

Analisis Resistensi Pengguna dalam Pembayaran Digital pada UMKM di Kabupaten Siak

Nur Anita¹, Hutomo Atman Maulana², Ririn Eriska³, Sonia Lusiana⁴
Politeknik Negeri Bengkalis

nuranita@polbeng.ac.id¹, hutomomaulana@gmail.com², ririnerska02@gmail.com³,
sonialusiana6@gmail.com⁴

Abstract

This study aims to examine the effect of self-efficacy on change, switching benefits, switching costs, and perceived value on user resistance in using digital payments in MSMEs. This study used a survey method on 63 MSME respondents in Siak Regency. The results showed that switching benefits had a positive effect on perceived value and switching costs had a positive effect on user resistance to using digital payments. In addition, there was a positive effect of self-efficacy on changes in user resistance to using digital payments mediated by switching costs. This study contributes by providing empirical evidence regarding the antecedents that can cause resistance in digital payments so that these antecedents can be mitigated, which can then encourage MSMEs to transform digitally and can increase the effectiveness and efficiency of MSME businesses in the future.

Keywords: user resistance in digital payment, self-efficacy for change, switching benefit, switching cost, perceived value

1. PENDAHULUAN

UMKM telah menunjukkan eksistensinya dengan menyumbang lebih dari 60% lapangan pekerjaan dan setengah dari PDB Dunia (Larios-Francia & Ferasso, 2023). Di Indonesia, pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja (KADIN Indonesia, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memegang peran penting dalam menyediakan lapangan kerja serta dapat menjadi tombak perekonomian negara. Keberadaan UMKM tentunya menimbulkan dampak yang positif bagi kepentingan bersama. Namun, sejalan dengan pencapaiannya UMKM juga menghadapi tantangan dalam bisnisnya. UMKM dituntut untuk cepat beradaptasi dan berinovasi karena perubahan lingkungan bisnis yang pesat (Anita, 2023).

Salah satu perkembangan teknologi yang saat ini berkembang dengan cukup pesat adalah sistem pembayaran digital atau *digital payment*. *Digital payment* atau *e-payment* merupakan metode pembayaran dengan menggunakan media elektronik (Suryanto, Muhyi, & Kurniati, 2022). Metode ini tidak memerlukan pembayaran dengan menggunakan uang kertas sehingga dapat mempermudah konsumen dan produsen dalam melakukan suatu transaksi. Alat bayar elektronik seperti OVO, QRIS, Gopay dan lainnya dapat membantu UMKM dalam mempermudah transaksi yang mana sistem pencatatannya telah terintegrasi dan dapat tersimpan dengan akurat sehingga dapat mendorong bisnis menjadi lebih efisien dan transaksi lebih aman. Selain itu, transaksi dengan menggunakan pembayaran digital ini lebih disenangi oleh konsumen karena lebih mudah dan cepat mengingat saat ini telah memasuki era *cashless*. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk segera mengadopsi sistem pembayaran digital ini.

Di Riau sendiri, penggunaan pembayaran digital terus digalakkan. Menurut Bank Indonesia, per bulan Agustus 2024 sebanyak 700.000 UMKM telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digitalnya. Oleh karena itu, Bank Indonesia akan terus mendorong

pemanfaatan sistem tersebut agar penggunaannya menjadi lebih luas cakupannya dan mampu menjangkau seluruh UMKM yang ada di provinsi Riau. Dalam penerapan sistem baru tentunya terdapat berbagai macam kendala yang dihadapi salah satunya kecenderungan pengguna menolak mengimplementasikan sistem baru tersebut. Perilaku ini dikenal sebagai resistensi pengguna. Resistensi pengguna sendiri dapat didefinisikan sebagai keengganan pengguna untuk menerapkan atau berpindah ke sistem baru (Kim & Kankanhalli, 2009).

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya resistensi pengguna ke sistem atau kondisi yang baru menurut Kim & Kankanhalli (2009) adalah *self-efficacy for change*, *switching benefit*, *switching cost*, dan *perceived value*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *self-efficacy for*, *switching benefit*, *switching cost*, dan *perceived value* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital di UMKM. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan 63 responden pelaku UMKM di Kabupaten Siak. Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi, (1) kontribusi teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis mengenai faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya resistensi pengguna dalam penerapan sistem pembayaran digital sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, (2) Kontribusi empiris, penelitian ini memberikan bukti secara empiris mengenai anteseden yang mampu menyebabkan resistensi dalam pembayaran digital sehingga anteseden ini dapat dimitigasi dan manfaat dari sistem pembayaran digital dapat dirasakan oleh pelaku UMKM dan mendorong UMKM untuk bertransformasi secara digital dan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis UMKM kedepannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Resistensi Pengguna

Resistensi adalah fenomena multifaset kompleks yang telah banyak dibahas dalam literatur manajemen, dan para ilmuwan telah mengidentifikasi resistensi sebagai faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan implementasi sistem (Kulkarni, 2016). Menurut (Nov & Ye, 2008) resistensi terhadap perubahan adalah salah satu aspek dari perilaku manusia yang penting dalam penerimaan teknologi.

Perceived Value

Menurut Kim & Kankanhalli (2009) berdasarkan teori status quo bias, *perceived value* mengevaluasi apakah manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dalam perubahan dari status quo ke situasi atau keadaan yang baru.

Switching Cost

Switching costs adalah persepsi diutilitas yang dialami oleh pengguna dalam perubahan dari status quo kepada sistem yang baru (Kim & Kankanhalli, 2009). Menurut teori status quo bias Samuelson & Zeckhauser (1988) menjelaskan bahwa *switching cost* terdiri dari tiga kombinasi utama yakni *transition costs*, *uncertainty costs* dan *sunk cost*.

Switching Benefits

Switching benefits mengacu pada kegunaan yang dirasakan pengguna dalam menikmati perubahan dari status quo ke implementasi sistem baru (Kim dan Kankanhalli, 2009).

Self-Efficacy for Change

Wood & Bandura (1989) menyatakan bahwa *self-efficacy* mengacu pada kepercayaan seseorang dalam mengarahkan motivasi, sumber daya kognitif, dan rangkaian sistem yang dibutuhkan untuk mencapai situasi yang diinginkan.

3. METODE PENELITIAN

Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan partisipan 63 pelaku UMKM di Kabupaten Siak. Kuesioner disebarikan secara online dan offline

kepada partisipan. Analisis data di dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan WarPLS 7.0.

Pengukuran Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *self-efficacy for change* yang diukur dengan 3 item pertanyaan yang diadaptasi dari Taylor & Todd (1995) dan *switching benefit* yang diukur menggunakan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari Moore & Benbasat (1991). Variabel pemediasi di dalam penelitian ini, *perceived value* yang diukur dengan menggunakan 3 item kuesioner yang diadopsi dari Sirdeshmukh, Singh, & Sabol (2002) dan *switching cost* diukur dengan 4 item kuesioner yang diadopsi dari Jones & Suh (2000). Sedangkan variabel dependen adalah resistensi pengguna dalam pembayaran digital dengan kuesioner yang diadopsi dari Bovey & Hede (2001) yang berisikan 4 item pertanyaan. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk setiap variabel dengan angka 1: sangat tidak setuju, 2: tidak setuju, 3: netral, 4: setuju, 5: sangat setuju.

Partisipan Penelitian

Sebanyak 63 pelaku UMKM dari Kabupaten Siak menjadi responden di dalam penelitian ini. Kuesioner penelitian disebarkan secara *online* dan *offline* kepada partisipan. Data penelitian diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan WarpPLS 7.0. Karakteristik partisipan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Sampel

	Keterangan	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	17		26,98%	
	Perempuan	46	63	73,02%	100%
Umur	20-30 tahun	6		9,52%	
	31-40 tahun	30		47,62%	
	>40 tahun	27	63	42,86%	100%
Pendidikan	SD	4		6,35%	
	SMP	19		30,16%	
	SMA	35		55,56%	
	D1/D2/D3	2		3,17%	100%
	S1	3	63	4,76%	
Jenis Usaha	Perusahaan Jasa	3		4,76%	
	Industri Kecil	28		44,44%	
	Makanan dan Minuman	32	63	50,79%	100%
Lama Usaha	< 5 tahun	37		58,73%	
	5 - 10 tahun	14		22,22%	
	> 10 tahun	12	63	19,05%	100%

Sumber: Data Olahan, 2024

Penelitian ini menguji pengaruh *self-efficacy for change*, *switching cost*, *switching benefit*, dan *perceived value* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan digital payment di UMKM. Penelitian ini mengajukan 6 (enam) hipotesis penelitian untuk diuji dengan menggunakan WarPLS 7.0. Berikut hipotesis penelitian yang diajukan:

H1: *Self-efficacy for change* berpengaruh negatif terhadap *switching cost*

H2: *Switching cost* berpengaruh negatif terhadap *perceived value*

H3: *Switching benefit* berpengaruh positif terhadap *perceived value*

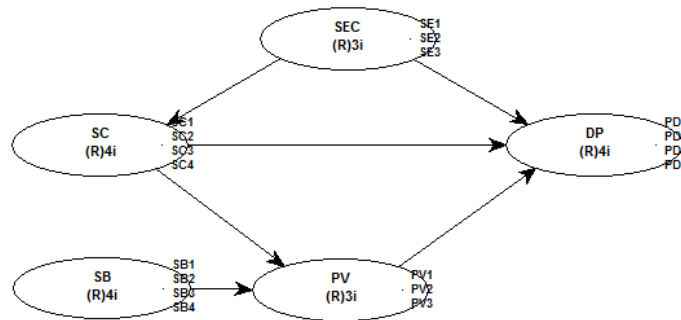
H4: *Perceived value* berpengaruh negatif terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital

- H5: *Switching cost* berpengaruh positif terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital
- H6: *Self-efficacy for change* berpengaruh negatif terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengukuran Model

Berdasarkan Gambar 1. konstruk penelitian ini terdiri dari variabel laten, yakni: *perceived value*, *switching cost*, *switching benefit*, *self-efficacy for change*, dan resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *self-efficacy for change*, *switching benefit*, variabel mediasi adalah *perceived value* dan *switching cost*, dan variabel dependen adalah resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital.



Gambar 1. Model Pengukuran
Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Validitas Konvergen dan Reliabilitas Data

Validitas konvergen perlu dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk berkorelasi tinggi. *Rule of thumb* yang dapat digunakan untuk menilai validitas konvergen adalah faktor *loading* >0,7, *communality*>0,5 dan *average variance extracted* (AVE) > 0,5 (Chin, 1995 dalam Hartono, 2011).

Tabel 2. *Combined Loading dan Cross Loading*

	DP	PV	SB	SC	SEC	SE	P value
DP1	0.899	-0.003	-0.037	0.098	0.045	0.093	<0.001
DP2	0.949	-0.016	-0.040	0.024	-0.043	0.091	<0.001
DP3	0.944	0.015	0.017	-0.060	-0.027	0.091	<0.001
DP4	0.957	0.003	0.058	-0.056	0.027	0.091	<0.001
PV1	-0.061	0.975	-0.090	0.075	0.034	0.090	<0.001
PV2	0.033	0.987	-0.004	-0.027	0.015	0.090	<0.001
PV3	0.028	0.977	0.094	-0.047	-0.049	0.090	<0.001
SB1	0.026	-0.161	0.958	-0.061	-0.012	0.091	<0.001
SB2	0.012	0.084	0.982	0.009	0.028	0.090	<0.001
SB3	0.026	0.045	0.982	-0.030	0.005	0.090	<0.001
SB4	-0.063	0.028	0.978	0.080	-0.021	0.090	<0.001
SC1	-0.131	0.292	-0.074	0.827	-0.125	0.095	<0.001
SC2	-0.031	-0.287	0.422	0.875	-0.096	0.093	<0.001
SC3	0.046	0.085	-0.272	0.913	0.157	0.092	<0.001
SC4	0.103	-0.076	-0.066	0.901	0.048	0.093	<0.001
SE1	0.074	0.176	0.164	-0.139	0.817	0.095	<0.001
SE2	0.076	-0.152	-0.003	-0.053	0.923	0.092	<0.001

SE3	-0.143	-0.004	-0.143	0.177	0.920	0.092	<0.001
-----	--------	--------	--------	-------	--------------	-------	--------

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Hasil pengujian validitas menunjukkan semua indikator pada setiap konstruk memiliki *loading* diatas 0,7 yang menunjukkan bahwa pengukur-pengukur dari konstruk berkorelasi tinggi.

Tabel 3. *Latent Variable Coefficient*

	DP	PV	SB	SC	SEC
R-squared	0.307	0.553		0.077	
Composite reliability	0.967	0.986	0.987	0.932	0.918
Cronbach's alpha	0.954	0.979	0.983	0.902	0.864
Average variances extracted	0.879	0.960	0.951	0.774	0.788
Full collinearity VIFs	1.706	2.515	3.303	1.760	1.353

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Rule of thumb composite reliability yang diharapkan 0,7 atau lebih, dan AVE 0,5 atau lebih (Chin, 1995 dalam Hartono, 2011). Hasil pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability*, *cronbach's alpha*, dan AVE telah memenuhi syarat. *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* dapat digunakan untuk melihat reliabilitas dari suatu konstruk dengan mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dengan *rule of thumb* harus lebih besar dari 0,7 (>0,7). Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* setiap indikator variabel laten lebih besar dari 0,7 (>0,7) sehingga telah memenuhi asumsi reliabilitas.

Validitas Diskriminan

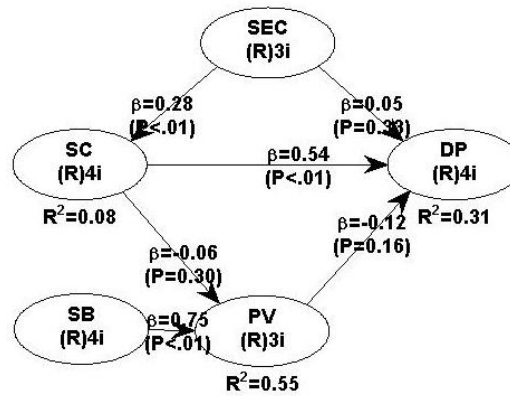
Pada tabel 4 menjelaskan bahwa akar AVE (pada tabel 4. yang ditunjukkan pada kolom diagonal dan diberi tanda kurung) nilainya lebih tinggi daripada korelasi antar variabel laten yang terdapat pada kolom selain kolom diagonal yang menunjukkan validitas diskriminan telah terpenuhi.

Tabel 4. *Correlation Among Latent Variables*

	DP	PV	SB	SC	SEC
DP	(0.938)	0.006	-0.046	0.537	0.271
PV	0.006	(0.980)	0.763	0.194	0.253
SB	-0.046	0.763	(0.975)	0.330	0.405
SC	0.537	0.194	0.330	(0.880)	0.275
SEC	0.271	0.253	0.405	0.275	(0.888)

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Model Struktural



Gambar 2. Model Struktural

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Model penelitian akan dikatakan fit ketika nilai p untuk APC dan ARS lebih kecil dari 0,05 atau signifikan dan nilai AVIF (*variance inflation factor*) lebih kecil dari 5 (Sholihin & Ratmono, 2020). Tabel 5 menunjukkan nilai APC dan ARS signifikan pada 0,002 dan 0,001 dan nilai AVIF di bawah 5, yang berarti bahwa model penelitian ini telah fit dan didukung oleh data.

Tabel 5. Indikator Model Fit dan P-Values

APC=0.301, P=0.003
ARS=0.312, P=0.002
AVIF=1.151, diterima jika ≤ 5 , ideal jika ≤ 3.3

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Pengujian Hipotesis

Tabel 6 menunjukkan hasil pengujian hipotesis. Tabel 7 menunjukkan hasil pengujian mediasi antar variabel.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis

Path	Path Coefficient	P Values	R-Square	Result
SEC – SC	0.28	P<0.01	0.08	H1 Rejected
SC – PV	-0.06	P=0.30	0.55	H2 Rejected
SB – PV	0.75	P<0.01***	0.55	H3 Accepted
PV – DP	-0.12	P=0.16	0.31	H4 Rejected
SC – DP	0.54	P<0.01***	0.31	H5 Accepted
SEC – DP	0.05	P=0.33	0.31	H6 Rejected

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Ket: SEC (*Self-Efficacy for Change*), SC (*Switching Cost*), PV (*Perceived Value*), SB (*Switching Benefit*), DP (*User Resistance to Digital Payment*), *** p<0,01.

Tabel 7. Pengujian Mediasi

Path	Path Coefficient	P Values	R-Square
SEC- SC – PV	-0.018	P=0.420	0.55
SEC – SC – DP	0.151	P=0.040**	0.31
SC – PV – DP	0.008	P=0.465	0.31
SB- PV – DP	-0.090	P=0.149	0.31

Sumber: Output olah data WarPLS, 2024

Ket: SEC (Self-Efficacy for Change), SC (Switching Cost), PV (Perceived Value), SB (Switching Benefit), DP (User Resistance to Digital Payment). ** $p < 0.05$.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan H1 ditolak meskipun p -values menunjukkan signifikansi < 0.01 karena arah yang berlawanan dengan prediksi peneliti. Sementara, meskipun arah yang diprediksi sesuai namun $P = 0.30$ sehingga H2 ditolak. Sesuai dengan prediksi, *switching benefit* berpengaruh positif terhadap *perceived value* dengan $P < 0.001$ sehingga H3 diterima. Selanjutnya, H4 ditolak karena p -values menunjukkan angka 0.16. H5 diterima dengan $P < 0.01$ yang menunjukkan bahwa *switching costs* berpengaruh positif terhadap resistensi dalam penggunaan pembayaran digital. Terakhir, dengan nilai $P = 0.33$ menunjukkan H6 ditolak. Selain itu, untuk pengujian *indirect effect* menunjukkan terdapat efek mediasi *switching cost* terhadap resistensi terhadap pembayaran digital dengan dimediasi oleh *perceived value*.

Pembahasan

Resistensi pengguna merupakan salah satu perilaku yang sering terjadi dalam penerapan sistem baru. Resistensi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu sistem (Kulkarni, 2016). Resistensi pengguna dapat menjadi hambatan utama yang menyebabkan penerapan suatu sistem gagal dilakukan oleh karena itu keberadaannya harus menjadi perhatian serius. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya *switching benefit* berpengaruh positif terhadap *perceived value*. Suatu sistem yang manfaatnya jelas dirasakan oleh pelaku UMKM akan menimbulkan persepsi bahwa biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan sistem baru tersebut akan setimpal dengan manfaat yang dirasakan sehingga tingkat resistensi dalam penggunaan sistem tersebut dapat berkurang.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dari *switching cost* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital. Selain itu, terdapat pengaruh positif *self-efficacy for change* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital dengan dimediasi oleh *switching cost* dengan *indirect effect* p -values $P = 0.040$. *Switching cost* dapat didefinisikan sebagai biaya yang mungkin terjadi akibat adanya perpindahan ke sistem baru (Kim & Kankanhalli, 2009). Terdapat 3 (tiga) komponen yang diindikasikan sebagai *switching cost* yakni, *uncertainty costs*, *transition costs*, dan *sunk cost* (Samuelson & Zeckhauser, 1988). Perpindahan ke sistem baru erat kaitannya dengan ketidakpastian dan risiko. Oleh karena itu, sikap penolakan dan resistensi merupakan reaksi wajar yang sering terjadi dalam penerapannya. Ketakutan akan adanya pengeluaran biaya yang sia-sia dimasa lalu, munculnya biaya tambahan akibat adanya perpindahan ke sistem baru, serta adanya ketidakpastian biaya yang mungkin akan muncul di masa depan merupakan faktor yang dapat menimbulkan reaksi resistensi bagi pelaku UMKM.

Pembayaran digital merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan pembayaran non-tunai dengan cara yang lebih praktis dan aman dalam bertransaksi (Rizkiyah, Nurmayanti, Nur Macdhy, & Yusuf, 2021). Salah satu pembayaran digital yang saat ini gencar didengungkan kepada pelaku UMKM adalah penggunaan QRIS sebagai alat bayar. Bank Indonesia (BI) telah menetapkan biaya MDR QRIS 0,3% bagi pelaku UMKM dikenakan untuk transaksi Rp100.000 ke atas, sementara transaksi Rp100.000 ke bawah tidak akan dikenakan biaya serta tarif QRIS sebesar 0,3% bagi usaha mikro dan transaksi lainnya 0,7% dari sebelumnya 0% (Kamalina, 2024). Dengan tarif yang rendah, pelaku UMKM tidak perlu khawatir dengan adanya ketidakpastian biaya dimasa depan, karena fungsi dari pembayaran digital akan sebanding dengan manfaat yang didapatkan. Pembayaran digital bermanfaat dalam mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi kinerja keuangan, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan kemampuan UMKM dalam bersaing secara global, meningkatkan penjualan, transparansi dan keamanan (Kilay, Simamora, & Putra, 2022). Dengan banyaknya manfaat yang dapat diperoleh oleh

UMKM melalui penggunaan pembayaran digital maka *trade-off* antara biaya dan manfaat akan sebanding bahkan lebih. Oleh karena itu, sosialisasi mengenai pengenalan tarif pengenalan biaya *merchant* untuk sistem terkait dan manfaat yang diperoleh oleh pembayaran digital ini penting untuk dilakukan kepada pelaku UMKM agar tingkat resistensi UMKM pada pembayaran digital ini dapat berkurang sehingga penerapan dan penggunaan sistem ini dapat menjangkau semua UMKM tanpa terkecuali. Dengan begitu, dapat mendorong UMKM untuk bertransformasi secara digital dan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis UMKM kedepannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *self-efficacy for change*, *switching benefit*, *switching cost*, dan *perceived value* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital di UMKM. Hasil penelitian menunjukkan *switching benefit* berpengaruh positif terhadap *perceived value* dan *switching cost* berpengaruh positif terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital. Selain itu terdapat pengaruh positif *self-efficacy for change* terhadap resistensi pengguna dalam penggunaan pembayaran digital dengan dimediasi oleh *switching costs*. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan 63 responden pelaku UMKM di Kabupaten Siak. Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi, (1) kontribusi teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis mengenai faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya resistensi pengguna dalam penerapan sistem pembayaran digital sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, (2) Kontribusi empiris, penelitian ini memberikan bukti secara empiris mengenai anteseden yang mampu menyebabkan resistensi dalam pembayaran digital sehingga anteseden ini dapat dimitigasi dan tujuan pemanfaatan sistem pembayaran digital secara lebih luas dapat tercapai. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan wawancara dan observasi langsung kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anita, N. (2023). Peran Mediasi Innovation Capability dalam hubungan Knowledge Sharing dan Innovation Performance pada UMKM di Rokan Hilir. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 13(2), 168-176.
- Bovey, W., & Hede, A. (2001). Resistance to organisational change: the role of defence mechanisms. *Journal of Managerial Psychology*, 16(7), 534-548.
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Jones, M., & Suh, J. (2000). Transaction-Specific Satisfaction and Overall Satisfaction: An Empirical Analysis. *Journal of Services Marketing*, 15, 147-159.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Jakarta.
- Kamalina, A. R. (2024). Bank Indonesia mengingatkan kepada penjual atau merchant yang menggunakan QRIS untuk tidak membebankan tarif kepada konsumen. *Annasa Rizki Kamalina - Bisnis.com Selasa, 30 April 2024*. Retrieved from [Bisnis.com: https://finansial.bisnis.com/read/20240430/11/1761523/biaya-qr-is-usaha-mikro-03-bi-tegaskan-merchant-tak-tarik-tarif-ke-konsumen#:~:text=Sebagai%20informasi%20Bank%20Indonesia%20\(BI,7%25%20dari%20sebelumnya%200%25](https://finansial.bisnis.com/read/20240430/11/1761523/biaya-qr-is-usaha-mikro-03-bi-tegaskan-merchant-tak-tarik-tarif-ke-konsumen#:~:text=Sebagai%20informasi%20Bank%20Indonesia%20(BI,7%25%20dari%20sebelumnya%200%25).

- Kilay, A. L., Simamora, B., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8, 1-25.
- Kim, H.-W., & Kankanhalli, A. (2009, September). Investigating User Resistance to Information Systems Implementation: A Status Quo Bias Perspective. *MIS Quarterly*, 33(3), 567-582.
- Kulkarni, V. (2016). Employee Interpretations of Change: Exploring the Other Side of the Resistance Story. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 52(2), 246-264.
- Larios-Francia, R. P., & Ferasso, M. (2023). The relationship between innovation and performance in MSMEs: The case of the wearing apparel sector in emerging countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 1-16.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, INFORMS, 2, 173-191.
- Nov, O., & Ye, C. (2008). Users' personality and perceived ease of use of digital libraries: The case for resistance to change. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(5), 845-851.
- Rizkiyah, K., Nurmawanti, L., Nur Macdhy, R. D., & Yusuf, A. (2021, April). PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Payment OVO). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107-126.
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7-59.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *The Journal of Marketing*, 66, 15-37.
- Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. (2022, April). Penggunaan Digital Payment pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 55-65.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Decomposition and Crossover Effects in the Theory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12, 137-155.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.