

RINGKASAN

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat untuk menggunakan sistem Point of Sales (POS) di kalangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Banyumas, Indonesia. Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan meningkatnya kebutuhan UMK untuk mengadopsi perangkat digital demi efisiensi bisnis, penelitian ini berfokus pada pemahaman tentang bagaimana determinan tertentu memengaruhi niat untuk mengadopsi sistem POS berbasis cloud. Dengan menggunakan model UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2), penelitian ini menganalisis tujuh variabel kunci: ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Model UTAUT2, yang merupakan perluasan dari kerangka kerja UTAUT asli, memberikan pendekatan komprehensif dengan menggabungkan faktor-faktor seperti motivasi hedonis dan nilai harga, yang sangat relevan dalam adopsi teknologi berbasis konsumen.

Penelitian kuantitatif ini mengumpulkan data dari 92 UMK di GOR Timur Purwokerto, Banyumas, melalui kuesioner terstruktur. Dengan fokus pada UMK yang belum menggunakan sistem POS, studi purposive sampling ini berhasil mengumpulkan 63 respons valid sebagai dasar analisis. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menilai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu niat perilaku untuk mengadopsi teknologi POS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat konstruk model UTAUT2 secara signifikan memengaruhi niat perilaku untuk menggunakan sistem POS, dengan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga yang memiliki dampak paling signifikan pada keputusan untuk mengadopsi teknologi tersebut. Ekspektasi kinerja memainkan peran penting dalam proses adopsi, karena UMK lebih cenderung mengadopsi sistem POS jika mereka yakin hal itu akan meningkatkan kinerja bisnis mereka, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi kesalahan. Selain itu, motivasi hedonis, yang mengacu pada kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, dan nilai harga, yang mewakili rasio biaya-manfaat yang dirasakan, semakin meningkatkan keinginan UMK untuk menggunakan sistem POS. Namun, konstruk yang tersisa tidak menunjukkan efek signifikan pada niat perilaku untuk menggunakan sistem POS.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman adopsi teknologi pada usaha kecil. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi para pembuat kebijakan, pemerintah daerah, dan penyedia teknologi untuk mengembangkan strategi yang tepat sasaran, program pelatihan, dan sistem pendukung untuk memfasilitasi adopsi sistem POS di kalangan UMK di Banyumas. Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya menangani faktor fungsional dan sosial saat mendorong transformasi digital pada usaha kecil, yang sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing dalam ekonomi digital saat ini.

Keywords: Point of Sales (POS), Micro and Small Enterprises (MSEs), UTAUT2, Technology Adoption

SUMMARY

This study examines the factors influencing the intention to use Point of Sale (POS) systems among Micro and Small Enterprises (MSEs) in Banyumas Regency, Indonesia. With the rapid advancement of technology and the increasing need for MSEs to adopt digital tools for business efficiency, this research focuses on understanding how specific determinants affect the intention to adopt cloud-based POS systems. Using the UTAUT2 model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2), this study analyzes seven key variables: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit. The UTAUT2 model, an extension of the original UTAUT framework, provides a comprehensive approach by incorporating factors such as hedonic motivation and price value, which are particularly relevant in consumer-based technology adoption.

A quantitative research approach was employed, with data collected through a structured questionnaire distributed to 92 MSEs located in the East GOR area of Purwokerto, Banyumas Regency. The study used purposive sampling, focusing on MSEs that had not yet implemented POS systems. In total, 63 valid responses were gathered, providing a solid basis for the analysis. The data were analyzed using multiple linear regression to assess the relationships between the independent variables and the dependent variable, which is the behavioural intention to adopt POS technology.

The results indicate that four constructs of the UTAUT2 model significantly influence the behavioural intention to use POS systems, with performance expectancy, social influence, hedonic motivation, and price value having the most substantial impact on the decision to adopt the technology. Performance expectancy plays a crucial role in the adoption process, as MSEs are more likely to adopt POS systems if they believe it will improve their business performance, increase productivity, and reduce errors. Additionally, hedonic motivation, which refers to the pleasure derived from using the technology, and price value, representing the perceived cost-benefit ratio, further enhance MSEs' willingness to use POS systems. However, the remaining constructs did not show a significant effect on the behavioural intention to use POS systems.

This research contributes to the understanding of technology adoption in small businesses. It provides practical recommendations for policymakers, local governments, and technology providers to develop targeted strategies, training programs, and support systems to facilitate the adoption of POS systems among MSEs in Banyumas. The results underscore the importance of addressing both functional and social factors when encouraging digital transformation in small businesses, which is crucial for enhancing operational efficiency and competitiveness in today's digital economy.

Keywords: Point of Sales (POS), Micro and Small Enterprises (MSEs), UTAUT2, Technology Adoption