

**STUDI EMPIRIS: ADOPSI APLIKASI PEMBAYARAN MOBIL
(MOBILE PAYMENT) OLEH PENGELOLA USAHA MIKRO DAN KECIL
(UMK)**

INTISARI

Studi ini meneliti faktor-faktor penerimaan individu, yakni pemilik atau manajer usaha mikro dan kecil (*merchant*), dalam menggunakan aplikasi pembayaran seluler. Sebagai teknologi finansial (*fintech*) kategori pembayaran, pembayaran mobil dianggap sebagai salah satu inovasi yang perkembangannya sangat maju di sektor keuangan. Posisi strategis pedagang dalam ekosistem pembayaran seluler penting untuk dipelajari terkait proses penerimaannya. Model penerimaan teknologi (TAM) dan variabel eksternal yang relevan dari studi sebelumnya, seperti kompatibilitas, inovasi pribadi, risiko yang dirasakan, dan kepercayaan divalidasi secara empiris menggunakan *variance-based structural equation model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan sikap penggunaan (*attitude toward using*) adalah faktor utama yang digunakan pedagang untuk mengadopsi aplikasi pembayaran mobil di samping kompatibilitas (*compatibility*), keinovativan personal (*personal innovativeness*), dan kepercayaan (*trust*). Sementara itu, risiko (*perceived risk*) yang dirasakan dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakan tidak memiliki dampak signifikan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: model penerimaan teknologi (TAM), teknologi finansial, *merchant*, adopsi sistem teknologi informasi

EMPIRICAL STUDY: MOBILE PAYMENT APPLICATION ADOPTION BY MICRO AND SMALL ENTERPRISES (MSEs)

ABSTRACT

This study examines the factors of individual acceptance, like micro and small business owners or manager (merchants), in using the mobile payment application. As a financial technology (fintech) payment categorical, mobile payment regarded as one of the innovations whose development is very advanced in the financial sector. The merchant's strategic position in the mobile payment ecosystem is important to learn related to the acceptance process. The technology acceptance model (TAM) and external variables from various relevant previous studies, such as compatibility, personal innovativeness, perceived risk and trust empirically validated using variance-based structural equation model (SEM). The result showed that perceived usefulness and attitude toward using are the main factors that merchants used to adopt mobile payment application beside compatibility, personal innovativeness, and trust. Meanwhile, perceived risk and perceived ease of use don't have a significant impact in this study.

Keywords: technology acceptance model (TAM), fintech, merchant, adoption continuous intention