

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN *POINT OF SALE* (POS) PADA UMKM DENGAN METODE UTAUT

Merisa Anggraini

NIM 20/458366/EK/22956

Departemen Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

merisa.a@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing Skripsi: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.

INTISARI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penyumbang terbesar pada pendapatan produk domestik bruto (PDB) negara. Keberhasilan UMKM tidak terlepas dari pengaruh teknologi yang membantu menjalankan operasionalnya. Namun, penggunaan teknologi, terutama *Point of Sale* (PoS), masih tergolong minim. Teknologi PoS yang berfungsi untuk mencatat transaksi jual beli antara pembeli dan penjual, dapat mempermudah pencatatan dan pengelolaan keuangan. Jumlah pengguna PoS di Indonesia dari tiga merek terkemuka (Moka Pos, Pawoon, Majoo), mencapai 450.000 yang jauh lebih sedikit dibandingkan total UMKM yang mencapai 66 juta pada tahun 2023. Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya untuk meningkatkan digitalisasi UMKM melalui program 30 juta UMKM go digital 2024 guna mencapai visi Indonesia Emas 2045. Dalam rangka memahami alasan penggunaan PoS oleh UMKM di Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan PoS pada UMKM. Penelitian ini diambil dari sudut pandang pengguna dengan menggunakan konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *behavioral intention*, dan *actual behavior*. Desain penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada pengguna PoS di UMKM dengan jumlah responden sebanyak 118 orang. Data kemudian dievaluasi dengan metode SEM-PLS melalui aplikasi software SmartPLS 4.1.0.4. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dan *actual behavior* dalam penggunaan PoS pada operasional bisnisnya. Penelitian ini juga didukung oleh studi dan literatur terdahulu yang dijadikan acuan penelitian.

Kata Kunci: *Point of Sale* (PoS), UMKM, UTAUT, PLS-SEM

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN *POINT OF SALE* (POS) PADA UMKM DENGAN METODE UTAUT

Merisa Anggraini

NIM 20/458366/EK/22956

Departemen Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

merisa.a@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing Skripsi: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the largest contributors to the country's Gross Domestic Product (GDP). The success of MSMEs is significantly influenced by technology that aids in their operations. However, the use of technology, especially Point of Sale (PoS) systems, remains limited. PoS technology, which records transactions between buyers and sellers, simplifies financial recording and management. Despite its benefits, only 450,000 users in Indonesia use PoS from the three leading brands (Moka Pos, Pawoon, Majoo), a small number compared to the 66 million MSMEs in 2023. The Indonesian government has undertaken efforts to enhance MSME digitalization through the "30 Million MSMEs Go Digital 2024" program to achieve the Vision of Golden Indonesia 2045. To understand the factors influencing PoS adoption by MSMEs in Indonesia, this study aims to analyze these factors from the users' perspective using constructs such as performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, social influence, behavioral intention, and actual behavior. This research employs a descriptive quantitative design with a questionnaire distributed to PoS users in MSMEs, involving 118 respondents. Data were processed using the SEM-PLS method through SmartPLS 4.1.0.4 software. The hypothesis results indicate that each construct has a positive and significant impact on behavioral intention and actual behavior in using PoS for business operations. This study is also supported by previous studies and literature used as references.

Keywords: *Point of Sale (PoS), MSMEs, UTAUT, PLS-SEM*