalisis seluruh variabel laten beserta indikator-indikator secara bersama-sama. *Software SmartPLS 3.0* digunakan untuk melakukan uji PLS dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model adalah model pengukuran untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Model ini mendeskripsikan bagaimana hubungan antar variabel laten beserta indikator-indikatornya. Indikator dalam penelitian merupakan ukuran variabel laten yang tidak mempengaruhi variabel tersebut atau yang disebut sebagai model reflektif (Ghozali, 2008). Pengujian *outer model* ini terdiri atas:

Uji Validitas

Uji validitas memberikan ukuran keabsahan atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Pengukuran validitas dengan menggunakan *software SmartPLS* dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Convergent Validity

Convergent Validity diukur berdasarkan korelasi antara item *score* dengan *construct score*. Pengukuran ini dilakukan dengan cara melihat nilai *loading factor* pada tiap indikator. Apabila nilai *loading factor* menunjukkan angka dibawah 0,5 ($\alpha < 0,5$), maka indikator tersebut tidak memiliki korelasi yang cukup dengan konstruk (Ghozali, 2008).

Discriminant validity

Discriminant validity mengukur bagaimana korelasi konstruk dengan indikatornya. Apabila nilai korelasi konstruk lebih besar dibandingkan konstruk lainnya, maka konstruk laten tersebut memprediksi ukuran yang lebih baik, sehingga dapat disimpulkan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik (Ghozali, 2008).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mencerminkan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian menunjukkan konsistensi dan stabilitas. Reliabilitas dievaluasi menggunakan nilai *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* pada setiap konstruk. Jika nilai output *composite reliability* lebih besar dari 0,7 ($\alpha > 0,7$), maka variabel lolos uji reliabilitas (Ghozali, 2008). Nilai output *Cronbach Alpha* dapat diterima apabila lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$), sehingga konstruk dinyatakan reliabel (Ghozali, 2008).

Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural menunjukkan bagaimana hubungan hubungan antara konstruk atau variabel laten berdasarkan teori substantifnya. *Inner model* diukur menggunakan nilai *R-square*. Perubahan nilai *R-square* menunjukkan pengaruh substantif variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Nilai *R-square* yang tinggi mencerminkan semakin baik model dalam memprediksi hubungan kausalitas variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2008).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengevaluasi nilai *t* statistik pada output *path coefficient* setelah dilakukan pengujian *bootstrapping*.

Seperti halnya uji *t*, pengujian hipotesis ini membandingkan antara nilai $t_{\text{statistik}}$ dan t_{tabel} . Apabila nilai $t_{\text{statistik}}$ lebih besar dibandingkan t_{tabel} ($t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kedua konstruk. Tetapi sebaliknya, apabila nilai $t_{\text{statistik}}$ lebih kecil dibandingkan t_{tabel} ($t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$), maka tidak ada pengaruh signifikan antara kedua konstruk. Nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,96 (hipotesis dua ekor atau *twotailed*), dengan tingkat signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menunjukkan rata-rata nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari data penelitian yang memberikan gambaran mengenai distribusi data tersebut. Data diperoleh melalui jawaban responden atas pernyataan dalam instrumen kuesioner. Pengisian kuisisioner dilakukan secara langsung oleh pemilik UMKM, sehingga ketidakpastian pengisian kuisisioner dapat diminimalisir. Namun demikian, adanya beberapa calon responden yang tidak memenuhi kriteria sampel penelitian, responden yang dapat dijadikan sampel berjumlah 52 responden.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

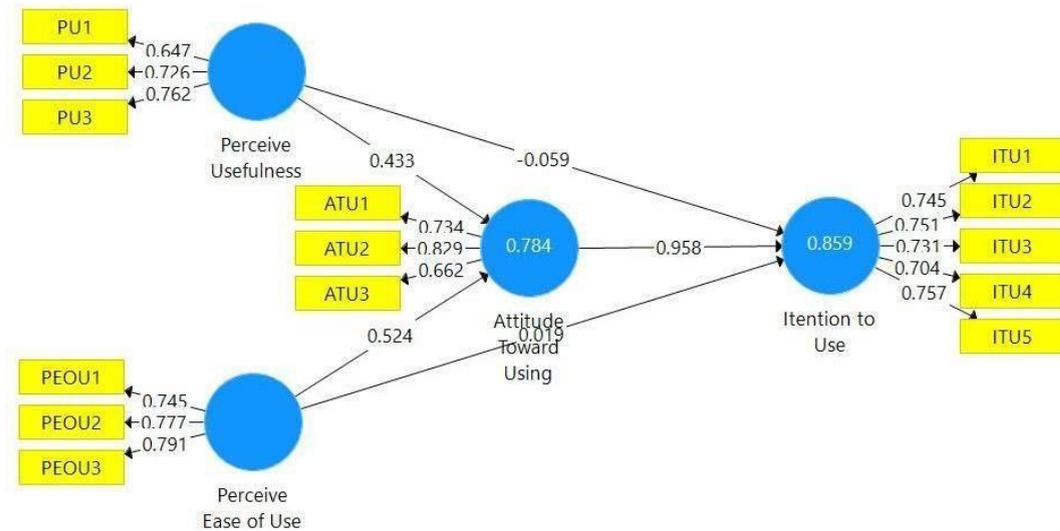
Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
PU	52	7	14	11,06	1,335
PEOU	52	8	15	11,23	1,395
ATU	52	9	15	12,54	1,350
ITU	52	13	24	18,15	2,321

Sumber: Data diolah, 2022

Data pada tabel 1 menunjukkan bahwa variabel *perceived of usefulness* (PU) memiliki kisaran teoritis antara 7-14 dengan nilai rata-rata 11,06 dan standar deviasi sebesar 1,335. Variabel *perceived ease of use* (PEOU) memiliki kisaran teoritis antara 8-15, dengan nilai rata-rata dan standar deviasi masing-masing sebesar 11,23 dan 1,395. Variabel *attitude toward using* (ATU) mempunyai kisaran teoritis antara 9-15 dengan nilai rata-rata 12,54 dan standar deviasi sebesar 1,350. Sedangkan untuk variabel dependen *intention to use* (ITU) mempunyai kisaran teoritis antara 13-24 dengan nilai rata-rata 18,15 dan standar deviasi sebesar 2,321.

Uji Outer Model

Outer model menggambarkan bagaimana konstruk atau variabel laten diukur dengan indikator-indikatornya. Model ini mengukur seberapa besar tingkat validitas dan reliabilitas dari data yang telah dikumpulkan. Output uji outer model dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2 Output Outer Model.

Convergent Validity

Hasil *output SmartPLS 3.0* pada gambar 2 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,50. Nilai *loading factor* dari setiap variabel laten atau konstruk *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using* dan *intention to use* adalah $n > 0,50$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari masing-masing konstruk dinyatakan valid.

Discriminant Validity

Hasil pengujian *discriminant validity* pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* untuk setiap indikator dari masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada ukuran konstruk lainnya. Hal ini berarti bahwa setiap indikator sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 2 Nilai *Discriminant Validity*

	ATU	ITU	PEOU	PU
ATU1	0,734	0,679	0,623	0,620
ATU2	0,829	0,731	0,677	0,682
ATU3	0,662	0,657	0,551	0,483
ITU1	0,698	0,745	0,579	0,541
ITU2	0,702	0,751	0,592	0,613
ITU3	0,655	0,731	0,517	0,463
ITU4	0,675	0,704	0,535	0,398
ITU5	0,684	0,757	0,626	0,657
PEOU1	0,652	0,599	0,745	0,532
PEOU2	0,595	0,581	0,777	0,494
PEOU3	0,673	0,608	0,791	0,614
PU1	0,560	0,446	0,476	0,647

Technology Acceptance Model Sebagai Predicted Theory Pada Pemanfaatan Teknologi UMKM di Era New Normal

PU2	0,521	0,524	0,492	0,726
PU3	0,635	0,574	0,549	0,762

Sumber: Data diolah, 2022

Composite Reability dan Cronbachs Alpha

Tabel 3 *Composite Reability Cronbachs Alpha*

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extrated (AVE)</i>
ATU	0,787	0,554
ITU	0,856	0,544
PEOU	0,815	0,595
PU	0,756	0,509

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel *composite reability* dan *cronbachs alpha* menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria reliabel. Nilai *composite reability* lebih dari 0,7 dan nilai *average variance extrated (AVE)* yang di atas 0,5 pada masing-masing variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using* dan *intention to use*.

Uji Inner Model

Inner model menunjukkan bagaimana hubungan hubungan antara konstruk atau variabel laten berdasarkan teori substantifnya. *Inner model* diukur menggunakan nilai *R-square*.

Tabel 4 Nilai *R-square*

	<i>R Square</i>
ATU	0,784
ITU	0,859

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *R-square* untuk variabel *attitude toward using* dan *intention to use* (ITU) adalah sebesar 0,784 dan 0,859. Hasil ini menjelaskan bahwa variabel *attitude toward using* dipengaruhi oleh variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* sebesar 78,4%. Sedangkan variabel *intention to use* dipengaruhi oleh variabel *attitude toward using* sebesar 85,9%.

Uji Hipotesis

Dasar pengujian hipotesis adalah nilai statistik yang dihasilkan pada output *pathcoefficients* sebagaimana disajikan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 *Path Coefficients*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STERR)</i>	<i>P Values</i>
ATU -> ITU	0,958	0,961	0,103	9,297	0,000
PEOU -> ATU	0,524	0,520	0,068	7,741	0,000
PEOU -> ITU	0,019	0,023	0,100	0,191	0,849
PU -> ATU	0,433	0,436	0,084	5,120	0,000

PU -> ITU	-0.059	-0,068	0,095	0,624	0,533
-----------	--------	--------	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah, 2022

Pengujian Hipotesis 1 (*Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital)

Data pada tabel *path coefficients* menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *attitude toward using* memiliki hubungan positif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,433. Nilai $t_{\text{statistik}}$ sebesar 5,120 yang lebih besar dari 1,96 (hipotesis *two tailed*) mengindikasikan bahwa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*. Hasil ini didukung dengan nilai *p values* 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 diterima**.

Hasil penelitian mendukung temuan penelitian terdahulu seperti Mahwadha (2019), Nangi and Sukaatmadja (2015), Fuad et al (2018), Mahardhika (2019), Assegaff(2017) serta Alza and Rikumahu (2019) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Sikap penerimaan atau penolakan seseorang terhadap teknologi ditentukan berdasarkan persepsi kebermanfaatan yang diberikan oleh teknologi tersebut. Apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi bermanfaat atau berguna, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi kurang atau tidak berguna, maka dia tidak akan menggunakannya.

Kebijakan *Work From Home (WFH)* menuntut masyarakat untuk melakukan aktifitasnya dari rumah. Hal ini meningkatkan kebutuhan masyarakat akan layanan pesan antar makanan (*delivery order*). Platform *grabfood, gofood, shopee food* menyediakan layanan *delivery order* secara online dari penjual kepada pembeli. Para pelaku UMKM menilai bahwa layanan yang diberikan platform *grabfood, gofood, shopee food* akan meningkatkan penjualan atau omzet usaha, sehingga mereka mau untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

Pengujian Hipotesis 2 (*Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital)

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa hubungan variabel *perceived ease of use* dengan *attitude toward using* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,524 dan $t_{\text{statistik}}$ sebesar 7,741. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *attitude toward using*. Nilai *p values* $0,000 < 0,05$ mendukung kesimpulan bahwa hipotesis 2 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardhika (2019), Fuad et al (2018), Hermanto dan Patmawati (2017) yang telah membuktikan bahwa *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward using*. Sikap seseorang untuk menerima atau menolak sebuah teknologi dalam pekerjaannya, bergantung pada kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Apabila teknologi mudah untuk digunakan, maka seseorang akan menggunakan teknologi tersebut, tetapi sebaliknya apabila teknologi sulit untuk digunakan, maka seseorang tidak akan menggunakannya. Marketplace, platform digital Grab atau Gojek memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Adanya panduan atau manual book, video tutorial penggunaan system informasi memudahkan para pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya pada marketplace, platform digital Grab atau Gojek.

Pengujian Hipotesis 3 (*Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM)

Berdasarkan tabel *path coefficients* dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 diterima** atau variabel *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,958, $t_{\text{statistik}}$ sebesar 9,297 dan *p values* $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Robinson (2009) yang menyatakan bahwa sikap suka atau tidak suka seseorang terhadap penggunaan teknologi dalam pekerjaannya menentukan penerimaan atau penolakan individu tersebut terhadap penggunaan teknologi tersebut. *Intention to use* merupakan tingkatan dimana seseorang bersedia untuk mencoba dan berinvestasi dalam perilaku tertentu atau pada upaya seseorang bersedia mengerahkan semua niatnya untuk tindakan

tertentu (Robinson, 2009).

Pandemi covid-19 telah merubah tatanan sosial masyarakat. Pola konsumsi masyarakat dari semula pembelian produk dilakukan secara langsung atau konvensional telah berubah menjadi online atau *delivery order*. Hal ini menuntut pelaku usaha atau UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan ini. Layanan *marketplace, platform digital Grab atau Gojek* memberikan kemudahan bagi UMKM beradaptasi dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Dengan menggunakan layanan *marketplace, platform digital Grab atau Gojek*, UMKM tidak perlu menyewa tempat untuk berjualan, karena mereka dalam menjalankan usaha di rumah. Hal ini dapat menekan biaya penjualan UMKM, sehingga diharapkan dapat meningkatkan profit margin usaha. Sistem informasi *marketplace, platform digital Grab atau Gojek* dapat meningkatkan omset usaha UMKM. Sistem informasi ini juga mudah untuk digunakan UMKM. Dengan demikian, adanya aspek kebermanfaat dan kemudahan dari penggunaan sistem informasi *marketplace, platform digital Grab atau Gojek* akan meningkatkan penggunaan teknologi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital

Sikap penerimaan atau penolakan seseorang terhadap teknologi ditentukan berdasarkan persepsi kebermanfaat yang diberikan oleh teknologi tersebut. Parapelaku UMKM menilai bahwa layanan yang diberikan platform *grabfood, gofood, shopee food* akan meningkatkan penjualan atau omzet usaha, sehingga mereka mau untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap UMKM untuk menggunakan teknologi digital

Keyakinan akan kemudahan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi, mudah dipahami, dan mudah dalam pengoperasiannya menentukan sikap seseorang untuk menerima atau menolak penggunaan teknologi tersebut. Adanya panduan atau *manual book*, video tutorial penggunaan sistem informasi memudahkan para pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya pada *marketplace, platform digital Grab atau Gojek*.

Attitude Toward Using berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi digital oleh UMKM

Intention to use merupakan tingkatan dimana seseorang bersedia untuk mencoba dan berinvestasi dalam perilaku tertentu atau pada upaya seseorang bersedia mengerahkan semua niatnya untuk tindakan tertentu (Robinson, 2009). adanya aspek kebermanfaat dan kemudahan dari penggunaan sistem informasi *marketplace, platform digital Grab atau Gojek* akan meningkatkan penggunaan teknologi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya.

Implikasi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi *stakeholder* dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan penggunaan teknologi oleh UMKM. Persepsi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* telah dibuktikan secara teoritis mempengaruhi sikap penerimaan atau penolakan UMKM terhadap penggunaan sistem informasi dalam aktivitas usahanya.

Keterbatasan

Teknik *purposive sampling* membatasi interpretasi hasil penelitian yang tidak dapat digeneralisasi pada semua perusahaan atau UMKM. Interpretasi hasil penelitian terbatas pada perusahaan yang telah menggunakan teknologi informasi dalam kegiatan usaha. Hal ini diharapkan menjadi pertimbangan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan *sampling frame* yang digunakan dalam membahas fenomena atau permasalahan yang berkembang di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Assegaff, S. (2017). Analisis Perilaku User pada Pemanfaatan Layanan Pemesanan Tiket Online pada Aplikasi Mobile (Prespektif Kepercayaan dan Resiko oleh Konsumen). *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1), 62–80. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.1.5>
- Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan. 2020. *Media Breifing Program Pemulihan Ekonomi Nasional*
- Badan Pusat Statistik. 2020. Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha. *BPS Republik Indonesia*
- Bank Indonesia. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia*
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th edition*. New York: Oxford University Press. Creswell, John, W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States of America: SAGE Publications Ltd.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly*
- Fuad, S., Sangen, M., & Albushari, S. A. (2018). Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Perceived Risk Untuk Mengidentifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Di Kalimantan. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 6 Nom*, 310– 328.
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harisuddin, Fariz. 2020. 5 Platform Digital untuk Meningkatkan Penjualan. *Kumpulan Tips Praktis untuk UMKM Beradaptasi dalam Merespon Dampak Covid-19*. Kemeterian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi: Yogyakarta
- Jogiyanto, HM., Abdillah, Willy. (2009). *Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Mahardhika, A. S. (2019). Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01), 5–10.
- Primasari, Dona. 2018. Akuntansi Keperilakuan: Konsep Dann Teori Empiris Dalam Riset Akuntansi. Penulis Muda: Banyumas
- Purwono, Rudi. 2018. Kebijakan Fiskal Yang Mendorong Pertumbuhan UMKM Daerah. *Forum Ekonom Kementerian Keuangan Tahun 2018*.
- Richards, C. 2004. Synopsis-OODA Book, "Certain to Win: The Strategy of John Boyd Applied to Business. *X libris Corporation*
- Richards, Chet. 2008. Crisis Management: Operating Inside Their OODA Loops. *First Adaptive Leadership Symposium*. Atlanta, 2008.
- Robiani, Bernadette. 2018. Kebijakan Fiskal Yang Mendorong Pertumbuhan UMKM Daerah. *Forum Ekonom Kementerian Keuangan Tahun 2018*.
- Salam, M. F. (2018). *Analysis of TAM in Understanding Customers Decision to Use Gopay*. Jenderal Soedirman University.
- Soetjipto, Noer, HM. 2020. Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintas Pandemi Covid-19. K-Media: Yogyakarta
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). 2000(2)_MS_Venkatesh_Davis.pdf. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- www.cnbcindonesia.com. Di kala pandemic GoPay Justru Bantu Ekonomi diakses pada 28 Juni 2021

Technology Acceptance Model Sebagai Predicted Teory Pada Pemanfaatan Teknologi UMKM di Era New Normal

www.covid19.go.id. Situasi Covid-19 di Indonesia diakses pada 27 Juni 2021
www.idea.or.id. Diakses pada 27 Juni 2021

www.kominfo.go.id 3,79 Juta UMKM Sudah online diakses pada 27 Juni 2021

www.kominfo.go.id. Ini Strategi Kemenperin Percepat Target 6,1 Juta UMKM Go Digital diakses pada 14 November 2021

www.nasional.kontan.co.id. Total Nilai Transaksi 4 Marketplace terbesar pada Tahun 2020 capai Rp. 276,87 triliun diakses pada 27 Juni 2021

www.pikiranrakyat.com. 58% Kaum Milenial Beli Makanan Menggunakan Aplikasi Pesan- Antar diakses pada 28 Juni 2021

Technology Acceptance Model Sebagai *Predicted Teory* Pada Pemanfaatan Teknologi UMKM di Era New Normal