

**ANALISIS ADAPTASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA
MALANG**

JURNAL ILMIAH

**Disusun Oleh:
Muhammad Falaq infithor
(145020107111014)**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

ANALISIS ADAPTASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MALANG

Muhammad Falaq Infithor*, Yenny Kornitasari**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
Email: falaqinfithor1996@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adaptasi pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM di Kota Malang. UMKM merupakan prioritas utama dalam pembangunan ekonomi nasional, UMKM menjadi penopang perekonomian dengan memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penuntasan jumlah pengangguran, sekaligus juga dapat mendorong akselerasi pembangunan daerah. Kenaikan pada jumlah UMKM yang berada di Indonesia, yaitu sejumlah 7.716.172 unit atau mengalami kenaikan pangsa pasar sebesar 13,98% dari tahun 2012 hingga tahun 2017. Dari segi jumlah usaha, UMKM mendominasi dengan jumlah 62.922.617 unit usaha atau dalam persentase sebanyak 99,99% unit usaha jika dibandingkan dengan usaha besar (UB) pada tahun 2017. Perkembangan UMKM yang terus menerus bertambah ini juga berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja, dimana UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97,02% dari total tenaga kerja Indonesia. Kondisi tersebut pun dialami oleh dengan UMKM di Kota Malang yang mendominasi hingga 99,8% dibandingkan usaha besar dari segi jumlah usaha. Dalam menghadapi perkembangan zaman yang telah memasuki era digital, UMKM harus mampu bersaing dengan meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi. Teknologi yang merupakan bagian dari faktor produksi menjadi fokus penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi yang dilakukan UMKM dengan melakukan adopsi terkait pemanfaatan teknologi informasi berdasarkan teori penerimaan UTAUT 2 untuk meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian ini menguji persepsi pelaku UMKM dengan menggunakan 90 unit UMKM di kota Malang yang menjadi responden dengan menyebarkan kuesioner dan menggunakan metode analisis data PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi UMKM di kota Malang dalam pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM dengan menggunakan teori penerimaan teknologi yaitu UTAUT 2 memiliki hasil positif dan signifikan untuk variabel laten berikut: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kebiasaan terhadap minat perilaku UMKM dalam penggunaan teknologi informasi. Sedangkan variabel laten nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi. Kemudian, minat perilaku UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan UMKM dalam menggunakan teknologi informasi, dan perilaku penggunaan UMKM dalam menggunakan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: Perubahan Kelembagaan, Teknologi Informasi, UTAUT 2, UMKM, Kinerja UMKM.

A. PENDAHULUAN

Pada negara berkembang salah satu yang menjadi prioritas utama adalah pembangunan nasional. Dalam pembangunan nasional, hal yang cukup diperhatikan adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penuntasan jumlah pengangguran, sekaligus juga dapat mendorong akselerasi pembangunan daerah (Hafsah, 2004). Brata (2003) mengatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia terbukti UMKM mengalami kenaikan pada jumlah UMKM yang berada di Indonesia, yaitu sejumlah 7.716.172 unit atau mengalami kenaikan pangsa pasar sebesar 13,98% dari tahun 2012 hingga tahun 2017 (Badan Pusat Statistik, 2018). Dari segi jumlah usaha, UMKM mendominasi dengan jumlah 62.922.617 unit usaha atau dalam persentase sebanyak 99,99% unit usaha jika dibandingkan dengan usaha besar (UB) pada tahun 2017. Perkembangan UMKM yang

terus menerus bertambah ini juga berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja, dimana UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97,02% dari total tenaga kerja Indonesia. Selain itu juga berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), PDB atas dasar harga berlaku dan PDB atas dasar harga konstan sama-sama memiliki kenaikan. Pada PDB atas dasar harga berlaku sebesar 3.382.805,9 miliar rupiah atau kenaikan pangsa pasar sebesar 78,27 %, dan untuk PDB atas dasar harga konstan sebesar 4.056.088,7 miliar rupiah atau kenaikan pangsa pasar sebesar 296,21 % (Badan Pusat Statistik, 2018).

Dengan keunggulan yang dimiliki, UMKM tersebut juga harus mampu menghadapi tantangan yang ada (Setyanto, 2015). Pada era globalisasi dan tingginya persaingan saat ini, UMKM perlu melakukan pengembangan dengan tujuan untuk menambah nilai jual, utamanya agar dapat bersaing dengan produk asing yang sekarang ini semakin membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia. Menurut Kuncoro (2009), tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional masih terbilang berat. Karena UMKM memiliki permasalahan-permasalahan yang dihadapi, diantaranya: Pertama, permasalahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, permasalahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh sumber-sumber permodalan yang memadai. Ketiga, permasalahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Dan Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut berdampak pada terbatasnya akses permodalan, akses ke pasar, dan akses informasi mengenai sumberdaya dan teknologi (Susilo, 2005).

Selain permasalahan di atas, faktor perubahan kelembagaan juga dapat mempengaruhi pengembangan UMKM (Manig, 1991 dalam Yustika, 2012). Perubahan kelembagaan dapat berperan dalam memaksimalkan potensi produktivitas yang lebih besar dengan mengadaptasi sumber daya yang lebih baik melalui penciptaan pranata faktor-faktor produksi berhadapan dengan inovasi produksi (teknologi) (Yustika, 2012). Dengan demikian, perubahan kelembagaan merupakan proses transformasi permanen yang merupakan bagian dari pembangunan. Oleh karena itu, tujuan utama dari setiap perubahan kelembagaan adalah untuk menginternalisasikan potensi produktivitas yang lebih besar dari perbaikan pemanfaatan sumber daya yang kemudian secara simultan menciptakan keseimbangan baru (Manig, 1991 dalam Yustika, 2012).

Salah satu bentuk menginternalisasikan potensi produktivitas dengan melakukan perubahan teknologi, Perubahan teknologi meningkatkan produktivitas baik tenaga kerja maupun modal. Perubahan teknologi menunjukkan perubahan dalam teknik produksi yang mendasarinya, seperti proses produksi yang baru ditemukan atau proses lama telah diperbaiki. Dalam situasi tersebut, efisiensi dalam produksi terlihat dimana output yang sama diproduksi dengan input yang lebih sedikit, atau lebih banyak output produksi dengan jumlah input yang sama dengan adanya perubahan teknologi. Berdasarkan fungsi produksi, teknologi merupakan salah satu faktor dari produksi yang dapat meningkatkan produksi (Samuelson dan Nordhaus, 1997).

Gambaran pembangunan teknologi dari suatu wilayah dapat dilihat dari Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK), Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) merupakan suatu ukuran standar yang dapat menggambarkan tingkat pembangunan teknologi informasi dan komunikasi suatu wilayah, kesenjangan digital, serta potensi pengembangan TIK (BPS, 2017). IP-TIK Indonesia tahun 2016 sebesar 4,34 dengan skala 0–10, meningkat dibanding IP-TIK tahun 2015 yang sebesar 3,88. Angka hasil penghitungan BPS untuk IP-TIK Indonesia ini sejalan dengan angka IP-TIK yang dirilis oleh International Telecommunication Union (ITU). Di tahun 2016, IP-TIK atau ICT Development Index yang dirilis ITU sebesar 4,33 dan tahun 2015 sebesar 3,85 (BPS, 2017).

Menurut subindeks penyusun IP-TIK, pola di tahun 2016 serupa dengan tahun 2015, yaitu nilai subindeks tertinggi adalah subindeks keahlian sebesar 5,54, diikuti subindeks akses dan infrastruktur sebesar 4,88 serta subindeks penggunaan sebesar 3,19. Dari 176 negara, peringkat Indonesia mengalami peningkatan dari rangking 114 pada tahun 2015 menjadi rangking 111 pada tahun 2016. Indonesia masih berada di bawah negara tetangga seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand, Vietnam, dan Filipina.

Dari publikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika (TIK sektor bisnis, 2011), bahwa dari 803 jumlah usaha atau perusahaan 740 diantaranya menggunakan komputer dan sisanya tidak.

Sedangkan yang menggunakan internet berjumlah 694 dan sisanya tidak menggunakan. Kecenderungan pengguna terbanyak oleh usaha atau perusahaan yang besar disusul oleh tingkat menengah, kecil, dan mikro. Namun pemakaiannya pun masih terbatas, dengan mengacu pada penggunaan website, hanya sebanyak 316 (39,35%) usaha atau perusahaan yang menggunakannya sisanya 487 (60,65%) tidak menggunakannya. Sama halnya dengan penggunaan komputer dan internet, di dominasi oleh usaha atau perusahaan yang besar hingga yang paling kecil (skala mikro). Berdasarkan pemanfaatan teknologi informasi yang masih terbatas, akan sulit bagi UMKM untuk dapat mengatasi permasalahan dan memiliki daya saing yang tinggi.

Begitu juga dengan UMKM yang ada di Kota Malang yang menjadi penunjang utama perekonomian Kota Malang (Irawati, 2013). Dilihat dari perkembangan pada usaha kecil dan menengah di Kota Malang dari tahun ke tahun memperlihatkan jumlah UMKM yang cenderung meningkat dengan angka pertumbuhan yang selalu positif. Hal tersebut dibuktikan oleh data dari Badan Pusat statistik bahwa jumlah usaha besar di kota Malang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan UMKM dengan usaha mikro berjumlah 99.213 unit, usaha kecil berjumlah 9.942 unit, usaha menengah berjumlah 3.711 unit, sedangkan usaha besar hanya berjumlah 265 unit. Melihat peran strategis yang dimiliki oleh UMKM di Kota Malang dengan mencapai 99,8% mendominasi dari jumlah usaha, kondisi tersebut mirip dengan kondisi UMKM di Indonesia yang juga sangat mendominasi dari segi jumlah. Maka perlu adanya pengembangan UMKM dengan beradaptasi terhadap segala perubahan yang terjadi agar mampu bertahan dan bersaing dengan usaha besar. Adanya perubahan kelembagaan dapat membantu UMKM untuk beradaptasi terhadap perubahan tersebut khususnya dalam bidang teknologi informasi.

Perubahan kelembagaan dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM dengan adanya perubahan teknologi informasi, hal tersebut diperkuat dengan Penelitian oleh Rahmana (2009) yang menyebutkan bahwa UMKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan adanya pemanfaatan TI maka akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang yang lebih baik.

Namun penelitian oleh Saifullah (2015) menyebutkan bahwa penggunaan TI di UMKM belum optimal dan sulit dilakukan. Dalam penelitian tersebut menemukan bahwa pelaku UMKM memiliki pendidikan rendah, disamping itu tidak adanya pendidikan terkait teknologi informasi selama berada di bangku sekolah. Bahkan untuk menggunakannya kedalam usaha mereka sangat tidak memungkinkan. Kemampuan dan skill terhadap teknologi informasi untuk mendukung usaha relative rendah. Faktor usia ditemukan sebagai faktor penyebab utama mereka enggan untuk belajar kembali. Sehingga melakukan pemanfaatan teknologi informasi sangat sulit untuk dilakukan.

Hasil dari kedua penelitian diatas menunjukkan bahwa pemanfaatan TI pada UMKM dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM tersebut, namun pemanfaatan TI pada UMKM masih belum optimal dan sulit untuk dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai hal tersebut karena begitu pentingnya peran yang dimiliki oleh UMKM namun UMKM masih sulit untuk beradaptasi dengan pemanfaatan TI dimana TI saat ini menjadi hal utama di sebagian besar kegiatan masyarakat. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk meneliti lebih lanjut mengenai adaptasi pemanfaatan TI pada UMKM dan dampak pemanfaatan TI terhadap kinerja UMKM melalui penelitian yang berjudul "Analisis Adaptasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Malang".

B. TINJAUAN PUSTAKA

Adaptasi; *Creative Destructive* dalam Perubahan Kelembagaan

Schumpeter (1947) dalam Yustika (2012) memperkenalkan konsep *creative destructive* untuk menjelaskan hal tersebut. Inti dari konsep ini adalah keberanian 'merusak' konsep lama untuk digantikan penciptaan ide atau konsep baru, khususnya yang menangkap peluang barang baru yang dibutuhkan konsumen, metode produksi dan transportasi baru, pasar baru, dan bentuk baru dari organisasi industrial. peran penting kelembagaan adalah mendesain aturan yang membuat perusahaan mempunyai insentif dalam proses *creative destructive* yang pada akhirnya menemukan teknologi baru dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Kelembagaan dalam pendekatan dinamis diharapkan bisa mengubah perilaku organisasi, khususnya pada level perusahaan.

Perusahaan dapat meningkatkan profit melalui perubahan dan peningkatan teknologi, dengan begitu perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang karena memiliki kemampuan dalam pembaharuan melalui perubahan dan adaptasi teknologi (Yustika, 2012). Mekanisme inilah yang disebut creative destructive dan menjadi pertumbuhan ekonomi abadi.

Perubahan teknologi menjadi penting karena teknologi merupakan bagian dari faktor produksi. Menurut Schroeder (1999), produksi adalah suatu kegiatan yang merupakan sistem transformasi yang memanfaatkan input untuk menghasilkan barang atau jasa. Menurut Pappas (1995), produksi berkaitan dengan bagaimana cara sumberdaya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk-produk perusahaan (keluaran). Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara tingkat output dan tingkat penggunaan input-input. Setiap produsen dalam teori dianggap mempunyai suatu fungsi produksi, yaitu :

$$Q = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Q = Tingkat produksi (output)
X₁, X₂, X₃, .. X_n = Berbagai input yang digunakan

Lebih lanjut Boediono (1999) menggambarkan bahwa bentuk umum fungsi produksi yang bisa menampung berbagai kemungkinan substitusi antara kapital (K), tenaga kerja (L), Sumber daya (R) dan teknologi (T) adalah sebagai berikut :

$$Q = f(K, L, R, T)$$

Keterangan :

Q = Output atau keluaran
K = Stok Kapital atau modal
L = Labor atau tenaga Kerja
R = Resource /Sumber daya
T = Teknologi

Teknologi Informasi; Optimalisasi Sumber Daya

Menurut O'Brien (2006) teknologi adalah suatu jaringan komputer yang terdiri atas berbagai komponen pemrosesan informasi yang menggunakan berbagai jenis hardware, software, manajemen data, dan teknologi jaringan informasi. Menurut Aji (2005) informasi adalah data yang terolah dan sifatnya menjadi data lain yang bermanfaat dan biasa disebut informasi. Kemudian, Pengertian teknologi informasi menurut Sutabri (2014) adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Penggunaan teknologi informasi pada usaha yang di maksud dalam hal ini antara lain:

1. Pengelolaan Produksi

Pengelolaan produksi merupakan pengaturan dan perencanaan terkait ketersediaan bahan baku maupun bahan jadi yang siap dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Pengelolaan dibidang produksi menyangkut bagaimana proses produksi itu bisa berlangsung dengan efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

2. Pengelolaan Pemasaran

Pengelolaan dibidang pemasaran menyangkut segala bentuk perencanaan, target serta tujuan dan hasil dari sebuah proses marketing atau pemasaran. Penjualan yang meningkat dan upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan target utama dari sebuah pengelolaan pemasaran.

3. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan di dalam sebuah usaha bisnis menyangkut transparansi dan pengelolaan pemasukan dan pengeluaran keuangan sebuah perusahaan. Mengelola keuangan perusahaan agar dapat sesuai dengan anggaran yang dimiliki.

UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*)

UTAUT pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan sistem informasi dan perilaku penggunaan selanjutnya dalam konteks organisasi. Model terbaru adalah UTAUT 2 seperti yang diusulkan oleh Venkatesh et al. pada 2012 menyebutkan beberapa faktor untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan model yang menjelaskan tentang perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Model ini merupakan kombinasi dari delapan model yang telah berhasil dikembangkan sebelumnya. Delapan model tersebut antara lain *Theory Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (DIT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Model UTAUT 2 dijelaskan oleh Venkatesh et al. (2012) diilustrasikan dalam gambar berikut: Model UTAUT 2 memiliki tujuh variabel, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Prive Value*, *Habit* dan terdapat variabel *moderating* yaitu *Age*, *Gender*, dan *Experience*.

UMKM; Potensi Perekonomian Nasional

Definisi UMKM berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 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.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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.

Tabel 1 : Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20/2008

Ukuran Usaha	Asset	Omset
Usaha Mikro	Minimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	>2,5 – 50 Miliar

Sumber: UU No. 20/2008

Kinerja UMKM; Pengukuran Keberhasilan

Menurut Larry D. Stout dalam Indra (2001) yang dimaksud dengan pengukuran atau penilaian kinerja adalah proses mencatat dan mengukur pencapaian pelaksanaan misi (*mission accomplishment*) melalui hasil-hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa, ataupun suatu proses. Simamora (2001) mengatakan bahwa kinerja merupakan suatu pencapaian persyaratan-persyaratan pekerjaan tertentu yang akhirnya secara langsung dapat tercermin dari *output* yang dihasilkan baik jumlah maupun kualitasnya. *Output* yang dihasilkan sebagaimana yang dikatakan simamora di atas dapat berupa fisik maupun nonfisik.

Adapun indikator Kinerja UMKM yang dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Minuzu (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan penjualan.
- b. Pertumbuhan modal.
- c. Penambahan tenaga kerja setiap tahun.
- d. Pertumbuhan pasar dan pemasaran.
- e. Pertumbuhan keuntungan / laba usaha.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasual dengan metode kuantitatif untuk memberikan wawasan yang berharga untuk pemesanan realitas dan wacana terwujud. Ini adalah jenis penelitian

yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis dengan menggunakan metode berbasis matematika atau statistik (Creswell, 2014).

Populasi dan Sampel

Sekaran dan Bougie (2017) menjelaskan bahwa populasi adalah kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik di mana Peneliti ingin membuat opini. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Malang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan sampel nonprobabilitas (nonprobability sampling) dalam metode pengambilan sampel berdasarkan kemudahan (convenience sampling). Pengambilan sampel berdasarkan kemudahan (convenience sampling) merujuk pada pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya (Sekaran dan Bougie, 2017). Selain itu, dalam mengambil sampel harus yang sesuai dengan kebutuhan sampel dari populasi tertentu yang dapat dijangkau.

Dalam penelitian ini populasinya adalah UMKM di Kota Malang. Berdasarkan teori Roscoe dalam Sugiyono (2012), bila dalam penelitian akan melakukan analisis menggunakan multivariat (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. dikarenakan variabel penelitian berjumlah 9 variabel, maka jumlah anggota sampel $10 \times 9 = 90$ sampel. Dengan demikian, dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menyebarkan 90 kuisisioner.

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan pertama kali oleh peneliti untuk tujuan penelitiannya. Jenis data primer yang didapat berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner sebagai alat bantu. Data yang dimaksud adalah jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut (Siregar, 2014) kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan untuk menganalisis perilaku, sikap-sikap, dan karakteristik beberapa orang. Sedangkan, menurut Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Penelitian ini menggunakan metode survei atau penelitian lapangan (field research). Pada penelitian ini survei dilakukan secara langsung dengan mendatangi langsung responden dan memperoleh opininya di dalam sebuah kuesioner yang sudah disediakan.

Variabel Operasional

Variabel mencakup segala sesuatu yang dapat mengambil nilai yang berbeda atau berbeda (Sekaran dan Bougie, 2013) pada waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau pada saat yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Ini juga dapat didefinisikan sebagai segala aspek dari teori yang dapat bervariasi atau berubah sebagai bagian dari interaksi dalam teori.

Ada sembilan variabel dalam penelitian ini, termasuk: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Nilai Harga, Motivasi Hedonik, Kebiasaan, Minat Perilaku UMKM dalam Menggunakan Teknologi Informasi, Perilaku Penggunaan UMKM dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Kinerja UMKM. Deskripsi berikut akan menjelaskan lebih lanjut tentang konstruk dan indikator.

Persamaan Struktural

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS). *Partial Least Squares* (PLS) merupakan jenis *Structural Equation Model* (SEM) yang mendasar pada varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi kendala atau masalah pada data penelitian (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Peneliti menggunakan SEM-PLS karena SEM-PLS mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan, mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (*unobserved variables*), dan memperhitungkan kesalahan pengukurannya. PLS adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda.

Penelitian ini memiliki persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y1 = \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \beta5X5 + \beta6X6 + e$$

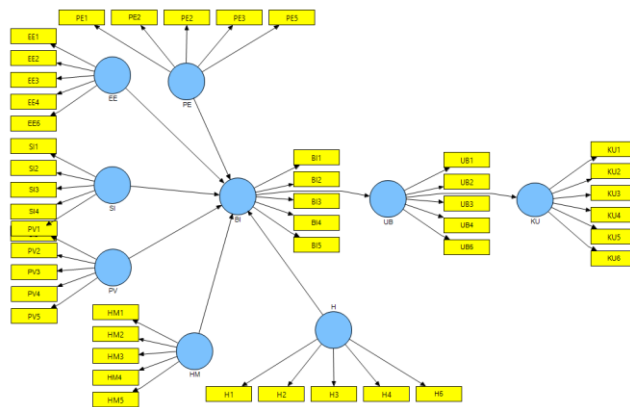
$$Y2 = \beta1Y1 + e$$

$$Y3 = \beta1Y2 + e$$

Keterangan:
 X1 = Ekspektasi Kinerja
 X2 = Ekspektasi Usaha
 X3 = Pengaruh Sosial
 X4 = Nilai Harga
 X5 = Motivasi hedonis
 X6 = Kebiasaan
 Y1 = Minat Perilaku UMKM dalam menggunakan TI
 Y2 = Perilaku Penggunaan UMKM
 Y3 = Kinerja UMKM
 β = Koefisien
 e =Error

Evaluasi Model

Gambar 1 : Struktur Model Penelitian



Sumber : Data Primer (Diolah)

Model pengukuran (*Outer Model*) digunakan untuk menilai uji validitas dan realibilitas model (Abdillah dan Hartono, 2015):

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur apa yang seharusnya diukur (Abdillah dan Hartono, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Abdillah dan Hartono, 2015).

Tabel 1 : Parameter Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji	Parameter	Rule of Thumbs	Keterangan
Uji Validitas Konvergen	Factor Loadings	Lebih dari 0,7	Indikator yang memiliki <i>Factor Loadings</i> antara 0,5 - 0,7 tidak harus dihapus selama AVE dan <i>Communality</i> masih diatas 0,5.
	Average Variance Extracted (AVE)	Lebih dari 0,5	
	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten		
	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten	Akar AVE > Korelasi Variabel Laten	

Uji Validitas Diskriminan	<i>Cross Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> > <i>Cross Loadings</i> dalam satu variabel yang sama.	-
Uji Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Lebih dari 0,6	-
	<i>Composite Reliability</i>	Lebih dari 0,7	-

Sumber : Abdillah dan Hartono (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

1. Jenis Kelamin
pengusaha UMKM di Kota Malang yang menjadi responden mayoritas adalah laki-laki dengan jumlah pengusaha sebanyak 68 orang atau 75,6% dari total responden, sedangkan pengusaha wanita hanya sebanyak 22 orang atau 24,4% dari total responden.
2. Usia
pengusaha UMKM di Kota Malang yang menjadi responden mayoritas adalah yang berusia 18-30 tahun yaitu sebanyak 53 orang atau 58,9% dari total responden, sedangkan pengusaha dengan usia 31-40 tahun sebanyak 24 orang atau 26,7%, pengusaha berusia 41-50 tahun sebanyak 9 orang atau 10% dari total responden, dan pengusaha dengan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 4 orang atau 4,4%.
3. Pendidikan Terakhir
pengusaha UMKM di Kota Malang yang menjadi responden mayoritas adalah yang berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 39 orang atau 43,3% dari total responden, sedangkan pengusaha dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 5 orang atau 5,6%, pengusaha berpendidikan terakhir SMP sebanyak 14 orang atau 15,6% dari total responden, dan pengusaha dengan pendidikan terakhir SARJANA sebanyak 32 orang atau 35,5%.
4. Lama Usaha
pengusaha UMKM di Kota Malang yang menjadi responden mayoritas adalah yang lama usaha 1-5 tahun yaitu sebanyak 44 usaha atau 48,9% dari total responden, sedangkan usaha dengan lama usaha <1 tahun sebanyak 15 usaha atau 16,7%, usaha dengan lama usaha 5-10 tahun sebanyak 23 usaha atau 25,5% dari total responden, dan usaha dengan lama usaha lebih dari 10 tahun sebanyak 8 usaha atau 8,9% dari total responden.
5. Bidang Usaha
mayoritas responden menekuni bidang usaha kuliner dengan jumlah usaha 47 atau 51,1% dari total responden, selain itu bidang usaha percetakan sebanyak 18 usaha atau 20%, bidang usaha laundry ada 11 usaha atau 12,2%, bidang usaha retail sebanyak 7 usaha atau 7,8% dari total responden, kemudian bidang usaha fashion sebanyak 3 usaha atau 3,3%, bidang usaha pendidikan sebanyak 1 atau 1,1% dan bidang lainnya sebanyak 4 atau 4,4% dari total responden.
6. Lama Penggunaan Teknologi Informasi
pengusaha UMKM di Kota Malang yang menjadi responden dalam lama menggunakan teknologi informasi mayoritas adalah yang lama menggunakan teknologi informasi 1-5 tahun yaitu sebanyak 71 usaha atau 78,9% dari total responden, sedangkan usaha dengan lama menggunakan teknologi informasi <1 tahun sebanyak 15 usaha atau 16,7%, usaha dengan lama menggunakan teknologi informasi 5-10 tahun sebanyak 4 usaha atau 4,4% dari total responden, dan usaha dengan lama menggunakan teknologi informasi lebih dari 10 tahun sebanyak 0 usaha atau 0% dari total responden.

Evaluasi Model

Analisis terhadap evaluasi model pada penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). Evaluasi model dilakukan dengan tiga tahapan terhadap validitas konvergen, pengujian terhadap validitas diskriminan, serta pengujian terhadap reliabilitas.

Tabel 1 : Tabel Algoritma

	AVE	<i>Composite Reliability</i>	<i>R Square</i>	<i>Cronbachs Alpha</i>	<i>Communality</i>	<i>Redundancy</i>
--	-----	------------------------------	-----------------	------------------------	--------------------	-------------------

PE	0.7307	0.9156		0.8773	0.7307	
EE	0.7119	0.9079		0.8645	0.7119	
SI	0.8015	0.9237		0.877	0.8015	
PV	0.8131	0.9287		0.8844	0.8131	
HM	0.7334	0.9166		0.8784	0.7334	
H	0.6308	0.8721		0.8067	0.6308	
BI	0.6858	0.8968	0.5871	0.8454	0.6858	0.0389
BI	0.6777	0.8936	0.3367	0.8409	0.6777	0.2294
UB	0.6753	0.9121	0.3714	0.8816	0.6753	0.2297

Sumber : Data Primer, diolah oleh peneliti, 2019.

Validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan variabel latennya. Validitas Konvergen, parameter yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen didasarkan pada tiga parameter, yaitu nilai *Average Variance Extracted* (AVE), *communality*, dan nilai faktor *loading*. *Role of thumb* untuk parameter AVE dan *communality* yaitu lebih dari 0,50 dan untuk nilai faktor *loading* lebih dari 0,70. Tetapi, Jogiyanto dan Abdillah (2008) menyatakan bahwa indikator yang memiliki nilai *loading* 0,5 – 0,7 sebaiknya tidak dihapus dari konstruknya sepanjang nilai AVE dan *communality* lebih dari 0,5. Berdasarkan Tabel 4.9 diperoleh hasil bahwa nilai AVE dan *communality* konstruk lebih besar dari 0,50, sehingga menunjukkan bahwa validitas konvergen telah dipenuhi.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Tabel 4.4

Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)

Variable Correlation	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
PE -> BI	0,052	0,051	0,030	0,030	1,733
EE -> BI	0,164	0,164	0,025	0,025	6,586
SI -> BI	0,188	0,185	0,028	0,028	6,784
PV -> BI	0,017	0,014	0,033	0,033	0,508
HM -> BI	0,335	0,339	0,041	0,041	8,176
H -> BI	0,251	0,252	0,026	0,026	9,610
BI -> UB	0,580	0,576	0,030	0,030	19,029
UB -> KU	0,609	0,610	0,019	0,019	31,871

Sumber: Pengolahan Data Dengan PLS, 2019

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini, Peneliti menggunakan bentuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) dengan nilai statistik T atau *T-Statistics* $\geq 1,64$ maka hipotesis alternatif didukung, apabila nilai statistik T atau *T-Statistics* $\leq 1,64$ maka hipotesis alternatif dinyatakan tidak didukung. Berdasarkan hasil data yang sudah diolah oleh Peneliti, diperoleh hasil pengolahan data berupa Tabel yang telah valid.

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	t- Statistik	Hasil
H1	Ekspektasi Kinerja mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	1,733	Diterima
H2	Ekspektasi Usaha mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	6,586	Diterima
H3	Pengaruh Sosial mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	6,784	Diterima
H4	Nilai Harga mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	0,508	Ditolak

H5	Motivasi Hedonis mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	8,176	Diterima
H6	Kebiasaan mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Perilaku	9,610	Diterima
H7	Perilaku Pengguna mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Perilaku Pengguna	19,029	Diterima
H8	Perilaku Pengguna mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Kinerja UMKM	31,871	Diterima

Pembahasan

Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Perilaku UMKM untuk Menggunakan Teknologi Informasi (H1)

Ekspektasi Kinerja dalam teknologi informasi menyiratkan bahwa pengguna menganggap teknologi informasi bermanfaat yang memungkinkan mereka menyelesaikan tugas berorientasi tujuan mereka (Venkatesh et al., 2013). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al. (2017) menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja secara signifikan mempengaruhi niat pelanggan dan adopsi *internet banking*. Chopdar et al. (2018) juga menemukan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku untuk mengadopsi aplikasi belanja *mobile* di India dan AS. Dalam berbagai konteks budaya, Ekspektasi Kinerja telah ditemukan untuk menunjukkan hubungan positif yang signifikan dengan Minat Perilaku untuk mengadopsi *m-commerce* (Chong, 2013; Lai & Lai, 2014). Kesimpulannya, UMKM yang lebih besar percaya bahwa teknologi informasi dapat bermanfaat, terbukti dengan niat yang lebih besar untuk menggunakannya.

Ekspektasi Usaha pada Minat Perilaku UMKM untuk Menggunakan Teknologi Informasi (H2)

Ekspektasi Usaha digambarkan sebagai "tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi konsumen" (Venkatesh et al., 2012). Ini diukur dengan memperluas persepsi kemudahan penggunaan dari *Technology Acceptance Model* dengan item yang menangkap kompleksitas penggunaan dan kemudahan penggunaan secara umum. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al. (2016) yang menjelaskan bahwa *Effort Expectancy* secara signifikan mempengaruhi niat dan adopsi pelanggan Yordania dari *internet banking*. Chopdar et al. (2018) juga menemukan bahwa *Effort Expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku untuk mengadopsi aplikasi belanja *mobile* di India dan AS. Sejalan dengan itu, *Effort Expectancy* telah ditemukan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *Behavioral Intention* untuk menggunakan aplikasi seluler (Hew et al., 2015). Dengan demikian, ekspektasi usaha merupakan penentu untuk memprediksi minat perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi informasi.

Pengaruh Sosial pada Minat Perilaku untuk Menggunakan Teknologi Informasi (H3)

Pengaruh sosial didefinisikan oleh Venkatesh et al (2003) sebagai "sejauh mana seorang individu merasa bahwa ia harus menerapkan sistem baru". Ini adalah gagasan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara rekan atau pendapat keluarga untuk menilai penggunaan *mobile banking* (Oliveira et al., 2014). Dengan demikian, tekanan sosial yang berasal dari lingkungan eksternal dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan perilaku terlibat dalam layanan *mobile banking* (Tarhini et al., 2016). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yang et al. (2012) mengamati efek positif dari Pengaruh Sosial pada niat adopsi layanan pembayaran *mobile*. Pengaruh Sosial (SI) ditemukan secara signifikan dan positif berkorelasi dengan niat untuk menggunakan *m-commerce* dalam studi yang dilakukan di Malaysia (Tsu Wei et al., 2009). Hasil serupa lainnya yang mengkonfirmasi pengaruh positif pengaruh sosial terhadap Minat Perilaku untuk menggunakan teknologi informasi diperoleh oleh Martins et al. (2014); Abrahão et al. (2016); Tarhini et al. (2016).

Nilai Harga pada Minat perilaku UMKM untuk Menggunakan Teknologi Informasi (H4)

Nilai harga dikonseptualisasikan sebagai "*trade-off* kognitif konsumen antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dan biaya moneter untuk menggunakannya" (Venkatesh et al., 2012). sedangkan menggunakan TI membutuhkan biaya biaya perangkat. Nilai harga akan memiliki dampak positif pada Minat Perilaku jika pelanggan menganggap bahwa manfaat menggunakan TI lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang

dilakukan oleh Baptista dan Oliveira (2015) yang menggabungkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu yang diperluas (UTAUT2) dengan moderator budaya hanya menunjukkan ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan yang ditemukan sebagai anteseden yang paling signifikan. Minat Perilaku untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian ini nilai harga yang ditawarkan oleh teknologi informasi belum sesuai dengan apa yang akan didapatkan oleh pelaku UMKM di Kota Malang. Para pelaku UMKM berpendapat bahwa biaya yang harus dikeluarkan teknologi informasi masih terbilang cukup tinggi untuk sebagian dari mereka walaupun sudah cukup terjangkau bagi sebagian lainnya, karena modal yang masih terbatas, pengelolaan usaha yang masih terbilang sederhana dan pasar yang masih dapat dijangkau dengan cara konvensional membuat variabel nilai harga masih belum menunjukkan hasil positif bagi minat perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi.

Motivasi Hedonis pada Minat Perilaku untuk Menggunakan Teknologi Informasi (H5)

Menurut Venkatesh et al. (2012), motivasi hedonis dikonseptualisasikan sebagai perasaan riang, gembira atau gembira, yang dirangsang dengan menerapkan teknologi. Dengan kata lain, semakin menyenangkan teknologinya, semakin dapat diterima pelanggan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hew et al. (2015) menemukan bahwa motivasi hedonis memiliki efek positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan aplikasi *mobile*. Sejalan dengan Hew et al., Analisis yang lebih menyeluruh dari literatur yang relevan dalam perilaku pelanggan serta aliran penerimaan teknologi diungkapkan oleh Venkatesh et al. (2012) menemukan bahwa beberapa faktor seperti main-main, kegembiraan, dan kenikmatan untuk menangkap motivasi hedonis adalah penentu signifikan penerimaan pelanggan terhadap teknologi (Childers et al., 2012). Sebagai kesimpulan, semakin banyak UMKM menikmati dan senang menggunakan teknologi informasi, semakin banyak minat perilaku UMKM untuk menggunakannya. Dengan demikian, dalam penelitian ini motivasi hedonis menjadi salah satu penentu minat perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi.

Kebiasaan Minat Perilaku Menggunakan Teknologi Informasi (H6)

Kebiasaan telah didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan tindakan secara otomatis karena belajar (Limayem, Hirt, dan Cheung, 2007). Dalam konteks itu, Kebiasaan atau penggunaan Kebiasaan mencerminkan hasil ganda dari pengalaman masa lalu (Venkatesh et al., 2012) dan keteraturan perilaku masa lalu yang dianggap sebagai salah satu penentu utama perilaku saat ini (Ajzen, 2002). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Baptista dan Olivera (2015) dalam studi *mobile banking* di Mozambik melaporkan bahwa kebiasaan ditemukan mempengaruhi Minat Perilaku secara signifikan, dan diidentifikasi sebagai anteseden yang paling penting dari perilaku penggunaan. Dalam penelitian lain yang dilakukan di Malaysia, Hew et al. (2015) menemukan kebiasaan menjadi prediktor terkuat dari Minat Perilaku untuk menggunakan aplikasi seluler. Kesimpulannya, semakin banyak orang yang kecanduan dan biasa menggunakan teknologi informasi, semakin banyak minat untuk menggunakannya. Dengan demikian, dalam penelitian ini kebiasaan menjadi salah satu penentu minat perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi.

Minat Perilaku UMKM terhadap Pelanggan Menggunakan Perilaku Teknologi Informasi (H7)

Use Behavior (UB) sebagai konstruk telah diperlakukan dalam literatur sebagai konstruk utama yang menggambarkan penentu perilaku penggunaan komputer sebagai kasus khusus (Davis, Bagozzi, dan Warshaw, 1989). Perilaku penggunaan tidak secara eksplisit didefinisikan dalam UTAUT2, dan dalam spesifikasi asli, itu diukur melalui item yang tersedia dalam sistem terdaftar (Venkatesh et al., 2003). Anteseden utama Perilaku Penggunaan dalam model UTAUT dibingkai sebagai Tujuan Perilaku Penggunaan (BI) dan memiliki efek langsung tunggal pada penggunaan aktual individu atas teknologi yang diberikan. Konstruk ini berasal dari *Theory Reasoned Action* dan didefinisikan sebagai 'ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu' (Davis et al., 1989). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajzen (2002) dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menggambarkan korelasi kuat antara minat Perilaku dan perilaku aktual. Chopdar (2018) juga menemukan bahwa minat Perilaku secara positif mempengaruhi perilaku penggunaan konsumen teknologi informasi. Para pelaku UMKM di Kota Malang secara terbuka menyampaikan minatnya dalam menggunakan teknologi informasi dengan alasan manfaat yang didapatkan, kemudahan dalam penggunaan, dan alasan pendukung lainnya yang kemudian

memutuskan untuk menggunakan teknologi informasi dalam usahanya. Berdasarkan penjelasan di atas, dalam penelitian ini disimpulkan bahwa minat perilaku UMKM menjadi salah satu penentu kuat perilaku penggunaan konsumen teknologi informasi.

Minat perilaku UMKM terhadap Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah entitas usaha dengan kriteria aset dan omzet yang telah ditentukan dalam undang-undang. Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan proses pertumbuhan ekonomi dalam pengertian dinamika endogen, yaitu dengan memasukkan inovasi dan perubahan teknologi sebagai variabel endogen yang berkembang dinamis selain modal, tenaga kerja, dan tanah, inilah yang kemudian dikenal dengan teori pertumbuhan baru (Yustika, 2012). Peningkatan kinerja UMKM menurut Bi (2015), dengan hadirnya Sumber daya teknologi informasi dan kemampuan teknologi informasi, sebagai sumber keunggulan, membantu dengan cepat menumbuhkan UKM untuk mengembangkan kompetensi inti dibandingkan pesaing. Kemudian Rahmana (2009) pun menyebutkan bahwa UMKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia.

Kinerja UMKM di Kota Malang pasca penggunaan teknologi informasi didalam usaha mereka mengalami kenaikan penjualan dikarenakan informasi dapat menyebar lebih luas dan masif atas produk yang mereka jual. Kemudian U7 dengan adanya kenaikan penjualan tentunya beringan dengan terjadinya pertumbuhan modal yang mereka dapatkan. Pertumbuhan pasar jelas dapat mereka capai, pertumbuhan pemasaran pun terus berkembang, dan yang utama terjadinya pertumbuhan laba pada usaha UMKM di Kota Malang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adaptasi pemanfaatan teknologi informasi pada UMKM di Kota Malang dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian berikut:
 - a. Pertama, ekspektasi kinerja pada minat perilaku dalam menggunakan teknologi informasi adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa para pelaku UMKM di Kota Malang percaya penggunaan teknologi informasi sebagai teknologi yang akan bermanfaat bagi mereka dalam pengelolaan UMKM.
 - b. Kedua, ekspektasi usaha memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku UMKM untuk menggunakan teknologi informasi. Ini berarti bahwa pelaku UMKM tidak merasakan kesulitan untuk belajar dan menjadi berpengalaman dengan teknologi informasi dalam pengelolaan UMKM.
 - c. Ketiga, pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Ini berarti bahwa minat perilaku dan keputusan UMKM untuk mengadopsi teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh opini positif maupun opini negatif dari lingkungan eksternal mereka dalam penggunaan Teknologi Informasi .
 - d. Keempat, konstruksi nilai harga tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku UMKM untuk menggunakan teknologi informasi. Hal ini terjadi karena fakta bahwa teknologi informasi memberikan harga yang cukup terjangkau dan sesuai dengan apa yang akan didapatkan oleh pelaku UMKM.
 - e. Kelima, konstruksi motivasi hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi. Ini berarti, pelaku UMKM menikmati dan merasa senang menggunakan teknologi informasi yang dapat meningkatkan kepuasan diri dan prestise diri dalam kondisi ini.
 - f. Keenam, konstruksi kebiasaan dari UTAUT 2 memiliki efek positif dan signifikan pada minat perilaku UMKM untuk menggunakan teknologi informasi. Ini terjadi karena semakin sering orang menggunakan teknologi informasi, semakin ahli mereka menggunakannya.
 - g. Ketujuh, konstruksi minat perilaku UMKM memiliki efek positif dan signifikan pada perilaku penggunaan UMKM dalam menggunakan teknologi informasi. Ini berarti bahwa,

- jika pelaku UMKM memiliki minat kuat untuk menggunakan teknologi informasi akan sangat mendorong perilaku aktual untuk menggunakan teknologi informasi.
2. Dampak pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM di Kota Malang dapat dilihat dari hasil penelitian dimana konstruksi perilaku penggunaan UMKM positif dan signifikan pada kinerja umkm. Ini berarti bahwa, jika pelaku UMKM memiliki kemampuan perilaku penggunaan yang baik dalam menggunakan teknologi informasi, maka akan sangat membantu dalam membaiknya kinerja UMKM.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah diteliti, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi UMKM di Kota Malang, pemerintah, maupun pihak-pihak lainnya. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Dengan semakin tingginya persaingan dalam dunia usaha, maka UMKM di Kota Malang sebagai penopang perekonomian Kota Malang perlu melakukan adaptasi dalam penggunaan teknologi informasi.
2. Pembentukan komunitas UMKM di Kota Malang sesuai bidangnya masing-masing sangat diperlukan, agar antar UMKM dapat melakukan *sharing* terkait kondisi masalah yang dimiliki dan dapat membangun dan berkembang bersama.
3. Kelas bisnis menjadi sebuah keharusan, UMKM sebagai penopang utama perekonomian di Kota Malang akan lebih mudah mencapai potensi yang dimiliki dengan adanya tambahan pengetahuan dan wawasan khususnya dalam mengikuti perkembangan zaman.
4. Pemerintah Kota Malang diharapkan dapat memetakan potensi UMKM di Kota Malang, tentunya setiap kultur memiliki kearifan lokal yang unik dan bernilai tinggi. Dengan diarahkan secara serius, UMKM di Kota Malang dapat berkembang dengan pesat karena perkembangan Kota Malang yang progresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2012-2017. Statistik Indonesia. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Indonesia Dalam Angka. <http://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Jumlah usaha mikro, kecil, menengah dan besar di Indonesia: BPS.
- Baptista, G., & Oliveira, T. 2017. Why so Serious? Gamification Impact in the Acceptance of Mobile Banking Services. *Internet Research*, 27(1), 118-139.
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. 2015. Consumer Attitude and Behavioural Intention Towards Internet Banking Adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67-102.
- Bi, Rui. 2015. IT and Fast Growth Small-To-Medium Enterprise Performance: An Empirical Study in Australia. *Australasian Journal of Information Systems* 2015, vol. 19, pp. S247-S266
- Boediono. 1999. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Seri Sinopsis, Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Boediono. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi No.1*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua puluh tiga. Yogyakarta : BPFE.
- Bougie, R., & Sekaran, U. 2013. *Research Methods for Business* (6th edition).
- Childers, T.L., Carr, C.L., Peck, J., Carson, S., 2002. Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior. *J. Retail*. 77 (4), 511-535.
- Chong, A. Y.-L. 2013. A Two-Stage Sem-Neural Network Approach for Understanding and Predicting the Determinants of M-Commerce Adoption. *Expert Systems with Applications*, 40(4), 1240e1247.
- Chopdar, Prasanta Kr., Nikolaos Korfiatis, V.J. Sivakumar, Miltiades D. 2018. Mobile Shopping Apps Adoption and Perceived Risks: A Cross-Country Perspective Utilizing the Unified

- Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior* 86 (2018) 109-128.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th edition ed.). SAGE Publications.
- Groß, M. 2015. Exploring the Acceptance of Technology for Mobile Shopping: An Empirical Investigation Among Smartphone Users. *International Review of Retail Distribution & Consumer Research*. 25(3), 215e235.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Basic Econometrics*, Fourth Edition, McGraw Hill, New York.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop* 25, 40-44.
- Hartono, J. 2016. *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman – pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Herjant, Eddy. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Grasindo.
- Hew, J.-J., Lee, V.-H., Ooi, K.-B., & Wei, J. 2015. What Catalyses Mobile Apps Usage Intention: An Empirical Analysis. *Industrial Management & Data Systems*. 115(7), 1269e1291.
- Hoehle, H., Scomavacca, E., Huff, S. 2012. Three Decades of Research on Consumer Adoption and Utilization of Electronic Banking Channels: A Literature Analysis. *Decision Support Systems* 54, 122-132.
- Husein, Umar. 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Joesran & Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. 2005. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- John Wiley & Sons Ltd.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2011. *Indikator TIK*. 2011. Jakarta : Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2005. *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2014. *Jumlah perusahaan mikro, kecil dan menengah di Indonesia pada tahun 2012-2013*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.
- Lucas, H. C., & Spitler, V. 1999. Technology Use and Performance: A Field Study of Broker Workstations. *Decision Sciences*, 30(2), 291e311.
- Macedo, Isabel Maria. 2017. Predicting the Acceptance and Use of Information and Communication Technology by Older Adults: An Empirical Examination of the Revised UTAUT2. *Computers in Human Behavior* 75 (2017) 935-948.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. 2014. Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34, 1-13.
- Moghavvemi, Sedigheh. 2011. An Empirical Study Of It Innovation Adoption Among Small and

Medium Sized Enterprises In Klang Valley, Malaysia. *Social Technologies* 2011, 1(2), p. 267–282.

Mulyadi, S. 2003. *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perpektif Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Munizu, Musran. 2010. Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12 No.1, Maret 2010; 33-41. Universitas Hasanuddin.

Sekaran, U. & Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business*. Inggris : John Wiley & Sons Ltd.

Sekaran, U. & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta