

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu daerah yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan. Kabupaten ini dikenal dengan julukan “Bumi Latemmamala” dan memiliki karakteristik wilayah yang didominasi oleh daerah perbukitan serta sebagian wilayah dataran rendah. Ibu kota Kabupaten Soppeng adalah Watansoppeng yang merupakan pusat pemerintahan, ekonomi, dan aktivitas masyarakat. Kabupaten ini terdiri dari beberapa kecamatan yang tersebar di wilayahnya.

Dari segi ekonomi, Kabupaten Soppeng didominasi oleh sektor pertanian, perdagangan, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberadaan UMKM menjadi salah satu penopang utama perekonomian masyarakat, terutama dalam bidang perdagangan, kuliner, dan jasa. Seiring dengan perkembangan teknologi, pemerintah mulai mendorong digitalisasi dalam berbagai sektor, termasuk perpajakan dan administrasi usaha, guna meningkatkan efisiensi dan kepatuhan pelaku usaha.

Kecamatan Lilirilau merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Soppeng. Kecamatan ini memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi daerah, khususnya dalam sektor perdagangan dan UMKM.

Secara administratif, Kecamatan Lilirilau terdiri dari beberapa desa dan kelurahan dengan kondisi wilayah yang relatif strategis karena dekat dengan pusat pemerintahan kabupaten. Hal ini menjadikan Kecamatan Lilirilau sebagai salah satu pusat aktivitas masyarakat.

Mayoritas penduduk di Kecamatan Lilirilau bekerja di sektor pertanian, perdagangan, serta usaha kecil dan menengah. UMKM di wilayah ini berkembang cukup pesat, baik dalam bidang kuliner, perdagangan, maupun jasa. Namun, dalam perkembangannya, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi digital, termasuk dalam penggunaan sistem administrasi dan perpajakan berbasis elektronik.

Selain itu, tingkat pemahaman teknologi yang masih beragam serta keterbatasan akses informasi menjadi faktor yang memengaruhi adaptasi pelaku UMKM terhadap sistem digital. Oleh karena itu, Kecamatan Lilirilau menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji persepsi pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi, khususnya terkait dengan hambatan penggunaan (*innovation resistance*) dalam sistem digital.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Soppeng, kecamatan Lilirilau 90811. Penelitian ini rencana akan dilaksanakan dalam jangka waktu dua bulan dari bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2026. Data untuk penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada Pelaku UMKM Kabupaten Soppeng

yang berjumlah 52 pelaku UMKM. Berikut adalah tabel distribusi penyebaran kusioner.

Tabel 4 Distribusi Pengembalian Kusioner

No.	Kusioner	Jumlah
1	Kusioner yang disebar	52
2	Kusioner yang kembali	52
3	Kusioner yang tidak kembali	0
Jumlah		52

Sumber: Data primer yang diolah 2026

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Kabupaten Soppeng yang berjumlah 52 pelaku UMKM. Berikut ini adalah gambaran mengenai identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pendidikan.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5 Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Presentase
1	Laki-Laki	22	42.30%
2	Perempuan	30	57.70%
Jumlah		52	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui dari 52 responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 22 pelaku UMKM atau sekitar 42.30% dari jumlah responden, sedangkan pelaku UMKM yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 30 pelaku UMKM atau sekitar 57.70% dari jumlah responden.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 6 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Presentase
1	S1	13	25.00%
2	S2	6	11.54%
4	Lainnya	33	63.46%
Jumlah		52	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Bersadarkan tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa 52 responden dalam penelitian ini, yang memiliki tingkat pendidikan S1 berjumlah 13 pelaku UMKM atau sekitar 25.00% dari jumlah responden. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat pendidikan S2 berjumlah 6 pelaku UMKM atau sekitar 11.54% dari jumlah responden. Sedangkan Pelaku UMKM yang memiliki tingkat pendidikan selain S1 dan S2 berjumlah 33 pelaku UMKM atau sekitar 63.46% dari jumlah responden.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha

Tabel 7 Responden Berdasarkan Bidang Usaha

No.	Bidang Usaha	Jumlah Orang	Presentase
1	Kuliner	29	55,77%
2	Perdagangan	11	21,15%
3	lainnya	12	23,08%
Jumlah		52	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Bersadarkan tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa dari 52 responden, pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner berjumlah 29 orang atau sekitar 55,77% dari total responden. Selanjutnya, pelaku UMKM yang bergerak di bidang perdagangan

berjumlah 11 orang atau sekitar 21,15%, sedangkan pelaku UMKM yang bergerak di bidang lainnya berjumlah 12 orang atau sekitar 23,08%.

B. Hasil Penelitian

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini *Usage barrier* (X1), *Value barrier* (X2), *Risk barrier* (X3), *Tradition barrier* (X4) dan Persepsi pelaku UMKM (Y). Variabel-variabel tersebut akan di uji dengan statistik deskriptif.

Tabel 8 Analisis Statistik Deskriptif

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Usage barrier	52	2.00	5.00	3.9551	.72017
Value barrier	52	2.00	5.00	4.0096	.64542
Risk barrier	52	3.00	5.00	3.7949	.54093
Tradition barrier	52	2.00	5.00	3.8590	.55756
Image barrier	52	2.00	5.00	4.0577	.64666
Persepsi pelaku UMKM	52	2.75	5.00	3.5433	.53026
Valid N (listwise)	52				

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Tabel 8 menjelaskan hasil statistik deskriptif tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, antara lain:

1) *Usage barrier* (X1)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel *Usage barrier* (X1) memiliki nilai minimum 2,00 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 3,9551 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,72017 dari nilai rata-rata jawaban responden.

2) *Value barrier* (X2)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel *Value barrier* (X2) memiliki nilai minimum 2,00 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 4,0096 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,64542 dari nilai rata-rata jawaban responden.

3) *Risk barrier* (X3)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel *Risk barrier* (X3) memiliki nilai minimum 3,00 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 3,7949 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,54093 dari nilai rata-rata jawaban responden.

4) *Tradition barrier* (X4)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel *Tradition barrier* (X4) memiliki nilai minimum 2,00 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 3,8590 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,55756 dari nilai rata-rata jawaban responden.

5) *Image barrier* (X5)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel *Image barrier* (X5) memiliki nilai minimum 2,00 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 4,0577 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai

standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,64666 dari nilai rata-rata jawaban responden.

6) Persepsi pelaku UMKM (Y)

Berdasarkan tabel 8 diatas, variabel Persepsi pelaku UMKM (Y) memiliki nilai minimum 2,75 nilai maksimum 5,00 dan *mean* 3,5433 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,53026 dari nilai rata-rata jawaban responden.

1. Hasil Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Hasil Uji validitas dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation*, nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai *r* tabel yang dicari pada signifikansi 0,01 dengan uji 2 sisi (Ghozali, 2016). Nilai *r* tabel dihitung dengan menggunakan analisis *df* (*degree of freedom*) yaitu dengan rumus $df = n-2$ dengan *n* adalah jumlah responden. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi *r* hitung $> r$ tabel, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila nilai korelasi *r* hitung $< r$ tabel. Dengan demikian, nilai $df = (n-2 = 52-2) = 0.2732$. Hasil pengujian validitas untuk setiap variabel ditampilkan dalam tabel 9 berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	R Hitung	R Table	Kesimpulan
X1.1	0,876	0.2732	Valid
X1.2	0,961	0.2732	Valid

X1.3	0,912	0.2732	Valid
X2.1	0,971	0.2732	Valid
X2.2	0,975	0.2732	Valid
X3.1	0,886	0.2732	Valid
X3.2	0,902	0.2732	Valid
X3.3	0,861	0.2732	Valid
X4.1	0,934	0.2732	Valid
X4.2	0,966	0.2732	Valid
X4.3	0,913	0.2732	Valid
X5.1	0,966	0.2732	Valid
X5.2	0,971	0.2732	Valid
X5.3	0,913	0.2732	Valid
Y1	0,856	0.2732	Valid
Y2	0,902	0.2732	Valid
Y3	0,927	0.2732	Valid
Y4	0,771	0.2732	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Berdasarkan pada hasil Uji Validitas pada tabel 9, bahwa semua item pada kuesioner menunjukkan variabel adalah *Usage barrier* (X1), *Value barrier* (X2) sikap keuangan (X3), *Tradition barrier* (X4), *Image barrier* (X5) dan Persepsi pelaku UMKM (Y) valid dimana seluruh indeks nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel sebesar 0.2039. Sehingga hasil dari uji validitas dari semua variabel diatas menyatakan bahwa uji validitas sesuai dengan pernyataan yang ada dalam metode analisis data.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai keandalan dalam mengukur suatu dimensi. Pengukuran ini dilakukan untuk mengukur reliabelitas dengan menggunakan statistik

Cronbach Alpha (α). Suatu variabel yang dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ menurut (Sunyoto, 2013). Hasil pengujian Reliabelitas dapat ditunjukkan dalam tabel 14 berikut:

Tabel 10 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i> (α)	Keterangan
<i>Usage barrier</i>	3	0,904	Realible
<i>Value barrier</i>	2	0,943	Realible
<i>Risk barrier</i>	3	0,857	Realible
<i>Tradition barrier</i>	3	0,931	Realible
<i>Image barrier</i>	3	0,952	Realible
Persepsi pelaku UMKM	4	0,886	Realible

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Berdasarkan pada Tabel 10 diatas, dapat diketahui bahwa uji reliabilitas dari masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan di dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Maka hasil dari uji reliabilitas dinyatakan telah sesuai dengan pernyataan yang ada dalam metode analisis data menurut (Sunyoto, 2013)

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, *error* yang dihasilkan mempunyai distribusi

normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal. Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal. Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal:

Tabel 11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.33738462
Most Extreme Differences	Absolute		.058
	Positive		.047
	Negative		-.058
Test Statistic			.058
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e Sig.			.937
99% Confidence Interval			Lower Bound .931
			Upper Bound .943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig > diatas 0,05 sehingga data dapat dikatakan sebagai data yang baik atau data yang berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya, maka hubungan antara variabel

independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Untuk menguji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas (Sunjoyo, 2013). Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 15 berikut ini:

Tabel 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
	Model	Tolerance	VIF
1	Usage barrier	.799	1.251
	Value barrier	.726	1.378
	Risk barrier	.820	1.220
	Tradition barrier	.685	1.461
	Image barrier	.882	1.133

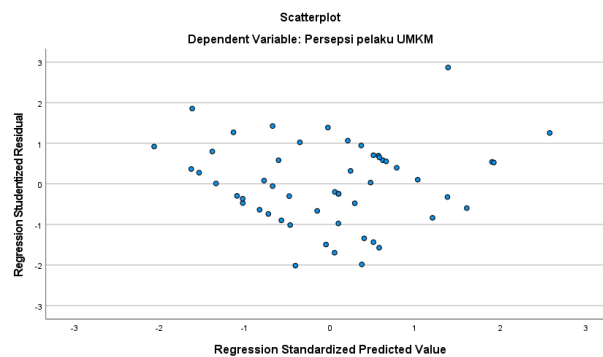
a. Dependent Variable: Persepsi pelaku UMKM

Berdasarkan Tabel 12, terlihat bahwa variabel *Usage barrier*, *Value barrier*, *Risk barrier*, *Tradition barrier* serta *Image barrier* memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10. Hal ini berarti dalam model persamaan regresi tidak terdapat gejala multikolonearitas sehingga data dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* di mana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu

serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah 2026

Berdasarkan gambar 4 grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebar pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas dalam penyebaran data tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedaktisitas pada model regresi tersebut, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Persepsi pelaku UMKM dengan variabel yang mempengaruhi yaitu *Usage barrier*, *Value barrier*, *Risk barrier*, *Tradition barrier* serta *Image barrier*.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah hasil uji asumsi klasik dilakukan dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan model regresi memenuhi asumsi klasik, maka tahap berikut adalah melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui

hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Regresi adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS diperoleh persamaan yang dapat dilihat dalam tabel 13 berikut:

Tabel 13 Model Persamaan Regresi

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.180	.520		-.347	.730
	Usage barrier	.167	.077	.227	2.167	.035
	Value barrier	-.084	.090	-.103	-.931	.357
	Risk barrier	.516	.102	.526	5.079	.000
	Tradition barrier	.303	.108	.318	2.809	.007
	Image barrier	.067	.082	.082	.820	.416

a. Dependent Variable: Persepsi pelaku UMKM

Berdasarkan pada Tabel 13, Maka persamaan regresi yang di dapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,180 + 0,167 X_1 - 0,084 X_2 + 0,516 X_3 + 0,303 X_4 + 0,067 X_5$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -0,180 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel ini *Usage barrier* (X1) *Value barrier* (X2) *Risk barrier* (X3) *Tradition barrier* (X4) serta *Image barrier* (X5) bernilai 0 maka variabel Persepsi pelaku UMKM (Y) sebesar -0,180.
- 2) Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel *Usage barrier* (X1) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,167$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel

Usage barrier (X1), Maka akan terjadi kenaikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

3) Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel *Value barrier* (X2) memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai yaitu $b = -0,084$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel *Value barrier* (X2), Maka akan terjadi penurunan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

4) Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel *Risk barrier* (X3) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,516$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel *Risk barrier* (X3), Maka akan terjadi kenaikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

5) Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel *Tradition barrier* (X4) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,303$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel *Tradition barrier* (X4), Maka akan terjadi kenaikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

6) Berdasarkan tabel 13 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel *Image barrier* (X5) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,067$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel *Image barrier* (X5), Maka akan terjadi kenaikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentasi pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel 14 dibawah ini:

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.551	.35525

a. Predictors: (Constant), Image barrier, Risk barrier, Value barrier, Usage barrier, Tradition barrier

b. Dependent Variable: Persepsi pelaku UMKM

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) pada Tabel 14, menunjukkan bahwa besarnya nilai yang diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,595 yang berarti 59,5% variabel Persepsi pelaku UMKM (Y) dipengaruhi oleh variabel *Usage barrier* (X1) *Value barrier* (X2) *Risk barrier* (X3) *Tradition barrier* (X4) serta *Image barrier* (X5). Sedangkan sisanya (100-59,5%) adalah sebesar 40,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan, yaitu faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti faktor individu (tingkat pendidikan, literasi digital, dan pengalaman penggunaan teknologi), faktor lingkungan (dukungan pemerintah, sosialisasi perpajakan, dan ketersediaan jaringan internet), faktor sosial (pengaruh lingkungan atau komunitas), serta faktor sistem (kualitas, kemudahan, dan keamanan aplikasi).

c. Uji t

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji t yaitu dengan melihat nilai signifikansi t hitung, Jika nilai signifikansi t hitung $<$ dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 15 Hasil Uji t

		Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.180	.520	-.347	.730
	Usage barrier	.167	.077	.227	2.167
	Value barrier	-.084	.090	-.103	.357
	Risk barrier	.516	.102	.526	5.079
	Tradition barrier	.303	.108	.318	2.809
	Image barrier	.067	.082	.082	.820

a. Dependent Variable: Persepsi pelaku UMKM

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 15, Dapat di jelaskan sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel *Usage barrier* (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,035 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Usage barrier* (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Nilai t yang bernilai +2,167

menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel *Value barrier* (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,357 yaitu lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Value barrier* (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

3) Pengujian Hipotesis (H3)

Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel *Risk barrier* (X3) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Risk barrier* (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Nilai t yang bernilai +5,079 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen.

4) Pengujian Hipotesis (H4)

Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel *Tradition barrier* (X4) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,007 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis diterima

sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Tradition barrier* (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Nilai t yang bernilai +2,809 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen.

5) Pengujian Hipotesis (H5)

Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel *Image barrier* (X5) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,416 yaitu lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Image barrier* (X5) tidak berpengaruh terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y).

d. Uji F

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan uji distribusi F, yaitu dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel ANOVA. Uji F berguna untuk menguji apakah ada pengaruh Pengaruh variabel *Usage barrier* (X1), *Value barrier* (X2) *Risk barrier* (X3), *Tradition barrier* (X4) *Image barrier* (X5) dan Persepsi pelaku UMKM (Y).

Adapun cara yang kita gunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F adalah dengan membandingkan nilai signifikan (sig.) atau nilai probabilitas hasil output Anova. Jika nilai sig. $< 0,005$, maka hipotesis diterima jika nilai signifikan $> 0,005$ maka hipotesis ditolak. Adapun hasil output SPSS dalam analisis regresi berganda dibuatkan.

Tabel 16 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.535	5	1.707	13.526	.000 ^b
	Residual	5.805	46	.126		
	Total	14.340	51			

a. Dependent Variable: Persepsi pelaku UMKM

b. Predictors: (Constant), Image barrier, Risk barrier, Value barrier, Usage barrier, Tradition barrier

Tabel 16 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,000 yakni lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Usage barrier* (X1), *Value barrier* (X2), *Risk barrier* (X3), *Tradition barrier* (X4) dan *Image barrier* (X5) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y), dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari nilai signifikan 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat Persepsi pelaku UMKM.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Usage barrier* terhadap Persepsi pelaku UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Usage barrier* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku

UMKM (Y). Semakin baik *Usage barrier* maka semakin baik Persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak begitupun sebaliknya semakin buruk *usage barrier* maka akan berpengaruh buruk terhadap Persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak. Dalam penelitian ini, pelaku UMKM yang dimaksud adalah pelaku usaha sektor kuliner seperti penjual bakso bakar, mie ayam, sari laut, warung makan, serta usaha kuliner kecil lainnya yang menjalankan kewajiban perpajakan melalui aplikasi pajak digital.

Ketika pelaku UMKM memahami sejak awal tantangan yang mungkin dihadapi, mereka cenderung menilai aplikasi pembayaran pajak sebagai sistem yang serius, formal, dan memiliki standar tertentu, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap keandalan dan kredibilitas aplikasi dalam mendukung kewajiban perpajakan.

Selain itu, pengaruh positif *usage barrier* juga mengindikasikan bahwa keberadaan hambatan penggunaan tidak selalu menjadi faktor penghalang adopsi, melainkan dapat berfungsi sebagai pemicu proses pembelajaran dan adaptasi teknologi. Pelaku UMKM yang menyadari adanya *usage barrier* cenderung lebih termotivasi untuk mencari informasi, mengikuti sosialisasi, dan meningkatkan literasi digital agar dapat menggunakan aplikasi pembayaran pajak secara optimal. Secara empiris, signifikansi ini dapat terjadi karena hambatan penggunaan merupakan faktor yang langsung dirasakan oleh pelaku UMKM dalam menggunakan sistem. Ketika pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam

penggunaan, seperti kurangnya pemahaman teknologi, tampilan aplikasi yang rumit, atau keterbatasan kemampuan digital, maka hal tersebut akan membentuk persepsi mereka terhadap sistem yang digunakan. Oleh karena itu, *Usage Barrier* menjadi faktor penting yang memengaruhi bagaimana pelaku UMKM menilai suatu teknologi (Dafitri R & Daryani D, 2025).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Adnyani et al., 2023) yang menyatakan bahwa hambatan dalam penggunaan teknologi digital dapat memengaruhi sikap serta penerimaan pengguna terhadap suatu sistem. Ketika suatu teknologi dianggap sulit digunakan atau membutuhkan kemampuan tambahan untuk mengoperasikannya, maka hal tersebut akan membentuk persepsi pengguna terhadap teknologi tersebut. Penelitian ini juga didukung oleh (Widayani et al., 2025) yang hasil penelitiannya menunjukkan *usage barrier* berpengaruh signifikan terhadap resistensi inovasi pada UMKM dalam penggunaan *mobile payment*, di mana sistem yang dianggap sulit digunakan membentuk persepsi negatif terhadap teknologi tersebut.

Variabel *usage barrier* dalam penelitian ini mengacu pada konsep *Innovation Resistance Theory* (IRT) yang menyatakan bahwa hambatan penggunaan berkaitan dengan tingkat kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan suatu inovasi. Hambatan ini muncul ketika pengguna merasa teknologi terlalu kompleks, membutuhkan usaha lebih, atau tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Dalam penelitian ini,

penggunaan indikator seperti kesulitan memahami fitur aplikasi, langkah penggunaan yang terasa rumit, serta keterbatasan kemampuan dalam menggunakan gadget menunjukkan bahwa hambatan penggunaan merupakan faktor yang secara langsung dirasakan oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, semakin tinggi hambatan yang dirasakan, maka akan semakin kuat pengaruhnya dalam membentuk persepsi pelaku UMKM terhadap aplikasi pembayaran pajak, baik secara positif maupun negatif tergantung pada bagaimana pengguna menyikapi hambatan tersebut.

2. Pengaruh *Value barrier* terhadap Persepsi pelaku UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Value barrier* (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Variabel *Value barrier* dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependent dalam penelitian ini yaitu Persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak, hal ini dikarenakan nilai signifikan yang dihasilkan pada uji t lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa *Value barrier* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi pelaku UMKM.

Secara empiris, kondisi ini dapat terjadi karena pelaku UMKM pada sektor usaha makanan seperti penjual bakso bakar, bolu kukus, kue tradisional, serta berbagai usaha kuliner rumahan lainnya cenderung lebih mempertimbangkan kemudahan penggunaan sistem dibandingkan dengan perbandingan nilai manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi

tersebut. Selama aplikasi perpajakan dapat digunakan dengan mudah dan membantu aktivitas administrasi usaha, maka aspek perbandingan antara biaya, waktu, dan usaha yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh tidak menjadi pertimbangan utama bagi pelaku usaha kuliner skala kecil tersebut.

Selain itu, tidak signifikannya *value barrier* juga dapat disebabkan oleh adanya persepsi bahwa aplikasi pembayaran pajak yang digunakan telah memberikan manfaat yang cukup bagi pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman lokal. Manfaat tersebut antara lain kemudahan dalam melakukan pembayaran pajak, transparansi transaksi, serta membantu pencatatan administrasi perpajakan secara lebih tertata. Oleh karena itu, para pelaku usaha makanan tradisional tidak lagi memandang nilai atau manfaat aplikasi sebagai suatu hambatan dalam penggunaannya. Dengan demikian, *value barrier* bukan merupakan faktor yang dominan dalam membentuk persepsi pelaku UMKM terhadap penggunaan aplikasi pembayaran pajak.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Musyaffi et al., 2022) yang hasil penelitiannya menunjukkan persepsi manfaat yang rendah dan ketidakyakinan terhadap keuntungan praktis menjadi faktor utama resistensi UMKM terhadap sistem pembayaran digital. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian (Herwin Ardianto, 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital pada

UMKM memberikan berbagai keuntungan seperti proses pembayaran yang lebih cepat, mengurangi risiko kesalahan perhitungan, serta meningkatkan efisiensi transaksi sehingga dapat mendukung produktivitas dan operasional usaha.

Secara teoritis, *value barrier* merupakan salah satu dimensi dalam *Innovation Resistance Theory* (IRT) yang menjelaskan bahwa hambatan nilai muncul ketika individu menilai bahwa suatu inovasi tidak memberikan manfaat yang sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Dalam penelitian ini, indikator *value barrier* disesuaikan dengan instrumen kuesioner yang digunakan, yaitu (1) persepsi bahwa aplikasi tidak memberikan nilai tambah yang tercermin dari anggapan bahwa membayar pajak melalui aplikasi tidak lebih menguntungkan dibandingkan datang langsung ke kantor pajak, serta (2) persepsi bahwa penggunaan aplikasi belum memberikan efisiensi, khususnya terkait waktu dan biaya seperti penggunaan internet/kuota, yang ditunjukkan melalui anggapan bahwa aplikasi tidak menghemat waktu dalam pembayaran pajak. Kedua indikator tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak terlalu menjadikan aspek nilai sebagai hambatan utama, sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi mereka dalam penggunaan aplikasi pembayaran pajak.

3. Pengaruh *Risk barrier* terhadap Persepsi pelaku UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Risk barrier* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku

UMKM (Y). Semakin baik *Risk barrier* maka semakin baik persepsi Pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak begitupun sebaliknya jika *Risk barrier* pelaku UMKM buruk maka tentunya akan berdampak buruk terhadap dalam persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak. Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMKM yang dimaksud mencakup berbagai sektor usaha kecil seperti usaha minuman, jajanan tradisional, serta usaha kuliner rumahan. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Risk barrier* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi pelaku UMKM.

Pengaruh positif *risk barrier* terhadap persepsi pelaku UMKM terhadap penggunaan aplikasi pembayaran pajak menunjukkan bahwa kesadaran akan potensi risiko, seperti keamanan data, kesalahan transaksi, dan kerahasiaan informasi keuangan, justru membentuk persepsi yang lebih hati-hati namun konstruktif terhadap aplikasi tersebut. Pelaku UMKM pada sektor usaha kecil seperti penjual minuman, jajanan tradisional, maupun pedagang makanan ringan cenderung menilai teknologi secara lebih rasional ketika mereka memahami adanya potensi risiko yang mungkin terjadi. Apabila aplikasi pembayaran pajak dinilai memiliki sistem keamanan yang memadai serta didukung oleh otoritas resmi, maka persepsi yang terbentuk akan menjadi lebih positif serta meningkatkan kepercayaan terhadap penggunaan sistem tersebut. Secara empiris, signifikansi ini dapat dijelaskan karena pelaku UMKM cenderung memiliki kekhawatiran terhadap berbagai risiko yang mungkin timbul,

seperti risiko kesalahan dalam penggunaan sistem, keamanan data, maupun ketidakpastian hasil yang diperoleh. Ketika tingkat risiko yang dirasakan meningkat, maka hal tersebut akan secara langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap sistem yang digunakan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Mangambe et al., 2025) yang menyatakan bahwa persepsi risiko dalam penggunaan sistem pembayaran digital pada UMKM dapat memengaruhi sikap serta penilaian pelaku usaha terhadap teknologi tersebut, terutama terkait keamanan data, potensi kesalahan transaksi, dan keandalan sistem yang digunakan. (Widayani et al., 2025) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dalam penggunaan sistem pembayaran digital memengaruhi sikap dan persepsi UMKM terhadap teknologi, terutama ketika pengguna merasa tidak yakin terhadap keandalan dan keamanan sistem yang digunakan.

Secara teoritis, *risk barrier* merupakan salah satu dimensi dalam *Innovation Resistance Theory* (IRT) yang menjelaskan bahwa hambatan risiko muncul akibat adanya ketidakpastian serta kekhawatiran pengguna terhadap kemungkinan kerugian yang dapat timbul dari penggunaan suatu inovasi. Dalam penelitian ini, indikator *risk barrier* berdasarkan instrumen kuesioner yang digunakan meliputi kekhawatiran terhadap keamanan data NPWP saat menggunakan aplikasi, rasa takut terjadinya kegagalan transaksi seperti uang pajak hilang atau tidak tercatat, serta adanya

keraguan terhadap keamanan sistem aplikasi dari ancaman hacker atau penipuan. Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kekhawatiran yang dirasakan oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula pengaruhnya dalam membentuk persepsi mereka terhadap penggunaan aplikasi pembayaran pajak.

4. Pengaruh *Tradition barrier* terhadap Persepsi pelaku UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Tradition barrier* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Semakin baik *Tradition barrier* pelaku UMKM seperti usaha makanan khas daerah, misalnya bolu cukke dan produk kuliner lokal lainnya maka akan berpengaruh baik terhadap persepsi pelaku UMKM dalam dalam penggunaan aplikasi pajak begitupun sebaliknya semakin buruk *Tradition barrier* pelaku UMKM maka akan berpengaruh buruk terhadap persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pajak. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *Tradition barrier* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi pelaku UMKM.

Kesadaran akan adanya *tradition barrier* membuat pelaku UMKM menilai penggunaan aplikasi pembayaran pajak sebagai bentuk inovasi yang menawarkan alternatif lebih praktis dan efisien dibandingkan cara tradisional. Proses perbandingan ini membentuk persepsi positif bahwa aplikasi pembayaran pajak mampu memberikan kemudahan, menghemat waktu, serta mengurangi ketergantungan pada prosedur administratif yang

berbelit. Hal ini sejalan dengan penelitian (Musyaffi et al., 2022) yang menjelaskan bahwa hambatan tradisi muncul ketika pengguna masih terbiasa dengan metode konvensional sehingga cenderung menilai inovasi baru dengan membandingkannya terhadap praktik lama yang telah mereka gunakan dalam aktivitas usaha.

Selain itu, pengaruh positif *tradition barrier* mengindikasikan bahwa perubahan dari kebiasaan lama ke sistem digital dapat menjadi momentum transformasi perilaku pelaku UMKM seperti pengusaha bolu kukke, pedagang kue tradisional, serta berbagai usaha kuliner lokal lainnya dalam pengelolaan kewajiban perpajakan. Ketika pelaku UMKM tersebut mulai menyadari keterbatasan metode tradisional, seperti antrian panjang dan keterbatasan waktu layanan, mereka menjadi lebih terbuka terhadap penggunaan aplikasi pembayaran pajak. Kondisi ini membentuk persepsi bahwa meskipun penggunaan aplikasi menuntut penyesuaian dari kebiasaan yang telah lama dijalani, manfaat yang diperoleh dalam jangka panjang jauh lebih besar, sehingga mendorong penerimaan positif terhadap teknologi pembayaran pajak.

Secara empiris, signifikansi ini dapat terjadi karena banyak pelaku UMKM yang masih terbiasa menggunakan cara-cara konvensional dalam menjalankan usahanya, termasuk dalam pengelolaan administrasi dan perpajakan. Perubahan menuju sistem digital seringkali menuntut penyesuaian yang tidak mudah, sehingga kebiasaan lama yang telah mengakar dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap sistem baru.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa *tradition barrier* berkaitan dengan kecenderungan pengguna mempertahankan kebiasaan lama sehingga dapat memengaruhi penerimaan terhadap inovasi teknologi (Shafira & Belgiawan, 2024).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Ikwanto & Indriani, 2025) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan UMKM, menunjukkan pentingnya kemampuan digital dalam mendorong adopsi pembayaran digital.

Secara teoritis, *tradition barrier* merupakan salah satu dimensi dalam *Innovation Resistance Theory* (IRT) yang menjelaskan bahwa hambatan tradisi muncul karena adanya kebiasaan lama yang telah melekat pada individu sehingga menimbulkan resistensi terhadap inovasi baru. Dalam penelitian ini, indikator *tradition barrier* berdasarkan instrumen kuesioner yang digunakan meliputi pernyataan bahwa pelaku UMKM sudah terbiasa dan merasa lebih nyaman membayar pajak langsung di kantor, anggapan bahwa cara manual sudah terbukti aman selama ini, serta keengganan untuk beralih ke aplikasi karena sudah terbiasa menggunakan metode manual. Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan dan kenyamanan terhadap metode tradisional masih menjadi faktor yang memengaruhi persepsi pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi pembayaran pajak.

5. Pengaruh *Image barrier* terhadap Persepsi pelaku UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Image barrier* (X5) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Persepsi pelaku UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kondisi *image barrier* yang lebih baik atau lebih buruk tidak memberikan dampak yang berarti terhadap persepsi pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner dalam penggunaan aplikasi pajak. Dengan kata lain, citra awal yang melekat terhadap aplikasi pajak belum menjadi penentu utama persepsi para pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner dalam menerima atau menolak penggunaan teknologi tersebut. Hasil ini menolak hipotesis kelima yang menyatakan bahwa *Image barrier* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner.

Ketika pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner mulai mengenal dan mencoba aplikasi pajak, citra negatif yang sebelumnya melekat tidak selalu menjadi faktor utama dalam pembentukan persepsi mereka terhadap aplikasi tersebut. Pengalaman langsung dalam menggunakan aplikasi pajak cenderung lebih berperan dibandingkan dengan citra atau stigma awal yang berkembang di masyarakat. Penelitian (Al et al., 2025) menunjukkan Hal ini sejalan dengan temuan meta-analisis yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, dukungan pemerintah, dan infrastruktur digital lebih berpengaruh terhadap adopsi teknologi dibanding citra teknologi.

Selain itu, tidak signifikkannya pengaruh image barrier menunjukkan bahwa citra aplikasi bukan faktor dominan dalam penerimaan teknologi di kalangan pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner. Dukungan pemerintah, tampilan aplikasi yang ramah pengguna, serta kemudahan akses informasi membuat pelaku UMKM menilai aplikasi berdasarkan fungsi dan manfaatnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Octiva et al., 2024) yang menyatakan bahwa UMKM menghadapi hambatan implementasi teknologi informasi lebih karena keterbatasan sumber daya, keterampilan digital, dan resistensi terhadap perubahan, sementara persepsi citra teknologi tidak menjadi faktor utama yang menentukan penerimaan sistem baru.

Secara empiris, kondisi ini dapat dijelaskan karena pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner membentuk persepsi berdasarkan pengalaman langsung mereka terhadap aplikasi pajak dalam aktivitas usaha sehari-hari. Ketika aplikasi tersebut dirasakan memberikan kemudahan atau manfaat yang jelas, pengaruh citra negatif awal menjadi kurang relevan. Sebaliknya, jika pengalaman penggunaan aplikasi tidak sesuai harapan, citra awal dapat memperkuat penolakan atau ketidakpercayaan terhadap sistem teknologi baru.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa citra awal aplikasi pajak tidak signifikan dalam memengaruhi persepsi pelaku UMKM kuliner dan usaha non kuliner, yang cenderung menilai teknologi berdasarkan pengalaman dan manfaat nyata. Temuan ini relevan bagi

pengembangan strategi adopsi teknologi oleh pemerintah dan penyedia aplikasi, terutama dalam memastikan kemudahan penggunaan, penyampaian informasi yang jelas, dan dukungan operasional bagi UMKM.

Secara teoritis, *image barrier* merupakan salah satu dimensi dalam *Innovation Resistance Theory* (IRT) yang berkaitan dengan persepsi negatif atau citra tertentu terhadap suatu inovasi yang dapat memengaruhi penerimaan pengguna. Dalam penelitian ini, indikator *image barrier* berdasarkan instrumen kuesioner yang digunakan meliputi adanya rasa kurang percaya terhadap pihak yang membuat aplikasi pajak, adanya pengaruh pengalaman atau cerita negatif dari orang lain mengenai aplikasi sejenis, serta anggapan bahwa aplikasi terasa terlalu canggih atau tidak sesuai untuk usaha kecil. Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa citra yang terbentuk di awal tidak selalu menjadi pertimbangan utama bagi pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi pembayaran pajak, sehingga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mereka.