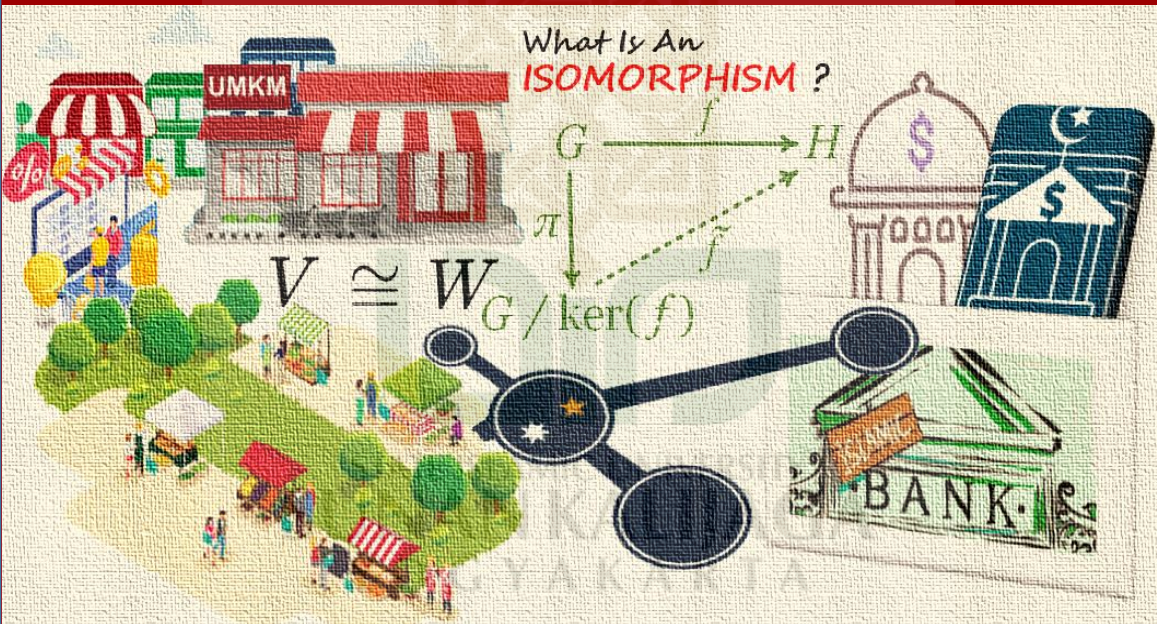


USMAN

**MODEL PERILAKU ADOPTSI PRODUK
DAN LAYANAN KEUANGAN SYARIAH
OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**





**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN
LAYANAN KEUANGAN SYARIAH OLEH
UMKM: PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**



**Oleh:
Usman
NIM. 1630316006**

DISERTASI

**Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Doktor Ekonomi Islam**

**YOGYAKARTA
2022**



**PERNYATAAN KEASLIAN
DAN BEBAS DARI PLAGIARISME**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program Studi : Doktor (S3) Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam

menyatakan bahwa naskah disertasi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Saya yang menyatakan,



Usman
NIM. 1630316006

STAF UNIVERSITAS
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id

PENGESAHAN

Judul Disertasi : MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM: PENDEKATAN
TEORI ISOMORFISME
Ditulis oleh : Usman
NIM : 1630016006
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam

**Telah dapat diterima
Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor (Dr.)
Dalam Bidang Studi Islam**

Yogyakarta, 23 Agustus 2022

An. Rektor/
Ketua Sidang.



Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
NIP.: 19721204 199703 1 003

STAF PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

YUDISIUM

BISMILLĀHIRRAHMĀNIRRAHĪM

DENGAN MEMPERTIMBANGKAN JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN KEBERATAN PARA PENILAI DALAM UJIAN TERTUTUP (PADA TANGGAL 27 MEI 2022), DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM SIDANG UJIAN TERBUKA, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS, **USMAN** NOMOR INDUK: **1630016006** LAHIR DI **SEMARANG**, TANGGAL **24 APRIL 1970**,

LULUS DENGAN PREDIKAT :

~~PUJIAN (CUM LAUDE)/SANGAT MEMUASKAN/MEMUASKAN**~~

KEPADA SAUDARA DIBERIKAN GELAR DOKTOR **STUDI ISLAM** KONSENTRASI **EKONOMI ISLAM** DENGAN SEGALA HAK DAN KEWAJIBAN YANG MELEKAT ATAS GELAR TERSEBUT.

*SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE-847.

YOGYAKARTA, 23 AGUSTUS 2022

An. REKTOR /
KETUA SIDANG,












Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., , M.Ag.

NIP.: 19721204 199703 1 003

** CORET YANG TIDAK DIPERLUKAN

**DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI
UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR**

Nama Promovendus : Usman ()
NIM : 1630016006
Judul Disertasi : MODEL PERILAKU ADOPTSI PRODUK LAYANAN KEUANGAN SYARIAH
OLEH UMKM: PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME

Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. ()
Sekretaris Sidang : Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si. ()
Anggota : 1. Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., DBA. ()
(Promotor/Penguji)
2. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak., CA., ()
ACPA.
(Promotor/Penguji)
3. RR. Fosa Sarassina, MBA., Ph.D. ()
(Penguji)
4. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. ()
(Penguji)
5. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. ()
(Penguji)
6. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag ()
(Penguji)

Di Ujikan di Yogyakarta pada hari Selasa tanggal 23 Agustus 2022

Tempat : Aula Lt. 1 Gd. Pascasajana UIN Sunan Kalijaga
Waktu : Pukul 10.00 WIB. S.d. Selesai
Hasil / Nilai (IPK) : 3.75
Predikat Kelulusan : ~~Pujian (Cum laude)~~ / Sangat Memuaskan / ~~Memuaskan~~

Sekretaris Sidang,




Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si.
NIP.: 19750701 200501 1 007

PENGESAHAN PROMOTOR

Promotor:

Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D.



(_____)

Promotor:

Dr. Misnen Ardiansyah, SE, MSi., AK, CA, ACPA



(_____)

NOTA DINAS

Kepada Yth.:
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalaamu'alikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah proposal disertasi berjudul:

**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**

yang ditulis oleh:


Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program/Prodi : Doktor/Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam (EI)

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 Mei 2022, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Agama Islam.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 11 Juli 2022

Promotor I,



Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D.

NOTA DINAS

Kepada Yth.:
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalaamu'alikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah proposal disertasi berjudul:

**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**

yang ditulis oleh:

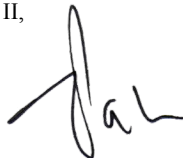
Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program/Prodi : Doktor/Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam (EI)

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 Mei 2022, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Agama Islam.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Juli 2022

Promotor II,



Dr. Misnen Ardiansyah, SE, M.Si., Ak., CA., ACPA.

NOTA DINAS

Kepada Yth.:
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalaamu'alikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah proposal disertasi berjudul:

**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**

yang ditulis oleh:

Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program/Prodi : Doktor/Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam (EI)

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 Mei 2022, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Agama Islam.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Juli 2022

Penguji,



Fosa Sarassina, MBA, Ph.D.

NOTA DINAS

Kepada Yth.:
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalaamu'alikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah proposal disertasi berjudul:

**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**

yang ditulis oleh:

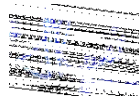
Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program/Prodi : Doktor/Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam (EI)

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 Mei 2022, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Agama Islam.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Penguji,



Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.

NOTA DINAS

Kepada Yth.:
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalaamu'alikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah proposal disertasi berjudul:

**MODEL PERILAKU ADOPSI PRODUK DAN LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH OLEH UMKM:
PENDEKATAN TEORI ISOMORFISME**

yang ditulis oleh:

Nama : Usman
NIM : 1630316006
Program/Prodi : Doktor/Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam (EI)

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 27 Mei 2022, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Agama Islam.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Juli 2022

Penguji,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya partisipasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia pada produk dan layanan keuangan syariah, padahal UMKM terbukti berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Peningkatan adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM perlu diupayakan agar lanskap keuangan syariah nasional menjadi lebih baik.

Sejauh ini, seluruh penelitian terdahulu tentang determinan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM telah menggunakan basis teori kognitif individual. Mengingat UMKM adalah sebuah organisasi, penggunaan perspektif organisasional perlu dikedepankan sebagai kerangka dasar penyelidikannya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengisi celah kekosongan penelitian di area faktor-faktor penentu adopsi produk dan layanan keuangan syariah dari sisi permintaan (*demand side*) khususnya oleh organisasi bisnis dengan menggunakan perspektif organisasional. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dan memvalidasi model perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM dengan pendekatan teori institusional, dan sekaligus mempertimbangkan ranah yang lebih menyeluruh. Melalui kajian komprehensif, penelitian ini berhasil mengkonstruksi sebuah model konseptual untuk memprediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM menggunakan kerangka kerja teori isomorfisme. Model yang dikembangkan menghadirkan tekanan isomorfisme (koersif, mimetik, dan normatif) yang mewakili karakteristik eksternal organisasi, GCG yang mewakili karakteristik internal organisasi, dan sebuah konstruk baru bernama *Halal Self-Awareness* (HSA) yang mewakili karakteristik pemimpin.

Teknik analisis PLS-SEM digunakan untuk memvalidasi model. Data untuk analisis diperoleh dari survei dengan cara membagikan kuesioner kepada UMKM yang memenuhi kriteria sampel. Empat kabupaten/kota ditetapkan sebagai sub populasi sasaran, yaitu Semarang, Pekalongan, Jepara, dan Cilacap. Kuesioner dibagikan dalam bentuk Google Formulir dan kuesioner tercetak (*paper-based*). Dari 271 respon yang diterima, sebanyak 242 respon dinyatakan baik dan ditetapkan sebagai sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model penelitian ini baik, di mana 60,5% variabilitas perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah

dapat dijelaskan oleh model penelitian ini. Hasil analisis membuktikan bahwa tekanan koersif dan mimetik mempunyai pengaruh positif signifikan. Meskipun demikian, tekanan normatif tidak terbukti. HSA sebagai konstruk baru tidak mempunyai peran sebagai prediktor langsung dari perilaku adopsi UMKM. HSA justru mampu menunjukkan perannya sebagai pemoderator relasi dependensi antara tekanan koersif dan mimetik di satu sisi terhadap perilaku adopsi UMKM di sisi yang lain. Hasil analisis juga menunjukkan adanya pengaruh positif langsung dari *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM. GCG sekaligus mampu memoderasi relasi dependensi antara tekanan koersif dan mimetik di satu sisi terhadap perilaku adopsi UMKM di sisi yang lain.

Hasil penelitian ini berkontribusi pada *body of knowledge* dalam domain kajian perilaku UMKM dan keuangan syariah. Model yang dihasilkan dapat menjadi alternatif bahkan pengganti kerangka kerja penyelidikan di area perilaku adopsi keuangan syariah oleh organisasi bisnis. Konstruk HSA yang baru diperkenalkan dapat menjadi alternatif pengukur karakteristik individu dalam penyelidikan yang berkaitan dengan adopsi produk atau konsep halal. Secara keseluruhan, penelitian ini telah membuka jalan untuk studi-studi yang lebih komprehensif tentang teori institusional dan UMKM serta kaitannya dengan perilaku adopsi produk dan konsep halal.

Kata kunci: UMKM, keuangan syariah, isomorfisme, *halal self-awareness*, *corporate governance*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research is motivated by the low participation of Indonesia's Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Islamic financial products and services, even though MSMEs have been proven to contribute greatly to the national economy. Increasing the adoption of Islamic financial products and services by MSMEs needs to be strived for so that the national Islamic finance landscape becomes better.

So far, all previous studies on the behavioral determinants of the adoption of Islamic financial products and services by MSMEs have used the basis of individual cognitive theory. Considering that MSMEs are an organization, the use of an organizational perspective needs to be put forward as the basic framework for the investigation.

This research is intended to fill research gaps in the area of determinants of the adoption of Islamic financial products and services from the demand side, especially by business organizations using an organizational perspective. The purpose of this study is to develop and validate a behavioral model for the adoption of Islamic financial products and services by MSMEs with an institutional theory approach and, at the same time, consider a more comprehensive realm. Through a comprehensive study, this study successfully constructed a conceptual model to predict the behavior of the adoption of Islamic financial products and services by MSMEs using the isomorphism theory framework. The developed model presents isomorphism pressures (coercive, mimetic, and normative) that represent the external characteristics of the organization, GCG, which represents the organization's internal characteristics, and a new construct called Halal Self-Awareness (HSA) which represents the characteristics of leaders.

The PLS-SEM analysis technique was used to validate the model. Data for the analysis was obtained from a survey by distributing questionnaires to MSMEs that met the sample criteria. Four districts/cities were designated as the target sub-populations: Semarang, Pekalongan, Jepara, and Cilacap. Questionnaires were distributed in the form of Google Forms and paper-based questionnaires. Of the 271 responses received, a total of 242 responses were declared good and were designated as samples. The results of this study indicate that this research model is good, where 60.5% of

the behavioral variability of MSMEs to adopt Islamic financial products and services can be explained by this research model. The results of the analysis prove that coercive and mimetic pressures have a significant positive effect. However, normative pressure is not proven. HSA as a new construct does not have a role as a direct predictor of MSMEs adoption behavior. HSA is actually able to show its role as a moderator of the dependency relationship between coercive and mimetic pressures on the one hand and the adoption behavior of MSMEs on the other. The results of the analysis also show that there is a direct positive influence of Good Corporate Governance (GCG) on the behavior of the adoption of Islamic financial products and services by MSMEs. GCG is also able to moderate the dependency relationship between coercive and mimetic pressures on the one hand and the adoption behavior of MSMEs on the other.

The results of this study contribute to the body of knowledge in the domain of MSMEs behavior studies and Islamic finance. The resulting model can be an alternative and even a substitute for an investigation framework in the area of behavioral adoption of Islamic finance by business organizations. The newly introduced HSA construct can be an alternative measure of individual characteristics in investigations related to the adoption of halal products or concepts. Overall, this research has paved the way for more comprehensive studies on institutional theory and MSMEs and their relation to product adoption behavior and halal concepts.

Keywords: MSMEs, Islamic finance, isomorphism, halal self-awareness, corporate governance.

مستخلص البحث

الخلفية الكامنة وراء هذا البحث هي المشاركة المنخفضة من المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا في المنتجات والخدمات المالية الإسلامية، على الرغم من أنها أثبتت مساهمتها الضخمة في الاقتصاد الوطني. زيادة تبني المنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة يجب أن يتم متابعتها حتى يصبح المشهد الوطني للتمويل الإسلامي أفضل.

حتى الآن، جميع البحوث السابقة حول محددات سلوك التبنّي للمنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة تستخدم أساس النظرية المعرفية الفردية. بالنظر إلى أن المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة هي منظمة، فإن استخدام منظور تنظيمي يحتاج إلى طرحه كإطار أساسي للتحقيق.

يركز هذا البحث على سد الثغرات البحثية في مجال محددات التبنّي للمنتجات والخدمات المالية الإسلامية من جانب الطلب، وخاصة من قبل منظمة الأعمال باستخدام منظور تنظيمي. وأهداف البحث هي التطوير والتحقق من صحة نموذج سلوكي لتبني المنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من خلال نهج النظرية المؤسسية، بالإضافة إلى النظر في المجال أكثر شمولاً. من خلال الدراسة الشاملة، نجح هذا البحث في بناء نموذج مفاهيمي للتنبؤ بسلوك تبني المنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة باستخدام إطار نظرية التشابه. يقدم النموذج المطور ضغوطاً للتشابه (قسرية، ومحاكية، ومعيارية) والتي تمثل الخصائص الخارجية للمنظمة، وحوكمة الشركات الجيدة التي يمثل الخصائص الداخلية للمنظمة، وبنية جديدة تسمى بالوعي الذاتي للحلال الذي يمثل خصائص القيادة.

استخدام أسلوب التحليل متعدد التغيرات-نموذج المعادلة الهيكلية (PLS-SEM) للتحقق من صحة النموذج. والبيانات للتحليل يتم الحصول عليها من الاستقصاء عن طريق توزيع الاستبيانات على المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تستوفي معايير العينة. أربع مناطق أو مدن يتم تحديدها باعتبار على أنها مجموعة سكانية فرعية مستهدفة،

وهي سيمارانج، وبيكالونجان، وجيارا، وسيلاجاب. ويتم توزيع الاستبيانات على شكل نماذج جوجل واستبيانات ورقية. من بين 271 إجابة مستلمة، 242 إجابة جيدة وأثبتت كعينات. أشارت نتائج البحث إلى أن نموذج البحث جيد، حيث أن 60,5% من متغير سلوك المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لتبني المنتجات والخدمات المالية الإسلامية يمكن تفسيره من خلال نموذج البحث. وأثبتت نتائج التحليل أن الضغوط القسرية والمحاكية لها تأثير إيجابي كبير. ومع ذلك، لم يتم إثبات الضغط المعياري. الوعي الذاتي للحلال بصفته عينية جديدة ليس له دور كمؤشر مباشر لسلوك التبني للمنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. والوعي الذاتي للحلال قادر في الواقع على إظهار دوره كمهدئ لعلاقة التبعية بين الضغوط القسرية والمحاكية من ناحية، وسلوك التبني للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من ناحية أخرى. وأشارت نتائج التحليل أيضا أن هناك تأثيرا إيجابيا مباشرا لحوكمة الشركات الجيدة على سلوك التبني للمنتجات والخدمات المالية الإسلامية من قبل المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. كما أن حوكمة الشركات الجيدة قادرة على تهدئة علاقة التبعية بين الضغوط القسرية والضغوط المحاكية من ناحية، وسلوك التبني للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من ناحية أخرى.

نتائج البحث قد ساهمت في تكوين هيئة المعرفة في مجال دراسات السلوك للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة والتمويل الإسلامي. ويمكن أن يكون النموذج الناتج بديلا أو عوضا لإطار البحث في مجال سلوك التبني للتمويل الإسلامي من قبل منظمات الأعمال. يمكن أن تكون بنية الوعي الذاتي للحلال التي تم التعرف عليها مقبلا بديلا للخصائص الفردية في التحقيقات المتعلقة بتبني المنتجات أو مفهوم الحلال. بشكل عام، مهد هذا البحث طريقا للدراسات الشاملة حول النظرية المؤسسية والمشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بسلوك التبني للمنتجات ومفهوم الحلال.

الكلمات المفتاحية : المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، التمويل الإسلامي، التشابه، الوعي الذاتي للحلال، حوكمة الشركات.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah ‘*Azza wa Jalla*. Wujud yang Maha Pengasih, yang telah menciptakan segala sesuatu dengan rahmat dan ilmu. RahmatMu meliputi setiap titik pada seluruh ciptaan dan keberadaan. Kami membaca ayat-ayat rahmat-Mu, menentramkan hati dengan kelembutan-Mu. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada pembimbing umat, Rasulullah Muhammad SAW, bagi keluarganya, sahabatnya, dan umatnya hingga akhir zaman.

Suatu kebahagiaan yang tak ternilai atas keagungan rahmatNya yang telah menghantarkan pada selesainya penulisan disertasi ini. “Model Perilaku Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM: Pendekatan Teori Isomorfisme” adalah judul disertasi ini yang ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar doktor dalam bidang studi Ekonomi Islam, Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Atas terselesaikannya disertasi ini, penulis haturkan terimakasih dengan segala penghormatan tulus nan tinggi kepada ibunda Fatimah M. Alwi (Alm) dan ayahanda Dachlan Salim Zarkasyi (Alm). Semoga Allah mengampunimu dan memuliakanmu, menjadikan engkau berdua dalam golongan hamba-hambaNya yang shalih.

Ada banyak upaya yang harus dilakukan, dan tentu ada banyak campur tangan dari banyak pihak yang bijak dan penuh empati yang masing-masing tak terpisahkan memberi sumbangsih besar dalam penulisan disertasi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terimakasih disertai penghormatan yang besar kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, MA. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. dan H. Ahmad Muttaqin., S.Ag., M.Ag., MA, Ph.D selaku Direktur dan Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ahmad Rafiq, MA., Ph.D selaku Ketua Program Doktor beserta seluruh jajaran pengelola Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terimakasih atas dukungan, pelayanan, dan

kemudahan yang diberikan kepada penulis selama menempuh studi pascasarjana di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta hingga selesainya penulisan disertasi ini dengan baik.

2. Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA, Ph.D dan Dr. Misnen Ardiansyah, M.Si., Akt., CA., ACPA selaku promotor penulis, yang penuh dengan dedikasi dan kesabaran dalam membimbing dan melayani, memberikan arahan dan masukan selama penulisan disertasi ini. Terimakasih juga atas kemudahan-kemudahan yang luar biasa yang diberikan kepada penulis untuk dapat menemui dan berkomunikasi dalam rangka penyelesaian disertasi ini.
3. Ibu Fosa Sarassina, MBA, Ph.D selaku dosen penguji dalam Ujian Pendahuluan dan Ujian Tertutup yang telah banyak memberikan masukan dan arahan sehingga membuat disertasi ini menjadi lebih bermakna. Terimakasih juga kepada Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag dan Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku penguji Ujian Tertutup atas masukan dan saran perbaikan disertasi ini.
4. Rektor Udinus, Prof. Dr. Ir. Edi Noersasongko, M.Kom, Dekan FEB Udinus Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D, dan Dr. Agus Paryitno selaku dekan FEB periode sebelumnya, sereta Kaprodi Manajemen FEB Udinus Dr. Mahmud, MM, serta Prof. Dr. Amron, MM dan Dr. Harry Subagyo, MM selaku Kaprodi periode sebelumnya, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan kesempatan dan dorongan kepada penulis untuk melaksanakan studi lanjut S3.
5. Dr. Moch. Nur Ichwan, S.Ag., M.A selaku dosen penasihat akademik, dan para dosen pengampu matakuliah di Program Ekonomi Islam yang telah memberikan teladan ilmu dan teladan berfikir yang luar biasa kepada penulis, teruntuk: Prof. Amin Abdullah, Prof. Musa Asy'ari, Prof. Abdussalam Arif, Prof. Alwan Khoiri, Prof. Hadri Kusuma, Dr. Misnen Ardiansyah, Dr. Syafiq Mahmadah, Dr. Ali Sodiqin, Dr. Aly Abdel Moneim, Dr. M Abdul Karim, Dr. Zuhri, Dr. Ibnu Qizam, Agus Widarjono, Ph.D, Akhsyim Afandi, Ph.D, Dr. Ahmad Baidowi, dan. Dr. Abdul Haris. Terimakasih juga kepada staf administrasi yang

telah memberikan layanan yang baik, teristimewa kepada mbak Intan dan juga kepada mbak Fenti, Pak Sujanto, Pak Amir, dan seluruh jajaran administrasi Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Para pelaku UMKM di Semarang, Jepara, Cilacap, dan Pekalongan yang telah bersedia menjadi responden penelitian disertasi ini, serta kepada Bapak Nanung Meru dari Bank Jateng Syariah dan adik-adik mahasiswa Progdil Manajemen FEB Universitas Dian Nuswantoro yang telah membantu dalam pengumpulan dan tabulasi data penelitian ini.
7. Ibu mertua penulis, Ibu Hj. Hestuti Mulyo yang telah memberikan dukungan moril dan materiil serta doa tiada henti selama penulis menempuh studi doktoral. Istri tercinta Diah Komalasari beserta ketiga buah hati penulis Malka, Isyka, dan Raana yang telah memberikan perhatian, doa dan dukungan lain yang sangat luar biasa. Juga perhatian dan dukungan dari saudara-saudara kandung penulis, teruntuk Kak Ruqiyah, Kak Dahlia, Kak Azizah, Kak Bulqis, Bang Abu Bakar, Kak Aisyah, Kak Khodijah, Bang Bunyamin, Kak Siti Rahmah, Kak Latifah, Jauhari, dan Baihaqi.
8. Yang teristimewa Bp. Dr. Bambang Jatmiko beserta keluarga atas motivasi, bantuan, dan dukungan luar biasa baik moril maupun materiil yang telah diberikan kepada penulis. Juga rekan-rekan penulis lainnya teruntuk Dr. Herry Subagyo, Dr. Sih Darmi Astuti, Prof. Amron, Dr. Mahmud, Dr. Yohan, Pak Entot, Dr. Piji Pakarti, Ali Mursid, Ph.D., Dr. Suhana, Dr. Winarsih, Pak Herry Prasetya, Dr. Suryo Pratolo, dan rekan-rekan penulis lain baik di Semarang maupun di Yogyakarta yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Kawan-kawan Ekonomi Islam (ISMECS) angkatan 2016 yang tidak henti memberikan semangat dukungan, teruntuk Suad Fikriawan, Ratih, Sumadi, Alvien, Ambo Dalle, Nurhidayat, Tho'in, Rusnaena, dan Ahmad Ibandi. Juga terimakasih atas dukungan dan kerjasama dari rekan-rekan angkatan 2016 lainnya serta seluruh mahasiswa S3 UIN Sunan Kalijaga yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

10. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses studi dan penyelesaian disertasi ini.

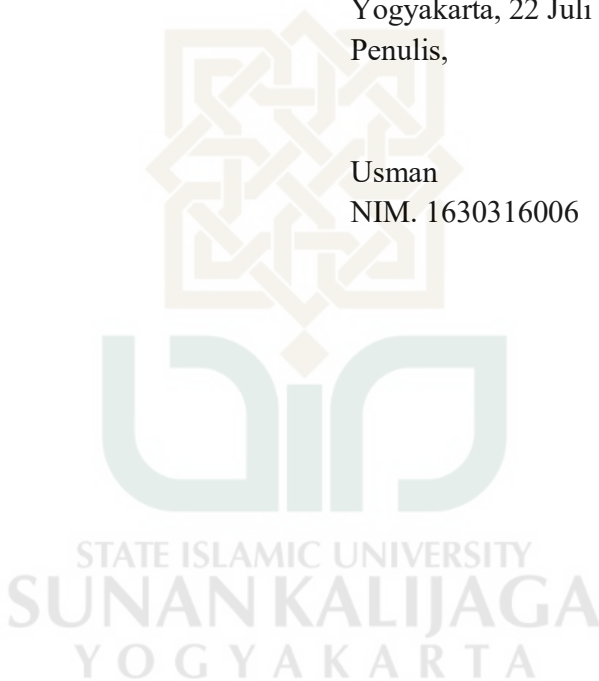
Semoga amal dan budi baik dari Bapak, Ibu, dan saudara-saudara semua mendapat imbalan yang berlimpah dari Allah SWT dan menjadi amal sholih yang diterima. Penulis berharap disertasi ini dapat memberi banyak manfaat bagi kalangan akademik maupun masyarakat luas, sekaligus dapat memberikan sumbangsih nyata bagi perkembangan bisnis dan ekonomi Islam di Indonesia.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Penulis,

Usman

NIM. 1630316006



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME	v
PENGESAHAN	vi
YUDISIUM.....	vii
DEWAN PENGUJI	viii
PENGESAHAN PROMOTOR	ix
NOTA DINAS.....	x
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
مستخلص البحث	xix
KATA PENGANTAR.....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxv
DAFTAR TABEL	xxix
DAFTAR GAMBAR.....	xxx
DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH	xxxi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kegunaan Penelitian	18
E. Orisinalitas dan Kontribusi Penelitian	19
F. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	25
A. UMKM dan Partisipasinya pada Keuangan Syariah	25
1. Lembaga Keuangan Syariah.....	25
2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	28

3. Partisipasi UMKM pada Lembaga Keuangan Syariah..	30
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
1. Peta Studi di Area Adopsi Keuangan Syariah	33
2. Studi Terdahulu tentang Adopsi Keuangan Syariah oleh UMKM	37
3. Kerangka Kerja Isomorfisme Institusional dalam Studi di Area Bisnis dan Keuangan Syariah.....	45
4. Studi Terdahulu tentang Halal Awareness dan Self- Awareness.....	54
5. Studi Terdahulu tentang Corporate Governance pada UMKM	63
C. Landasan Teori	69
1. Perilaku Adopsi.....	69
2. Teori Keperilakuan Terkait Adopsi Keuangan Syariah	75
3. Teori Isomorfisme Institusional.....	81
4. Isomorfisme Institusional pada UMKM.....	89
5. Awareness, Self-awareness, dan Halal Self-awareness.	95
6. Corporate Governance pada UMKM	105
D. Pengembangan Hipotesis Penelitian	122
1. Hubungan antara Tekanan Koersif dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM.....	123
2. Hubungan antara Tekanan Mimetik dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM.....	128
3. Hubungan antara Tekanan Normatif dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM.....	132
4. Hubungan antara <i>Halal Self-Awareness</i> dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM	136
5. Hubungan <i>Halal Self-Awareness</i> terhadap Relasi antara Tekanan Isomorfisme dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM	142
6. Hubungan antara <i>Good Corporate Governance</i> dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM	151
7. Hubungan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Relasi antara Tekanan Isomorfisme dan Adopsi Produk dan Layanan Keuangan Syariah oleh UMKM	154
E. Kerangka Pemikiran.....	170
BAB III. METODE PENELITIAN	173

A.	Desain Penelitian.....	173
B.	Populasi dan Sampel.....	175
	1. Populasi dan Populasi Sasaran	175
	2. Sampel dan Ukuran Sampel	179
C.	Definisi Operasional Variabel.....	182
D.	Pengembangan Instrumen.....	188
	1. Pengembangan Kuesioner.....	188
	2. Desain Survei <i>Pretest</i>	190
	3. Deskripsi Data Responden <i>Pretest</i>	191
	4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Pretest</i>)	191
	5. Perbaikan Kuesioner.....	195
	6. Skala Pengukuran	196
E.	Metode Pengumpulan Data.....	198
F.	Teknik Analisis Data	200
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		211
A.	Gambaran Umum Responden dan Data Penelitian	211
	1. Deskripsi Pengumpulan Data	211
	2. Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	212
	3. Tingkat Pendidikan Responden.....	214
	4. Bidang Usaha Responden	216
	5. Jumlah Pekerja	217
	6. Umur Perusahaan.....	219
	7. Partisipasi Responden pada Keuangan Syariah.....	220
	8. Deskripsi Data Penelitian.....	222
B.	Hasil Analisis Data	226
	1. Model Struktural Lengkap	226
	2. Pemeriksaan Data.....	227
	3. Estimasi Model.....	228
	4. Evaluasi Model Pengukuran.....	230
	5. Evaluasi Model Struktural.....	235
	6. Uji Hipotesis Relasi Struktural.....	241
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	246
	1. Pengaruh Tekanan Koersif terhadap Perilaku Adopsi	251
	2. Pengaruh Tekanan Mimetik terhadap Perilaku Adopsi	256

3. Pengaruh Tekanan Normatif terhadap Perilaku Adopsi	261
4. Pengaruh <i>Halal Self-Awareness</i> terhadap Perilaku Adopsi	266
5. Peran <i>Halal Self-Awareness</i> (HSA) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Koersif dan Perilaku Adopsi...	271
6. Peran <i>Halal Self-Awareness</i> (HSA) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Mimetik dan Perilaku Adopsi.	273
7. Peran <i>Halal Self-Awareness</i> (HSA) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Normatif dan Perilaku Adopsi	276
8. Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) terhadap Perilaku Adopsi.....	280
9. Peran <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Koersif dan Perilaku Adopsi	285
10. Peran <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Mimetik dan Perilaku Adopsi	289
11. Peran <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Pemoderasi Relasi antara Tekanan Normatif dan Perilaku Adopsi	292
BAB V. UTUP	297
A. Kesimpulan.....	297
B. Implikasi Penelitian	301
1. Implikasi Teoritis	301
2. Implikasi Praktis	303
DAFTAR PUSTAKA	307
LAMPIRAN 1	347
LAMPIRAN 2	361
LAMPIRAN 3	397
LAMPIRAN 4	421
LAMPIRAN 5	431

DAFTAR TABEL

Tabel 3-1: Deskripsi kuesioner.....	189
Tabel 3-2: Statistik Reliabilitas Konsistensi Internal dan AVE.....	192
Tabel 3-3: Statistik Reliabilitas Konsistensi Internal dan AVE (tanpa 6 indikator).....	194
Tabel 3-4: Fornell-Larcker Criterion	194
Tabel 3-5: Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	195
Tabel 3-6: Proporsi nilai industri dan ukuran sampel minimal	199
Tabel 4-1: Deskripsi pengumpulan data penelitian	212
Tabel 4-2: Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	213
Tabel 4-3: Deskripsi Partisipasi Responden pada Keuangan Syariah	220
Tabel 4-4: Deskripsi data untuk konstruk Koersif.....	222
Tabel 4-5: Deskripsi data untuk konstruk Mimetik.....	223
Tabel 4-6: Deskripsi data untuk konstruk Normatif.....	224
Tabel 4-7: Deskripsi data untuk konstruk HSA	224
Tabel 4-8: Deskripsi data untuk konstruk GCG.....	225
Tabel 4-9: Deskripsi data untuk konstruk Adopsi.....	226
Tabel 4-10: <i>Kurtosis</i> dan <i>Skewness</i>	228
Tabel 4-11: Alpha Cronbach, CR, dan AVE.....	231
Tabel 4-12: <i>Outer loading</i> dan taraf signifikansi observasi (<i>p-value</i>)	232
Tabel 4-13: Validitas Diskriminan – Kriteria Fornell-Larcker	234
Tabel 4-14: Validitas Diskriminan – Kriteria HTMT.....	234
Tabel 4-15: <i>Inner VIF</i>	236
Tabel 4-16: f^2 masing-masing konstruk terhadap konstruk endogenus Adopsi.....	239
Tabel 4-17: Nilai Q^2 untuk konstruk endogenus Adopsi	240
Tabel 4-18: Koefisien jalur, statistik <i>t</i> dan <i>p-value</i> hasil <i>bootstrapping</i>	242

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1. Kerangka Konseptual.....	170
Gambar 3-1. Desain Penelitian	176
Gambar 3-2. Desain Penelitian (lanjutan)	177
Gambar 3-3: Model struktural lengkap	202
Gambar 4-1: Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden	215
Gambar 4-2: Deskripsi Bidang Usaha.....	216
Gambar 4-3: Deskripsi Jumlah Pekerja.....	218
Gambar 4-4: Deskripsi Umur Perusahaan.....	219
Gambar 4-5: Hasil estimasi parameter model	229



DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH

AIDA	:	<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>
AVE	:	<i>Average Variance Extracted</i>
BI	:	Bank Indonesia
BMT	:	<i>Baitul Maal wa Tamwil</i>
BPR	:	Bank Perkreditan Rakyat
BPRS	:	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
BPS	:	Badan Pusat Statistik
BSI	:	Bank Syariah Indonesia
BUS	:	Bank Umum Syariah
CB-SEM	:	<i>Covariance-based SEM</i>
CG	:	<i>Corporate Governance</i>
CR	:	<i>Composite Reliability</i>
DOI	:	<i>Diffusion of Innovation</i>
EFA	:	<i>Exploratory Factor Analysis</i>
EMA	:	<i>Environmental Management Accounting</i>
ERM	:	<i>Enterprise Risk Management</i>
ERP	:	<i>Enterprise Resource Planning</i>
FSA	:	<i>Financial Self-Awareness</i>
GCG	:	<i>Good Corporate Governance</i>
HSA	:	<i>Halal Self-Awareness</i>
HTMT	:	<i>Heterotrait-Monotrait</i>
ICSR	:	<i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>
ICT	:	<i>Information Communication Technology</i>
IFC	:	<i>International Finance Corporation</i>
IFRS	:	<i>International Financial Reporting Standard</i>
IKNB	:	Institusi Keuangan Non Bank
ISEF	:	<i>Indonesia Sharia Economic Festival</i>
KJKS	:	Koperasi Jasa Keuangan Syariah
KNEKS	:	Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
KNKG	:	Komite Nasional Kebijakan Governansi

KNKS	:	Komite Nasional Keuangan Syariah
LKS	:	Lembaga Keuangan Syariah
MAKSI	:	Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia
MEKSI	:	Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia
MSA	:	<i>Managerial Self-Awareness</i>
NPWP	:	Nomor Pokok Wajib Pajak
OJK	:	Otoritas Jasa Keuangan
PDB	:	Produk Domestik Bruto
PLS	:	<i>Partial Least Square</i>
PYD	:	Pembiayaan Yang Diberikan
RMS	:	<i>Root Mean Square</i>
SEM	:	<i>Structural Equation Modeling</i>
SRMR	:	<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>
TAM	:	<i>Technology Acceptance Model</i>
TPB	:	<i>Theory of Planned Behavior</i>
TRA	:	<i>Theory of Reasoned Action</i>
UKM	:	Usaha Kecil dan Menengah
UMKM	:	Usaha Mikro Kecil dan Menengah
UUS	:	Unit Usaha Syariah
VIF	:	<i>Variance Inflation Factor</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kontribusi keuangan syariah terhadap portofolio keuangan nasional masih rendah. Salah satu indikatornya adalah pangsa pasar perbankan syariah yang baru sebesar 6,51% (per Desember 2020).¹ Keadaan ini telah menarik sejumlah peneliti untuk melakukan kajian di area ini dengan beragam perspektif. Salah satunya adalah dari perspektif korporasi, khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Sebagaimana diketahui, UMKM mempunyai kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Kontribusi ini setidaknya dapat dilihat dari jumlah unit usahanya, besarnya kontribusi terhadap PDB, dan tingkat serapan tenaga kerjanya.² Namun, partisipasi UMKM terhadap produk dan layanan keuangan syariah Indonesia masih kecil. Hal ini dapat dilihat dari pembiayaan oleh perbankan syariah untuk UMKM dan komparasinya dengan perbankan konvensional. Untuk konteks internasional, seperti negara-negara Timur Tengah dan Afrika Utara, kondisi yang dihadapi juga kurang-lebih sama.³

Rendahnya kontribusi UMKM terhadap portofolio keuangan syariah nasional berkorelasi dengan banyaknya studi yang menyelidiki faktor apa saja yang turut berperan atas keputusan UMKM untuk berpartisipasi dalam industri keuangan syariah di Indonesia. Sebagian besar studi terdahulu di area ini berkaitan dengan penyelidikan atas faktor-faktor penentu dari niat adopsi, sedangkan

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Snapshot Perbankan Syariah - Desember 2020* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020b)., 2

² Kementerian PPN/Bappenas, s.v. "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024.", 274 – 275.

³ Yasmeen Al Balushi *et al.*, "Omani SME perceptions towards Islamic financing systems," *Qualitative Research in Financial Markets*, (2019a), 372.

sisanya lebih fokus pada faktor-faktor penentu dari perilaku adopsi aktual.

Penyelidikan atas faktor-faktor penentu niat adopsi maupun perilaku adopsi aktual tersebut sebagian besarnya menggunakan model dasar dari teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*, TPB) dari Ajzen (1985, 1991) maupun modifikasinya. TPB didesain untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu.⁴ Penggunaan TPB tersebut didasarkan atas sejumlah pertimbangan. Misalnya, relevansi TPB untuk mengevaluasi pengambilan keputusan dalam bidang usaha kecil, yang mana keputusan keuangannya merupakan hasil dari preferensi pribadi pemilik.⁵ Pertimbangan lainnya adalah pemilik dan pengelola UMKM sering mengaitkan kebutuhan pembiayaan perusahaannya dengan motif non-keuangan, sehingga perspektif keperilakuan cocok untuk mengkaji kebutuhan pembiayaan UMKM.⁶ Penggunaan TPB untuk konteks UMKM juga dianggap relevan karena keputusan-keputusan dalam UMKM dibuat oleh eksekutif individu, bukan oleh tim manajemen puncak.⁷

Secara empiris, penggunaan TPB sebagai kerangka kerja untuk menyelidiki perilaku adopsi keuangan syariah oleh UMKM telah menunjukkan hasil yang positif.⁸ TPB juga terbukti mempunyai

⁴ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991), 181.

⁵ Yasmeen Al Balushi *et al.*, "Islamic financial decision-making among SMEs in the Sultanate of Oman: An adaption of the theory of planned behaviour," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20, (2018), 2.

⁶ Fairouz Badaj and Bouchra Radi, "Empirical investigation of SMEs' perceptions towards PLS financing in Morocco," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 2 (2018), 253.

⁷ David A Harrison *et al.*, "Executive decisions about adoption of information technology in small business: Theory and empirical tests," *Information systems research* 8, no. 2 (1997), 173.

⁸ Temuan ini sesuai dengan hasil studi oleh Badaj and Radi, "Empirical investigation of SMEs' perceptions ", Al Balushi *et al.*, "Islamic financial decision-making among SMEs", Juma Bananuka *et al.*, "Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda," *ISRA*

validitas empiris ketika digunakan dalam konteks keuangan, khususnya perilaku keputusan pembiayaan UMKM.⁹ Oleh karena itu menjadi wajar bila TPB banyak digunakan oleh banyak peneliti di area adopsi keuangan syariah oleh UMKM, di mana menurut asumsi mereka keputusan-keputusan perusahaan identik dengan keputusan individu pemilik atau manajer UMKM.

Meskipun argumentasi yang mereka kemukakan dapat diterima, akan tetapi investigasi yang mereka lakukan telah mengabaikan aspek keorganisasian dari UMKM. Keputusan UMKM untuk mengadopsi keuangan syariah bisa jadi didorong oleh preferensi pribadi pemilik-manajernya, akan tetapi perilaku keuangan individu tersebut juga dalam kapasitasnya sebagai pemimpin organisasi (UMKM). Artinya, ada banyak aspek organisasional yang turut mewarnai perilaku mereka tersebut baik dari sisi kepentingan, aspek-aspek yang dipertimbangkan, prosedur yang digunakan, hingga pengaruh dari lingkungan eksternal yang harus diperhatikan. Jadi, aspek-aspek keorganisasian untuk kasus perilaku adopsi oleh UMKM ini tidak bisa begitu saja diabaikan.

Meskipun hanya dalam konteks organisasi kecil, menjelaskan perilaku adopsi UMKM dengan hanya mendasarkan pada aspek psikologi kognitif individual saja akan memunculkan banyak perdebatan. Dalam konteks inovasi, fungsi kritis dari proses inovasi pada UMKM dipetakan pada karakteristik personal dan aktivitas organisasional.¹⁰ Faktor lingkungan dan pribadi turut menentukan

International Journal of Islamic Finance, (2019a) maupun Mariatul Aida Jaffar and Rosidah Musa, "Factorial Validation and Measurement Model of Attitude and Intention Towards Adoption of Islamic Financing Among Non-users" in *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry* (Springer, 2019).

⁹ Lihat Malte Brettel *et al.*, "Private equity for SME: a behavioural model of the demand-side perspective" (2009). <https://ssrn.com/abstract=1141068>..

¹⁰ Judy Matthews, "Innovation in Australian small and medium enterprises: Contributions from strategic human resource management," *Asia Pacific Journal of Human Resources* 40, no. 2 (2002), 196.

keputusan yang dibuat seseorang.¹¹ Hasil kajian Rogers (2003) terhadap ratusan studi tentang inovasi organisasi juga menyimpulkan adanya sejumlah prediktor dari inovasi organisasi yang diklasifikasikan ke dalam 3 karakteristik, yaitu: karakteristik pemimpin, karakteristik internal organisasi, dan karakteristik eksternal.¹² Ini berarti, hanya mempertimbangkan aspek pemimpin saja dan mengabaikan aspek internal dan eksternal dalam keputusan organisasi dapat memberikan hasil yang bias. Jadi, penting sekali untuk memperhatikan aspek internal dan eksternal dalam penyelidikan terkait keputusan keuangan UMKM.

Ada banyak hal yang perlu diperhatikan UMKM dalam kaitannya dengan aspek eksternal. Sebagaimana diketahui, lingkungan eksternal merupakan tempat bagi UMKM untuk mendapatkan sumber daya dan berbagai gagasan yang dibutuhkan untuk aktivitas operasional dan inovasi organisasi. Lingkungan eksternal ini berupa UMKM mitra, pesaing, komunitas UMKM, pemasok, konsumen, organisasi induk, regulator, masyarakat, dan organisasi-organisasi yang berhubungan secara langsung dan tidak langsung dengan UMKM. Ketergantungan UMKM pada lingkungan eksternal ini diwujudkan dalam bentuk hubungan antar organisasi yang bersifat formal, informal, atau berdasarkan hubungan sosial.¹³ Hal ini karena UMKM juga dimasukkan dalam konteks sosial, ekonomi, dan lingkungan di mana tindakannya akan berdampak.¹⁴

Hubungan formal, informal, dan sosial terhadap lingkungan eksternal yang dibangun oleh UMKM-UMKM dari waktu ke waktu

¹¹ Barbara Ed Rogoff and Jean Ed Lave, *Everyday cognition: Its development in social context* (Harvard University Press, 1984) dalam Norman E Amundson, "An interactive model of career decision making," *Journal of Employment Counseling* 32, no. 1 (1995), 11-12.

¹² Everett M Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th ed. (New York: Free Press, 2003), 359 – 360.

¹³ Graciela Corral de Zubielqui *et al.*, "Knowledge transfer between actors in the innovation system: a study of higher education institutions (HEIS) and SMES," *Journal of Business & Industrial Marketing*, (2015), 438.

¹⁴ Mário Franco and Pedro Gonçalo Matos, "Leadership styles in SMEs: a mixed-method approach," *International Entrepreneurship and Management Journal* 11, no. 2 (2015), 426.

akan mengakibatkan proses strukturalisasi. Proses ini ditandai dengan munculnya koalisi antar organisasi (UMKM) dan munculnya struktur kekuasaan yang terdefinisi secara jelas. Kekuasaan yang pada umumnya bersifat simbolik ini akan mengarahkan pada proses bisnis dan pola kerja UMKM yang hampir mirip antara satu dengan yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kekuatan lingkungan sosial telah mendorong berkembangnya homogenitas di antara UMKM dalam struktur formal mereka.

Fenomena di atas dapat dijelaskan melalui pandangan institusionalisme baru. Pandangan ini menekankan tentang bagaimana lingkungan eksternal secara sosial membangun organisasi. Lingkungan eksternal menyediakan pola untuk struktur dan kebijakan formal mereka sehingga masing-masing organisasi dapat meningkatkan legitimasinya dalam lingkup yang lebih luas.¹⁵ Jadi, berbagai perilaku UMKM, termasuk adopsi produk dan layanan keuangan syariah, boleh jadi muncul bukan atas pertimbangan rasional, melainkan sebagai upaya untuk meyakinkan diri mereka sendiri dan lingkungannya bahwa perilaku mereka bisa diterima.

Dapat dikatakan ada banyak perilaku UMKM yang sebenarnya merupakan upaya untuk mencapai legitimasi dalam lingkungan mereka yang lebih besar. Dorongan untuk mencapai legitimasi lingkungan ini pada akhirnya akan mengakibatkan organisasi-organisasi (UMKM) tersebut dari waktu ke waktu menjadi lebih mirip satu dengan yang lain, yaitu karena proses ekologi isomorfisme. Hal ini telah menjadi fokus dari teori institusional, yaitu mendasarkan pada adanya tekanan lingkungan eksternal yang dihadapi organisasi yang menyebabkan organisasi mengubah struktur, proses, dan perilakunya.

Menurut teori institusional, perusahaan yang beroperasi di industri serupa menjalani proses "isomorfisme" karena paparan tekanan lingkungan yang serupa. Isomorfisme adalah proses pembatasan yang memaksa satu unit dalam suatu populasi untuk

¹⁵ Walter W Powell and Patricia Bromley, "New institutionalism in the analysis of complex organizations," *International encyclopedia of social and behavioral sciences* 2, (2013), 764.

menyerupai unit lain yang menghadapi kondisi lingkungan yang serupa.¹⁶ Teori institusional mengidentifikasi tiga mekanisme melalui mana perubahan isomorfik institusional terjadi, yaitu: isomorfisme koersif, isomorfisme mimetik, dan isomorfisme normatif.¹⁷

Isomorfisme koersif berupa tekanan formal dan informal yang diberikan pada organisasi oleh organisasi lain di mana mereka bergantung dan tekanan oleh harapan budaya dalam masyarakat di mana organisasi berada.¹⁸ Tekanan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk paksaan, ajakan untuk bergabung,¹⁹ dan regulasi dari pemerintah. Tekanan juga dapat datang dari perusahaan induk, badan pengatur, para pelanggan, dan pemasok. Khusus tekanan informal dapat berasal dari budaya dan masyarakat, dan dapat juga berupa ajakan atau bujukan dari organisasi-organisasi formal termasuk pelanggan dan pemasok.²⁰ Tekanan koersif juga dapat berasal dari aspek persyaratan syariah dalam rangka menjalankan perintah agama.²¹ Dengan demikian, perlu diselidiki peran dari tekanan koersif ini terhadap perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

Isomorfisme mimetik merupakan proses peniruan yang dilakukan oleh sebuah organisasi terhadap organisasi lain di lingkungannya sebagai respon atas ketidakpastian. Ketidakpastian tersebut misalnya disebabkan oleh kurang memahami teknologi, tujuan organisasi kurang jelas, atau ketika lingkungan menciptakan

¹⁶ Paul J DiMaggio and Walter W Powell, "The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields," *American sociological review*, (1983), 149.

¹⁷ *Ibid.*, 150.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Liwei Li and Xiaohong Wang, "M-commerce adoption in SMEs of China: The effect of institutional pressures and the mediating role of top management," *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)* 16, no. 2 (2018), 49; Hock-Hai Teo *et al.*, "Predicting intention to adopt interorganizational linkages: An institutional perspective," *MIS quarterly*, (2003), 23.

²¹ Abdalla Mohamed Bashir, "Applying the Institutional Theory at the Level of Halal Consumers: The Case of Cape Town in South Africa," *Journal of Food Products Marketing* 25, no. 5 (2019a), 6.

ketidakpastian simbolis.²² Ketika organisasi merasa tidak pasti dalam memberikan tanggapan terhadap perubahan lingkungan atau terhadap tujuan dan tekanan tertentu, maka organisasi tersebut cenderung meniru organisasi lain dalam lingkungan yang sama.²³ Sebagaimana tekanan koersif, proses mimetik juga perlu diselidiki perannya terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

Mekanisme ketiga adalah tekanan normatif, yaitu tekanan yang diakibatkan oleh profesionalisasi. Individu-individu dalam suatu organisasi akan menunjukkan banyak kesamaan dengan rekan-rekan profesional mereka di organisasi lain. Oleh karena itu, norma-norma dalam organisasi tumbuh seiring dengan meningkatnya hubungan profesional antar organisasi yang dibangun. Hubungan profesional antar organisasi tersebut pada gilirannya akan membentuk norma dan potensi pengaruh terhadap perilaku organisasi.²⁴ Dengan demikian, perlu juga diselidiki apakah tekanan normatif dapat menjadi anteseden dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa teori institusional layak digunakan sebagai kerangka kerja untuk menyelidiki perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM. Sebagai sebuah organisasi, perilaku UMKM tersebut dipandang tepat didekati menggunakan perspektif teori institusional ini. Dengan demikian, ketiga mekanisme isomorfisme, yaitu koersif, mimetik, dan normatif, perlu diselidiki perannya sebagai prediktor langsung dari perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM dalam penelitian ini.

Sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya, ada 3 kelas karakteristik variabel independen yang telah digunakan oleh banyak

²² DiMaggio and Powell, "The iron cage revisited: Institutional isomorphism", 151.

²³ Syed Asim Ali Bukhari *et al.*, "Determinants and outcome of Islamic corporate social responsibility (ICSR) adoption in Islamic banking industry of Pakistan," *Journal of Islamic Marketing*, (2020), 737.

²⁴ Teo *et al.*, "Predicting intention to adopt interorganizational", 24.

studi terdahulu sebagai prediktor utama dari inovasi organisasi, yaitu: karakteristik pemimpin, karakteristik internal organisasi, dan karakteristik eksternal.²⁵ Ketiga variabel independen ini telah banyak digunakan sebagai basis penyelidikan berbagai perilaku adopsi oleh UMKM.²⁶ Selain faktor teknologi, karakteristik pemilik-manajer UMKM, faktor organisasional, dan faktor institusional merupakan tiga faktor lain yang menjadi antededen kunci dalam penyelidikan adopsi *e-Business* oleh UMKM.²⁷ Karakteristik pemilik-manajer merupakan bagian dari karakteristik pemimpin. Faktor organisasional yang berbicara tentang kesiapan organisasi untuk melakukan adopsi merupakan bagian dari karakteristik internal organisasi. Terakhir, faktor institusional yang berbicara tentang pengaruh lingkungan eksternal yang secara sosial membangun organisasi merupakan bagian dari karakteristik eksternal. Dengan demikian ketiga mekanisme isomorfisme dari DiMaggio and Powell (1983) merepresentasikan faktor institusional.

Berpijak dari uraian di atas ini, penyelidikan terhadap adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM ini dipandang tidak cukup bila hanya menghadirkan ketiga mekanisme isomorfisme sebagai prediktor dari perilaku adopsi tersebut. Karakteristik pemilik-manajer dan faktor organisasional juga perlu dipertimbangkan dalam kerangka kerja penyelidikan perilaku adopsi keuangan syariah tersebut.

Menurut teori *Diffusion of Innovation* (DOI), proses inovasi diawali dari *awareness* (kesadaran) pengetahuan individu pengambil keputusan, yaitu ketika dihadapkan pada keberadaan inovasi dan memperoleh pemahaman tentang fungsinya.²⁸ Teori ini

²⁵ Rogers, *Diffusion of Innovations* ..., 359 – 360.

²⁶ Misalnya: adopsi sistem informasi sumber daya manusia (Ahmer, 2013), adopsi teknologi (Abdullah, *et al.*, 2013), dan adopsi teknologi informasi dan komunikasi (Herath, *et al.*, 2020, Taylor, 2015).

²⁷ Vishnupriya Raghavan *et al.*, "Exploring e-business in Indian SMEs: adoption, trends and the way forward" in *Emerging Markets from a Multidisciplinary Perspective* (Springer, 2018), 99 – 102.

²⁸ Rogers, *Diffusion of Innovations* ..., 164.

mengungkapkan bahwa *awareness* mendahului keputusan untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi suatu inovasi. *Awareness* juga mengawali proses akuisisi dalam konteks efektivitas iklan,²⁹ yang pada akhirnya ini telah dijadikan rujukan utama dalam pengembangan berbagai model yang menjelaskan akuisisi atau adopsi produk. Berangkat dari sini, telah banyak studi yang menggunakan *awareness* sebagai prediktor dari perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah atau produk halal lainnya.³⁰

Dalam konteks produk halal, *awareness* diartikan sebagai memiliki perhatian atau pengalaman khusus terhadap sesuatu dan/atau mendapat informasi yang baik tentang apa yang terjadi saat ini pada makanan, minuman, dan produk halal.³¹ Kesadaran akan sesuatu itu merupakan bagian dari keberadaan manusia sehingga di atas

²⁹ Robert J Lavidge and Gary A Steiner, "A model for predictive measurements of advertising effectiveness," *Journal of marketing* 25, no. 6 (1961), 61.

³⁰ Lihat Muhamad Abduh and Magomed Idrisov, "The role of awareness and perceived values upon the acceptance of Islamic banking in Dagestan," *Journal of Islamic Banking and Finance* 31, no. 3 (2014), Abdulkader Kaakeh *et al.*, "Factors affecting customers' attitude towards Islamic banking in UAE," *International Journal of Emerging Markets*, (2019), Nira Hariyat Hartani *et al.*, "The Moderating role of religiosity to determine the influence of halal awareness and emotional marketing strategy for syariah based banking in Indonesian," *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 10, no. 10 (2020), Syed Ali Raza *et al.*, "Influential factors of Islamic insurance adoption: an extension of theory of planned behavior," *Journal of Islamic Marketing*, (2019a), Mansur Ahmed Kazaure, "Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria," *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2019), Inar Anggraini and Diah Setyawati Dewanti, "The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable," *Journal of Economics Research and Social Sciences* 4, no. 1 (2020), Abdalla Mohamed Bashir, "Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention," *British Food Journal*, (2019b), Muslichah *et al.*, "The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020), dan Z Zakaria *et al.*, "Influence of halal certification on customers' purchase intention" in *Terengganu International Business and Economics Conference* (2016).

³¹ Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiyuddin Bakar, "Halāl food and products in Malaysia: People's awareness and policy implications," *Intellectual Discourse* 21, no. 1 (2013), 13.

kesadaran tersebut terdapat *self-awareness* (kesadaran diri). *Self-awareness* didefinisikan sebagai keberadaan seseorang sebagai individu dengan pemikiran pribadinya tentang keadaan sesuatu.³²

Awareness juga diartikan sebagai waspada dan sadar akan lingkungan dan sebagai hasilnya memahami apa yang terjadi di sekitar kita, sedangkan *self-awareness* adalah kemampuan seseorang untuk tidak hanya sadar dan waspada dalam suatu lingkungan, tetapi juga kemampuan untuk memahami tujuan di dalamnya.³³ Oleh karena itu, dengan *self-awareness* memungkinkan diri seseorang mampu untuk memanfaatkan lingkungan sesuai dengan harapannya. Dengan demikian, *self-awareness* dipandang lebih spesifik dan lebih tepat untuk dipertimbangkan sebagai prediktor dari perilaku adopsi, khususnya sebagai representasi dari faktor karakteristik pemilik-manajer dalam konteks UMKM.

Sejumlah penelitian tentang peran *self-awareness* menunjukkan bahwa *self-awareness* memungkinkan para pemimpin lebih memahami nilai-nilai yang mereka anut. *Self-awareness* juga turut menentukan bagaimana para pemimpin tersebut menetapkan tujuan yang komprehensif dalam hidup mereka, bagaimana berinteraksi dengan orang lain, dan menentukan standar yang digunakan untuk mengukur pencapaian mereka.³⁴ *Self-awareness* juga terbukti secara empiris sebagai pendorong utama bagi pemilik-manajer UMKM untuk mengadopsi perilaku tertentu.³⁵ Selain itu, *self-awareness* juga terbukti memoderasi relasi antara *self-efficacy* dan niat perilaku.³⁶ Jadi, ada peran nyata dari *self-awareness* terhadap perilaku seseorang,

³² *Ibid.*

³³ Secret Entourage, "Differentiating Awareness from Self-Awareness" *Motivation* (2020). <https://www.secretentourage.com/motivation/differentiating-awareness-from-self-awareness/> (accessed 2 September 2020)..

³⁴ Cam Caldwell and Linda A Hayes, "Self-efficacy and self-awareness: moral insights to increased leader effectiveness," *Journal of Management Development*, (2016), 1166-1167.

³⁵ Viverita *et al.*, "Motives and challenges of small businesses for halal certification: the case of Indonesia," *World Journal of Social Sciences* 7, no. 1 (2017)

³⁶ Steven Prentice-Dunn and Beth Jacobs, "Effects of self-awareness and expectancies on behavioral intentions: Integrating self-efficacy theory and control theory," *Psychological reports* 58, no. 1 (1986), 146.

terlebih lagi dalam konteks kepemimpinan. Dengan demikian, *self-awareness* ini patut dipertimbangkan sebagai faktor karakteristik pemimpin atau karakteristik pemilik-manajer dalam konteks UMKM.

Studi yang dilakukan oleh Church (1997) memunculkan sebuah konstruk baru yang diberi nama *managerial self-awareness*, yaitu *self-awareness* yang terkait dengan kinerja kerja.³⁷ Terminologi *managerial self-awareness* ini diperlukan ketika membicarakan tingkat pemahaman seseorang terhadap perilaku dan kecakapan dirinya sendiri terkait dengan pekerjaan dan tempat kerjanya atau kinerja kerjanya. Dengan demikian, perlu ada terminologi yang lebih spesifik ketika *self-awareness* dikaitkan dengan konteks tertentu.

Konstruk *awareness* dalam konteks produk halal juga telah dikonseptualisasi oleh sejumlah peneliti sebagai *halal awareness*. Oleh karena itu, penelitian ini mempertimbangkan atribut “*halal*” untuk disematkan pada konstruk *self-awareness*. Penggunaan atribut tersebut karena konteks pembicaraan dalam penelitian ini terkait dengan produk dan layanan keuangan syariah, di mana *halal* menjadi representasi dari pemenuhan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, penelitian ini mengajukan sebuah konstruk yang benar-benar baru dan belum pernah dibicarakan dalam literatur akademik terdahulu. Konstruk ini diberi nama *halal self-awareness*. Memperhatikan definisi *self-awareness* dari Shaffer (2020),³⁸ *halal self-awareness* diartikan sebagai tingkat pemahaman seseorang tentang kemampuan, dorongan, kebutuhan, persepsi, dan suasana hati yang ada pada dirinya, yang terkait dengan produk halal, yang mana semuanya itu menjadikannya tahu untuk bersikap dalam menghadapi skenario atau situasi yang kompleks.

Konstruk *halal self-awareness* ini merepresentasikan karakteristik pemimpin (pemilik-manajer) UMKM yang perlu diselidiki perannya terhadap perilaku adopsi produk dan layanan

³⁷ Allan H Church, "Managerial self-awareness in high-performing individuals in organizations," *Journal of Applied Psychology* 82, no. 2 (1997), 281.

³⁸ Gary L Shaffer, "Self-Awareness" in *Emotional Intelligence and Critical Thinking for Library Leaders* (Emerald Publishing Limited, 2020), 7.

keuangan syariah oleh UMKM. Dengan memperhatikan definisinya, *halal self-awareness* akan menjadikan pemilik-manajer UMKM mampu mengambil sikap terbaik ketika ada tekanan isomorfisme pada usahanya terkait keputusan keuangannya. Dengan demikian, *halal self-awareness* ini berpotensi mengubah koefisien regresi dalam relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan keuangan syariah oleh UMKM. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyelidikan terhadap perannya sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

Sebuah faktor lagi yang perlu diperhatikan dalam konteks studi perilaku adopsi atau inovasi organisasi adalah faktor internal organisasi. Ada banyak faktor internal organisasi yang bisa digunakan, seperti karakteristik perusahaan, sumber daya organisasi, dan aspek-aspek managerial. Dalam menentukan faktor internal yang dipertimbangkan, penelitian-penelitian terdahulu selalu memperhatikan relevansinya dengan konteks perilaku adopsi yang sedang dibicarakan.³⁹ Mengingat penelitian ini terkait dengan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM, oleh karena itu faktor internal yang dipertimbangkan adalah terkait dengan akses UMKM pada produk dan layanan keuangan.

Ada beberapa kendala utama yang dihadapi UMKM di Indonesia untuk mengakses produk dan layanan keuangan, yaitu: masalah agunan, aspek legalitas, dan rekam jejak pencatatan

³⁹ Lihat studi yang dilakukan oleh Anas A Al-Bakri and Marios I Katsioloudes, "The factors affecting e-commerce adoption by Jordanian SMEs," *Management Research Review*, (2015), Mohd Irwan Dahnil *et al.*, "Factors influencing SMEs adoption of social media marketing," *Procedia-social and behavioral sciences* 148, (2014), Yi-Chun Huang *et al.*, "The effect of internal factors and family influence on firms' adoption of green product innovation," *Management Research Review*, (2016), Kesseven Padachi, "Factors affecting the adoption of formal accounting systems by SMEs," *Business and Economics Journal*, (2012), dan Daniel Prajogo and Christopher M McDermott, "Antecedents of service innovation in SMEs: Comparing the effects of external and internal factors," *Journal of Small Business Management* 52, no. 3 (2014).

keuangan.⁴⁰ Problematika khas pada UMKM ini berkaitan dengan kriteria akuntabilitas dan transparansi yang sebenarnya merupakan bagian utama dari prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*).

UMKM-UMKM yang dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansinya akan menjadi lebih mudah memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan perbankan (*bankable*).⁴¹ Sejalan dengan hal tersebut, rekam jejak tata kelola yang secara konsisten baik akan sangat membantu UMKM untuk mendapatkan akses keuangan.⁴² Selain itu, implikasi utama dari sistem tata kelola perusahaan (UMKM) yang berfungsi dengan baik adalah akses yang lebih mudah ke pendanaan dari investor dan lembaga keuangan.⁴³ Dengan demikian, *corporate governance* patut dipertimbangkan sebagai faktor internal yang berkedudukan sebagai prediktor dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

Sejumlah penelitian terdahulu juga telah membuktikan bahwa *corporate governance* turut menentukan mudah-sulitnya UMKM mendapatkan akses ke lembaga-lembaga keuangan. Namun, *corporate governance* memang selalu diasosiasikan dengan perusahaan besar, sehingga implementasi konsepnya di UMKM

⁴⁰ Lihat Muhammad Fuad and Meilyda Trianna, "Analisis Peran Pembiayaan oleh Pegadaian Syariah bagi Pengembangan UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2018), Maya Irtjayanti and Anton Mulyono Azis, "Barrier factors and potential solutions for Indonesian SMEs," *Procedia economics and finance* 4, (2012), Nurjannah Rahayu Kistanti *et al.*, "Kajian Aksesibilitas UMKM dan IKM terhadap Lembaga Keuangan di Kota Semarang," *Jurnal Riptek* 13, no. 2 (2019), dan I Made Narsa *et al.*, "Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (PSAK-ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)| Journal of Economics and Business Airlangga* 22, no. 3 (2012).

⁴¹ Jaswadi *et al.*, "SME governance in Indonesia—a survey and insight from private companies," *Procedia Economics and Finance* 31, (2015), 387.

⁴² Joshua Abor and Charles KD Adjasi, "Corporate governance and the small and medium enterprises sector: theory and implications," *Corporate Governance: The international journal of business in society*, (2007), 119.

⁴³ Joshua Abor and Nicholas Biekpe, "Corporate governance, ownership structure and performance of SMEs in Ghana: implications for financing opportunities," *Ibid.*, 296.

memunculkan banyak perdebatan. Oleh karena itu, para peneliti menggunakan pendekatan yang berbeda ketika berbicara penerapan *corporate governance* pada UMKM. *Corporate governance* untuk UMKM seharusnya menggunakan pendekatan pemangku kepentingan (*stakeholder*), yang berarti perusahaan (UMKM) tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham (pemilik), tetapi juga bertanggung jawab secara sosial, yaitu kepada masyarakat atau komunitas.⁴⁴ Mekanisme GCG ini memungkinkan adanya tekanan dari masyarakat yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja mereka, sehingga dapat membantu sektor UMKM menanamkan praktik manajemen yang lebih baik dan peluang pertumbuhan yang lebih besar.⁴⁵

Memperhatikan konsep *corporate governance* yang diterapkan untuk UMKM sebagaimana penjelasan di atas, nampak adanya persinggungan antara GCG dengan lingkungan sosial yang memberikan tekanan kepada perusahaan. Hal ini berarti, di samping perlunya investigasi pengaruh GCG terhadap adopsi produk dan layanan keuangan syariah, perlu juga diselidiki peran GCG dalam relasi antara tekanan isomorfisme terhadap perilaku adopsi keuangan syariah tersebut.

Mendasarkan pada penjelasan di atas, terdapat 3 faktor utama yang diduga berperan dalam adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM, yaitu tekanan isomorfisme, *halal self-awareness*, dan GCG. Tekanan isomorfisme (koersif, mimetik, dan normatif) yang bertindak sebagai faktor karakteristik eksternal akan diselidiki perannya sebagai prediktor utama dari adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM dalam penelitian ini. *Halal self-awareness* sebagai faktor karakteristik pemimpin dan GCG sebagai faktor intenal, keduanya akan diselidiki perannya sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah tersebut.

⁴⁴ Abor and Adjasi, "Corporate governance and the small", 117.

⁴⁵ *Ibid.*, 119.

Dapat disimpulkan bahwa meskipun UMKM terbukti mempunyai peranan besar terhadap perekonomian Indonesia, namun partisipasinya pada industri keuangan syariah nasional relatif kecil. Kondisi ini turut berkontribusi terhadap kurang atraktifnya portofolio industri keuangan syariah nasional. Di sisi lain, meskipun sudah banyak studi yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor penentu dari partisipasi pada produk dan layanan keuangan syariah, akan tetapi sebagian studi tidak menggunakan perspektif UMKM. Sementara itu, studi-studi terdahulu yang menggunakan perspektif UMKM, semuanya mendasarkan penyelidikannya pada teori perilaku individu, terutama teori perilaku terencana (TPB) atau turunannya. Oleh karena itu, penyelidikan dari sisi permintaan ini perlu dilakukan menggunakan pendekatan teori organisasi dengan mempertimbangkan ranah yang lebih menyeluruh, yaitu tekanan isomorfisme yang mewakili ranah eksternal organisasi, GCG yang mewakili ranah internal organisasi, dan sebuah konstruk baru bernama HSA yang mewakili ranah karakteristik pemimpin. Kerangka kerja penyelidikan ini dinyatakan sebagai model prediksi perilaku adopsi keuangan syariah oleh UMKM, dan validitas dari model ini penting untuk ditunjukkan melalui penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian sebagaimana telah diuraikan di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah model konseptual untuk memprediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM dengan menggunakan basis teori institusional dan sekaligus mempertimbangkan karakteristik pemimpin dan karakteristik internal organisasi?
2. Apakah model prediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM yang diajukan merupakan model yang baik dan dapat diterima?

3. Apakah mekanisme isomorfisme institusional, yaitu:
 - a) tekanan koersif,
 - b) tekanan mimetik, dan
 - c) tekanan normatif,masing-masing mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah?
4. Apakah HSA yang mewakili karakteristik pemimpin mempunyai peran signifikan sebagai:
 - a) Prediktor langsung dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah?
 - b) Pemoderasi relasi antara tekanan koersif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - c) Pemoderasi relasi antara tekanan mimetik dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - d) Pemoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
5. Apakah GCG yang mewakili karakteristik internal organisasi mempunyai peran signifikan sebagai:
 - a) Prediktor langsung dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah?
 - b) Pemoderasi relasi antara tekanan koersif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - c) Pemoderasi relasi antara tekanan mimetik dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - d) Pemoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan model konseptual yang digunakan untuk memprediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan

syariah oleh UMKM menggunakan basis teori institusional dengan 3 buah mekanisme isomorfisme, yaitu tekanan koersif, mimetik, dan normatif, dan sekaligus mempertimbangkan karakteristik pemimpin yang diwakili oleh konstruk baru bernama HSA dan karakteristik internal organisasi yang diwakili oleh GCG.

2. Untuk memvalidasi model prediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM yang telah dikembangkan.
3. Untuk menganalisis peran mekanisme isomorfisme institusional terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM, khususnya:
 - a) Menganalisis peran tekan koersif terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.
 - b) Menganalisis peran tekan mimetik terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.
 - c) Menganalisis peran tekan normatif terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.
4. Untuk menganalisis peran *halal self-awareness* (HSA) sebagai:
 - a) Prediktor langsung dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah?
 - b) Pemoderasi relasi antara tekanan koersif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - c) Pemoderasi relasi antara tekanan mimetik dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - d) Pemoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
5. Untuk menganalisis peran *good corporate governan* (GCG) sebagai:
 - a) Prediktor langsung dari perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah?
 - b) Pemoderasi relasi antara tekanan koersif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?
 - c) Pemoderasi relasi antara tekanan mimetik dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?

- d) Pemoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai kegunaan teoritis, empiris, dan praktis. Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengisi celah kekosongan studi di area penyelidikan determinan adopsi produk dan layanan keuangan syariah dari sisi permintaan (*demand side*) khususnya oleh organisasi bisnis dengan menggunakan perspektif organisasional.
2. Untuk menjustifikasi kesesuaian pendekatan teori institusional sebagai kerangka penyelidikan perilaku keuangan UMKM sekaligus mengkonfrontasikannya dengan perspektif perilaku individu pemilik-manajer UMKM sebagaimana telah digunakan oleh studi-studi terdahulu di area yang sama.
3. Untuk memperkenalkan sebuah konstruk baru dalam literatur akademik yang diberi nama HSA agar dapat dikaji lebih lanjut khususnya dalam studi-studi yang berkaitan dengan bisnis dan manajemen halal.

Sementara itu, kegunaan penelitian ini secara empiris adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan bahwa model prediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM yang diajukan merupakan model yang baik dan dapat diterima.
2. Untuk membuktikan bahwa mekanisme isomorfisme, yaitu tekanan koersif, mimetik, dan normatif, ketiganya mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.
3. Untuk membuktikan bahwa HSA mempunyai peran signifikan sebagai pemoderator relasi dependensi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

4. Untuk membuktikan bahwa GCG mempunyai peran signifikan sebagai pemoderator relasi dependensi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan kerangka kerja yang dapat dijadikan landasan teoritis oleh para pemangku kepentingan untuk merumuskan kebijakan terkait upaya meningkatkan inklusi keuangan syariah, pangsa pasar keuangan syariah dari sektor korporasi, dan upaya-upaya mensejahterakan UMKM melalui partisipasinya pada lembaga-lembaga keuangan syariah.

E. Orisinalitas dan Kontribusi Penelitian

Orisinalitas dari penelitian ini dapat ditunjukkan melalui sejumlah hal berikut ini:

1. Meskipun sudah banyak studi terdahulu yang menyelidiki faktor-faktor penentu partisipasi UMKM pada produk dan layanan keuangan syariah, akan tetapi kesemuanya telah menyandarkan penyelidikannya pada teori kognitif individual. Sejauh ini tidak ditemukan studi yang menggunakan perspektif organisasional sebagai basis penyelidikan untuk konteks UMKM tersebut. Dengan demikian, penelitian ini adalah untuk yang pertama kali menggunakan basis teori institusional untuk menyelidiki determinan dari perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM tersebut. Di samping itu, penelitian ini juga berusaha mempertimbangkan domain yang lebih lengkap dalam upaya penyelidikannya, yaitu meliputi karakteristik internal dan eksternal organisasi, dan karakteristik pemimpin. Oleh karena itu, model teoritis yang akan dikembangkan melalui penelitian ini akan menjadi model yang benar-benar baru dalam kajian akademik.
2. Penelitian ini telah memperkenalkan sebuah konstruk yang benar-benar baru dalam literatur akademik yang diberi nama *halal self-*

awareness (HSA). Konstruk ini merepresentasikan seberapa besar tingkat kesadaran diri seseorang terhadap produk dan konsep halal. HSA dihadirkan untuk mewakili karakteristik pemimpin UMKM, dan kedudukannya dalam model penelitian adalah sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

3. Meskipun GCG sudah banyak digunakan oleh sejumlah studi terdahulu dalam konteks UMKM dan juga dalam studi-studi yang berkaitan dengan adopsi konsep atau metode tertentu, akan tetapi sejauh ini tidak ditemukan studi terdahulu yang membicarakan relasi antara GCG dan adopsi produk dan layanan keuangan syariah sebagaimana penelitian ini. GCG dalam konteks UMKM dalam penelitian ini berkedudukan sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

Adapun kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan menutup celah kekosongan studi di area determinan adopsi produk dan layanan keuangan syariah dari sisi permintaan (*demand side*) yang menggunakan perspektif organisasional, sehingga diharapkan dapat berkontribusi pada pembentukan *body of knowledge* dalam domain kajian perilaku UMKM dan keuangan syariah.
2. Dibandingkan dengan hasil-hasil studi terdahulu yang lebih menekankan pada perilaku individual, maka sebagai sebuah khazanah pengetahuan baru, model penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif bahkan menjadi pengganti kerangka kerja untuk penyelidikan di area perilaku adopsi keuangan syariah oleh organisasi bisnis.
3. Konstruk baru bernama HSA yang diperkenalkan melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif pengukur karakteristik individu dalam penyelidikan yang berkaitan dengan adopsi produk atau konsep halal.

4. Penelitian ini diharapkan dapat membuka jalan untuk mengawali studi-studi yang lebih komprehensif tentang teori institusional dan UMKM serta kaitannya dengan perilaku adopsi keuangan syariah, terutama untuk kajian di berbagai kelas organisasi, berbagai jenis produk, dan berbagai konsep manajemen dan bisnis halal.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian disertasi ini adalah sebagai berikut:

1. Pendahuluan.

Bagian pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah berisi penjelasan tentang apa yang melatarbelakangi masalah yang akan diselesaikan lewat penelitian ini. Hal yang akan diuraikan adalah kondisi kontradiktif antara jumlah pemeluk Islam di Indonesia dengan rendahnya tingkat inklusi keuangan syariah di Indonesia.

Pada bagian latar belakang ini juga diuraikan tentang peran penting UMKM bagi perekonomian Indonesia, serta kontribusinya terhadap inklusi keuangan syariah. Selain itu juga diuraikan studi-studi terdahulu terkait partisipasi UMKM terhadap keuangan syariah dengan beragam perspektif dan pendekatan. Selain itu juga membahas tentang sanggahan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sangat dominan menggunakan pendekatan teori kognitif individu untuk menjelaskan perilaku UMKM. Kemudian juga berisi narasi argumentasi tentang perlunya penyelidikan perilaku adopsi UMKM ini atas perspektif teori organisasi, khususnya isomorfisme. Selain itu juga diuraikan argumentasi tentang pentingnya menghadirkan faktor *self-awareness* dan GCG sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi.

Di bagian Pendahuluan ini juga diuraikan tentang rumusan masalah, tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian disertasi ini.

2. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka memuat hasil kajian literatur dari studi-studi terdahulu yang relevan, buku teks, dan dari berbagai laporan, yaitu membahas secara komprehensif tentang konsep-konsep yang ada di penelitian ini, bagaimana mengukurnya, bagaimana relasinya dengan konsep-konsep lainnya sesuai hasil studi-studi terdahulu. Selain itu juga diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar kajian dalam penelitian disertasi ini.

Kajian pustaka juga membicarakan studi-studi terdahulu terkait dengan apa saja yang sudah dilakukan, bagaimana hasilnya, dan bagaimana relevansinya dengan penelitian ini. Dengan demikian, selain posisi penelitian ini dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya menjadi jelas, juga akan diperoleh gambaran tentang bagaimana cara menyelesaikan penelitian ini. Dari peta studi terdahulu juga diperoleh gambaran tentang kontribusi apa yang bisa diberikan melalui penelitian ini dalam bidang yang relevan.

Pada bagian akhir kajian pustaka disajikan kerangka konseptual, yaitu berupa model konseptual yang mendiskusikan tentang bagaimana hubungan antara beberapa konsep (dimensi/faktor/variabel) diidentifikasi sebagai sesuatu yang penting bagi masalah yang akan diselesaikan.

3. Metode Penelitian

Pada bagian Metode Penelitian akan dijelaskan desain penelitian dalam bentuk bagan alur. Dengan bagan ini akan diperoleh gambaran yang jelas tentang tahapan-tahapan yang dilakukan, hasil apa yang diperoleh di setiap akhir tahapan, serta relasi antara tahapan satu dengan yang lain.

Di bagian ini juga dibicarakan definisi konsep dan operasionalisasinya (*how to measure*) untuk setiap konstruk laten

atau faktor yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu juga dijelaskan tentang segala sesuatu yang terkait dengan data, yaitu tentang jenis dan skala ukurnya, bagaimana cara memperolehnya, kriteria responden, ukuran sampel dan cara penarikan sampel.

Teknik analisis yang digunakan juga akan dibicarakan secara spesifik di bagian Metode Penelitian ini. Bagian-bagian yang dikemukakan di antaranya: penjelasan tentang teknik analisis yang digunakan beserta pertimbangan penggunaannya, tahapan analisis, rumusan hipotesis (bila ada), serta kriteria dan cara penarikan kesimpulan.

4. Analisis dan Pembahasan

Bagian Analisis berisi uraian tentang hasil dari studi literatur untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk penelitian. Selanjutnya juga dibahas perumusan model pengukuran awal tentang adopsi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM.

Bagian Analisis ini juga berisi deskripsi hasil survei, yaitu demografi sampel serta deskripsi singkat atas respon yang diberikan responden terkait dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. Hasil analisis secara statistik atas uji validitas model pengukuran tersebut serta instrumen penelitian yang dikembangkan atas dasar model yang tervalidasi tersebut juga dibahas di bagian selanjutnya.

Khusus pada bagian Pembahasan akan dikemukakan keterkaitan hasil penelitian dengan model atau teori dari studi terdahulu yang dipermasalahkan dan diperbaiki melalui penelitian ini. Selain itu juga dibahas keterkaitan hasil penelitian ini dengan masalah-masalah praktis yang relevan, termasuk kontribusi yang mungkin dapat diberikan. Temuan-temuan penting atau spesifik lainnya yang perlu dikemukakan juga diuraikan di bagian pembahasan ini.

5. Penutup

Pada bagian Penutup akan disampaikan kesimpulan berdasarkan masalah penelitian yang telah dirumuskan, hasil analisis yang dilakukan, dan pembahasan yang disampaikan dalam penelitian ini. Implikasi atas temuan penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis juga dibicarakan secara tersendiri di bagian ini.



BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan masalah penelitian yang telah dirumuskan, hasil analisis yang telah dilakukan, dan pembahasan yang telah disampaikan, penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berhasil mengkonstruksi sebuah model konseptual untuk memprediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM menggunakan kerangka kerja teori isomorfisme. Penggunaan perspektif organisasional ini sekaligus mengkonfrontasikan dengan studi-studi terdahulu yang keseluruhannya telah menggunakan perspektif perilaku individu pemilik-manajer untuk menyelidiki perilaku adopsi oleh UMKM tersebut.
2. Untuk memenuhi keserbacukupan model prediksi yang diajukan, konstruk HSA yang sepenuhnya baru dalam literatur akademik serta konstruk GCG dihadirkan sebagai pemoderasi relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi. Dengan demikian, model prediksi ini telah mempertimbangkan karakteristik eksternal organisasi yang diwakili oleh ketiga tekanan isomorfisme (koersif, mimetik, dan normatif), karakteristik pemimpin yang diwakili oleh HSA, dan karakteristik internal organisasi yang diwakili oleh GCG.
3. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa model prediksi perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM ini adalah model yang baik dan dapat diterima. Hasil evaluasi terhadap model-model pengukurannya menunjukkan bahwa reliabilitas konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan telah dipenuhi semua sehingga dapat dikatakan bahwa model lengkap penelitian ini benar-benar dikonstruksi dari model-model pengukuran yang baik. Evaluasi

terhadap model struktural memberikan hasil bahwa model penelitian ini mempunyai kemampuan prediksi yang baik, yaitu 60,5% variabilitas perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah dapat dijelaskan oleh model penelitian ini. Kemampuan prediksi ini jauh lebih baik dibandingkan model-model kompetitornya dari studi-studi terdahulu yang menggunakan basis TPB.

4. Ukuran GoF berbasis kovarians dari model penelitian ini juga baik yang ditunjukkan oleh indeks fit global SRMR sebesar 0,061 ($<0,080$) dan RMS_{θ} sebesar 0,115 ($<0,120$). Hal ini berarti penelitian ini berhasil mengkonfirmasi teori yang dibangun meskipun konfirmasi teori ini tidak menjadi fokus dari penelitian ini.
5. Model penelitian yang baik ini sekaligus mengkonfirmasi teori institusional dari DiMaggio dan Powell, di mana dalam konteks penelitian ini UMKM telah melakukan perubahan praktik keuangan berupa adopsi produk dan layanan keuangan syariah yang pada prinsipnya tidak dilandasi oleh kebutuhan peningkatan produktivitas atau pertimbangan rasional lainnya, melainkan karena proses isomorfisme yang didorong oleh paksaan norma dan persuasi dari organisasi berpengaruh atau kelompok masyarakat serta meniru praktik UMKM lainnya tanpa harus membuatnya lebih efisien.
6. Tekanan koersif terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM. Tekanan koersif diwujudkan dalam bentuk paksaan oleh ketentuan syariah yang harus dipenuhi para pelaku usaha muslim, persuasi formal melalui sosialisasi dan kampanye dari instansi-instansi pemerintah (OJK, BI, KNEKS), dan persuasi informal oleh keluarga dan orang terdekat, lembaga atau organisasi keagamaan, atau oleh masyarakat melalui ceramah, khutbah, atau media sosial. Semakin masif bentuk-bentuk tekanan koersif ini diterima oleh UMKM, maka akan semakin besar pula

kecenderungan UMKM tersebut untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

7. Penelitian ini membuktikan bahwa tekanan mimetik mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM. Tekanan mimetik ini diekspresikan sebagai proses peniruan atau ikut-ikutan terhadap praktik UMKM-UMKM lain yang dianggapnya berhasil atau menuai manfaat, juga terhadap UMKM yang terkenal atau dikenalnya dengan baik meskipun tanpa keberhasilan tertentu. Ketika UMKM-UMKM dihadapkan pada banyak pilihan keuangan yang tidak mereka ketahui risiko dan manfaatnya, sementara mereka dapat menyaksikan keberhasilan UMKM lain atau melihat manfaatnya, atau mendapati UMKM yang dikenalnya juga mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah, maka UMKM-UMKM tersebut akan semakin besar kecenderungannya untuk turut mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.
8. Penelitian ini tidak mampu membuktikan pengaruh tekanan normatif terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM. Tekanan normatif ini dilihat dari adanya anggapan bahwa keuangan syariah sebagai sebuah norma profesional yang patut diterapkan, pekerja yang mempunyai pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan dalam aktivitas keuangan syariah, pengetahuan keuangan syariah sebagai syarat penerimaan pegawai, dan keuangan syariah yang mendukung kemudahan praktik keuangan UMKM. Namun paparan normatif tersebut tidak mempunyai dampak signifikan terhadap perilaku adopsi tersebut. Hal ini terjadi karena profil pekerja UMKM yang didominasi oleh usaha mikro tidak dapat mewarnai keputusan keuangan organisasi. Meskipun ada pekerja yang familier dengan produk, layanan, dan kegiatan ekonomi syariah, akan tetapi itu hanya kebetulan saja dan bukan direkrut atas alasan kebutuhan profesional UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. Selain itu, pada hakekatnya keuangan syariah memang belum menjadi tolok ukur aktivitas keuangan oleh

masyarakat industri termasuk UMKM, sehingga tidak ada standar-standar yang perlu diperjuangkan oleh mereka. Oleh karena itu, keberadaan mekanisme normatif pada UMKM ini tidak menjadi cukup alasan sebagai anteseden untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.

9. Penelitian ini menemukan bahwa HSA sebagai pemoderator murni dalam relasi dependensi antara tekanan koersif dan tekanan mimetik terhadap perilaku adopsi oleh UMKM, tetapi tidak memoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi tersebut. Ini berarti HSA tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku adopsi. Akan tetapi penelitian ini mampu menunjukkan bahwa semakin baik HSA pemilik-manajer UMKM maka akan semakin besar pula dampak dari tekan koersif terhadap perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah. Selain itu, semakin baik HSA pemilik-manajer UMKM maka akan semakin kecil dampak dari tekan mimetik terhadap perilaku adopsi tersebut. Tidak adanya pengaruh langsung dari HSA terhadap perilaku adopsi UMKM, dikarenakan mereka yang memiliki HSA tinggi akan cenderung bijaksana dalam keputusan keuangannya, baik keputusan untuk mengadopsi maupun keputusan untuk tidak mengadopsi. Misalnya, mereka yang memiliki kesadaran diri tinggi bahwa mereka mempunyai pengetahuan yang baik terhadap produk halal maka akan cenderung untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. Bagi mereka yang memiliki kesadaran diri tinggi bahwa mereka tidak mempunyai cukup pengetahuan maka akan cenderung untuk tidak mengadopsinya. Sementara itu, tidak adanya peran moderasi dari HSA terhadap relasi antara tekan normatif dan perilaku adopsi dikarenakan HSA yang tidak memiliki efek langsung berinteraksi dengan efek utama tekanan normatif yang secara fundamental tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku adopsi. Sebagai akibatnya hasil interaksi keduanya memperbesar peluang untuk memberikan hasil yang juga tidak signifikan.

10. Penelitian ini menyimpulkan bahwa GCG mampu bertindak sebagai kuasi moderator pada relasi dependensi antara tekanan koersif dan tekanan mimetik terhadap perilaku adopsi oleh UMKM, tetapi tidak memoderasi relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi tersebut. Hal ini berarti selain mempunyai pengaruh positif langsung terhadap perilaku adopsi tersebut, GCG yang semakin baik juga akan memperbesar pengaruh positif dari tekanan koersif dan tekanan mimetik terhadap perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. UMKM yang semakin baik dalam menerapkan tata kelola organisasi, misalnya diwujudkan dalam bentuk pencatatan keuangan yang baik meskipun sederhana, memenuhi ketentuan regulasi dengan memiliki izin usaha dan NPWP, serta menerapkan kebijakan tertulis lainnya, maka semakin mudah untuk mendapatkan akses pada lembaga keuangan. Pada akhirnya itu semua akan memperbesar peluang UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. Selain itu, tekanan koersif dan mimetik yang diterima UMKM yang bertatakelola lebih baik ini akan direspon secara lebih besar untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. Namun UMKM yang bertatakelola lebih baik ini tidak berdampak apa pun terhadap relasi antara tekanan normatif dan perilaku adopsi. Hal ini karena, relasi antara mekanisme normatif dan perilaku adopsi oleh UMKM tersebut secara fundamental memang tidak ada.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini secara keseluruhan, maka implikasinya secara teoritis adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, model yang dihasilkan dari penelitian ini menjadi alternatif, bahkan menjadi pengganti pendekatan terdahulu untuk menyelidiki perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah

oleh UMKM. Sebagai sebuah organisasi, tidak seharusnya perilakunya diselidiki menggunakan teori kognitif individual sebagaimana yang telah dilakukan oleh seluruh penelitian terdahulu. Sementara itu, model penelitian ini telah mendasarkan penyelidikannya pada teori institusional dan sekaligus mempertimbangkan dimensi yang lebih komprehensif, yaitu: eksternal organisasi (tekanan isomorfisme), internal organisasi (GCG), dan karakteristik individu pemimpin (HSA).

2. Penelitian ini berhasil menutup celah kekosongan studi di area penyelidikan determinan adopsi produk dan layanan keuangan syariah dari sisi permintaan (*demand side*) yang menggunakan perspektif organisasional, sehingga hasil penelitian ini telah turut berkontribusi pada pembentukan *body of knowledge* dalam domain kajian perilaku UMKM dan keuangan syariah.
3. Penelitian ini berhasil memperkenalkan sebuah konstruk baru yang diberi nama *halal self-awareness* (HSA) yang merepresentasikan seberapa besar tingkat kesadaran diri seseorang terhadap produk dan konsep halal. Konstruk ini dapat digunakan dan dikembangkan lebih lanjut untuk berbagai penyelidikan tentang karakteristik individu yang direlasikan dengan produk atau konsep halal.
4. Pada penelitian ini, konstruk HSA tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku adopsi UMKM. HSA netral (“saya tahu persis seberapa baik pengetahuan saya tentang...”) yang digunakan dalam penelitian diduga menjadi penyumbang tidak signifikannya relasi ini. Untuk itu, studi mendatang perlu memperhatikan pengukur konstruk HSA, misalnya menggunakan HSA positif (“saya tahu persis bahwa saya mempunyai pengetahuan yang baik tentang...”). Dengan demikian, efek dari HSA ini dapat terungkap dengan lebih baik.
5. Berkaitan dengan tidak signifikannya peran tekanan normatif dalam penelitian ini diduga sebagai kontribusi dari keberagaman kelas industri dalam penelitian ini, yaitu mikro, kecil, dan menengah, di mana industri mikro mempunyai jumlah yang

dominan. Tekanan yang didorong oleh profesionalisasi mungkin tidak berlaku bagi industri mikro di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian yang akan datang perlu mempertimbangkan karakteristik industri, khususnya ukuran perusahaan (*firm size*), sebagai pemoderator relasi antara tekanan isomorfisme dan perilaku adopsi UMKM. Selain itu, diperlukan juga lebih banyak kajian untuk berbagai jenis produk atau konsep halal. Penerapan model pada adopsi produk atau sistem yang memerlukan pengetahuan dan keahlian tertentu perlu dikonfrontasikan dengan penerapan pada adopsi produk atau sistem yang tidak memerlukannya.

6. Sejauh ini tidak ditemukan studi terdahulu yang membicarakan relasi antara GCG dan adopsi produk dan layanan keuangan syariah sebagaimana penelitian ini. Oleh karenanya, aksesibilitas UMKM pada lembaga keuangan syariah yang didorong oleh implementasi GCG perlu dikaji lebih lanjut, khususnya untuk mengeksplorasi komponen-komponen GCG yang paling sesuai dikemukakan untuk konteks UMKM.
7. Mengingat model penelitian ini baru diterapkan pada kasus spesifik, yaitu perilaku adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM, oleh karenanya perlu lebih banyak kajian untuk penerapannya di berbagai kelas organisasi (mikro, kecil, menengah, dan besar), berbagai jenis produk halal (keuangan, makanan, dan lain-lain), serta berbagai konsep manajemen dan bisnis halal (pelaporan, tata kelola, rantai pasok, produksi, sertifikasi, dan lain-lain). Konfirmasi teori yang dibangun terhadap berbagai kasus tersebut diharapkan menghasilkan model yang lebih robust.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya partisipasi UMKM Indonesia pada produk dan layanan keuangan syariah. Hasil penelitian ini adalah sebuah model prediksi yang baik yang digunakan untuk menjelaskan perilaku UMKM untuk mengadopsi produk dan

layanan keuangan syariah. Empat dari lima konstruk eksogenus yang digunakan, yaitu tekanan koersif, tekanan mimetik, HSA dan GCG mampu bertindak sebagai prediktor yang baik dalam model yang dihasilkan. Oleh karena itu, ada beberapa implikasi praktis yang perlu diperhatikan terkait dengan keempat konstruk eksogenus tersebut sebagai berikut:

1. Berbagai upaya perlu dilakukan untuk memperbesar tekanan koersif pada UMKM, misalnya dengan lebih mengencangkan sosialisasi atau kampanye keuangan syariah oleh instansi-instansi resmi pemerintah dan lembaga-lembaga keuangan, terutama sosialisasi yang menasar langsung pada UMKM. Upaya lainnya adalah dengan membumikan paksaan syariah melalui ceramah atau kajian keagamaan tentang produk halal, termasuk produk dan layanan keuangan syariah. Perlu juga memberikan dorongan yang lebih kuat bagi para pelaku UMKM dan anggota keluarganya agar selalu memperhatikan kaidah halal-haram dalam setiap aktivitas bisnisnya. Jika hal ini dilakukan dengan baik dan tekanan koersif menjadi lebih nyata, maka akan memperbesar peluang UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.
2. Upaya-upaya untuk memperbesar tekanan mimetik perlu dilakukan dengan cara memperbanyak kampanye melalui kisah sukses (*success story*) UMKM pengguna keuangan syariah dalam setiap kegiatan yang menasar langsung UMKM. Cara-cara seperti ini penting dilakukan mengingat paparan mimetik tersebut umumnya diwujudkan dalam bentuk meniru atau ikut-ikutan UMKM lain yang berhasil atau mendapat manfaat, terkenal, atau dikenalnya dengan baik. Jika upaya meningkatkan paparan mimetik ini berhasil, diharapkan ada efek pertumbuhan eksponensial dari UMKM yang mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah.
3. Mengingat peran penting dari HSA pemilik-manajer dalam model prediksi penelitian ini, maka aspek yang mewakili karakteristik pemimpin ini juga harus terus ditingkatkan. Beberapa cara yang dapat dilakukan di antaranya adalah dengan mendorong evaluasi

diri secara berkelanjutan dan mendorong terciptanya lingkungan usaha yang pro halal. Upaya lain untuk meningkatkan HSA adalah dengan cara meminta umpan balik dari berbagai pihak (*360-degree feedback*) dan menginventarisasi kepribadian (McCarthy and Garavan, 1999). Mungkin cara-cara seperti ini dianggap berlebihan dan sulit diterapkan untuk kelas usaha mikro. Akan tetapi, untuk usaha kecil dan menengah upaya-upaya tersebut adalah yang paling cocok dan memungkinkan untuk dikerjakan. Komitmen pemerintah dengan keterlibatannya yang masif melalui fasilitasi dan pendampingan pelaku usaha serta dukungan terhadap ekosistem halal sangat dibutuhkan agar HSA pelaku usaha menjadi lebih baik dari waktu ke waktu. HSA yang semakin baik pada gilirannya akan memperbesar dampak tekanan koersif yang diterima UMKM terhadap perilaku adopsi, dan sekaligus memperkecil perilaku adopsi yang didorong oleh sikap ikut-ikutan ketika menghadapi ketidakpastian. Dengan demikian, adopsi produk dan layanan keuangan syariah oleh UMKM ini akan banyak dilatarbelakangi oleh sikap pemilik-manajer UMKM yang lebih bijaksana.

4. Pihak-pihak yang berkepentingan juga harus terus mengupayakan terwujudnya tata kelola UMKM yang baik. UMKM-UMKM perlu didorong untuk selalu membuat catatan keuangan yang baik meskipun sederhana, misalnya catatan penjualan, keluar-masuk kas, dan laporan laba rugi bulanan berbasis kas. UMKM juga harus diyakinkan untuk memiliki izin usaha dan NPWP serta didorong untuk selalu memiliki kebijakan yang tertulis. Dukungan pemerintah melalui regulasi-regulasi yang pro UMKM juga diperlukan termasuk implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, dan eksekusi isu-isu tentang UMKM dalam Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024. Semua ini akan mengarahkan pada penerapan GCG untuk skala UMKM. Tata kelola UMKM yang semakin baik ini akan memudahkannya untuk mendapatkan akses pada lembaga keuangan hingga pada akhirnya akan memperbesar peluang untuk

meningkatkan adopsi produk dan layanan keuangan syariah. Selain efek langsung, GCG yang terimplementasi dengan baik juga akan memperbesar perilaku adopsi yang didorong oleh tekanan isomorfisme.

Dengan demikian, jika upaya-upaya untuk meningkatkan tekanan koersif, tekanan mimetik, HSA, dan GCG berhasil dengan baik, maka akan memperbesar peluang UMKM-UMKM untuk mengadopsi produk dan layanan keuangan syariah. Pada gilirannya, partisipasi UMKM terhadap keuangan syariah diharapkan juga meningkat hingga pada akhirnya berkontribusi positif pada perbaikan lanskap ekonomi dan keuangan syariah nasional.



DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, Mohamed Syazwan, Siti Salwa Md Sawari, Abu Bakar Abdul Hamid and Thoo Ai Chin. "Emerging Halal food market: an Institutional Theory of Halal certificate implementation" *Management Research Review*, (2016).
- Abbas, Sayyed Khawar, Hafiz Ali Hassan, Jawad Asif, Hafiz Muhammad Junaid and Faiqa Zainab. "What are the key determinants of mobile banking Adoption in Pakistan" *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9, no. 2 (2018): 841-848.
- Abduh, Muhamad and Magomed Idrisov. "The role of awareness and perceived values upon the acceptance of Islamic banking in Dagestan" *Journal of Islamic Banking and Finance*, 31, no. 3 (2014): 50-60.
- Abdullah, Nor Hazana, Eta Wahab and Alina Shamsuddin. "Exploring the common technology adoption enablers among Malaysian SMEs: Qualitative findings" *J. Mgmt. & Sustainability*, 3, (2013): 78.
- Abdullah, Rose and Abdul Ghafar Ismail. "Taking stock of the waqf-based Islamic microfinance model" *International Journal of Social Economics*, (2017).
- Abor, Joshua and Charles KD Adjasi. "Corporate governance and the small and medium enterprises sector: theory and implications" *Corporate Governance: The international journal of business in society*, (2007).
- Abor, Joshua and Nicholas Biekpe. "Corporate governance, ownership structure and performance of SMEs in Ghana: implications for financing opportunities" *Corporate Governance: The international journal of business in society*, (2007).
- Abu-Salih, Muhammad S., Neamah A. Khafaji and Abdelaziz B. Mohsen. "Impact of Emotional Intelligence on Transformational Leadership in Ali'kha Industrial Establishment" *International Journal of Current Research*, 8, no. 5 (2016).

- Adla, Ludivine, Virginie Gallego-Roquelaure and Ludivine Calamel. "Human resource management and innovation in SMEs" *Personnel Review*, (2019).
- Ahmad, Ashfaq and Rubina Bashir. "An investigation of customer's awareness level and customer's service utilization decision in Islamic banking" *Pakistan economic and social review*, (2014): 59-74.
- Ahmad, Nor Azizah, Sulfeeza Mohd Drus and Hairoladenan Kasim. "Factors that Influence the Adoption of Enterprise Architecture by Public Sector Organizations: An Empirical Study" *IEEE Access*, (2020).
- Ahmad, Zamri, Haslindar Ibrahim and Jasman Tuyon. "Behavior of fund managers in Malaysian investment management industry" *Qualitative Research in Financial Markets*, (2017).
- Ahmer, Zeshan. "Adoption of human resource information systems innovation in Pakistani organizations" *Journal of Quality and Technology Management*, 9, no. 2 (2013): 22-50.
- Ajina, Aymen, Faten Lakhail and Sabrine Ayed. "Does corporate social responsibility reduce earnings management? The moderating role of corporate governance and ownership" *Management international/International Management/Gestion Internacional*, 23, no. 2 (2019): 45-55.
- Ajzen, Icek. "Understanding attitudes and predicting of Planned Behavior." In *Action control*, 11-39: Springer, 1985.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior" *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, no. 2 (1991): 179-211.
- Ajzen, Icek. "Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions" *Italian Review of Agricultural Economics*, 70, no. 2 (2015): 121-138.
- Ajzen, Icek and Martin Fishbein. *Understanding attitudes and predicting social behavior*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1980.

- Akbar, Rusdi, Robyn Pilcher and Brian Perrin. "Performance measurement in Indonesia: the case of local government" *Pacific Accounting Review*, (2012).
- Akhtar, Naveed and Asif Ghani. "Leadership Styles as Predictor of Decision Making Styles; Moderating Role of Emotional Intelligence" *NUML International Journal of Business & Management*, 9, no. 2 (2014): 4-21.
- Akuffo, Isaac Nana and Kurmet Kivipõld. "Influence of leaders' authentic competences on nepotism-favouritism and cronyism" *Management Research Review*, (2019).
- Al-Bakri, Anas A and Marios I Katsioloudes. "The factors affecting e-commerce adoption by Jordanian SMEs" *Management Research Review*, (2015).
- Al-Najjar, Basil and Dana Al-Najjar. "The impact of external financing on firm value and a corporate governance index: SME evidence" *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (2017).
- Al-Somali, Sabah Abdullah and Hanan Baghabra. "Investigating the Determinants of IT Professionals' Intention to Use Cloud-Based Applications and Solutions: An Extension of the Technology Acceptance." In *Cloud Security: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 2039-2058: IGI Global, 2019.
- Al Balushi, Yasmeen, Stuart Locke and Zakaria Boulanouar. "Islamic financial decision-making among SMEs in the Sultanate of Oman: An adaption of the theory of planned behaviour" *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 20, (2018): 30-38.
- Al Balushi, Yasmeen, Stuart Locke and Zakaria Boulanouar. "Omani SME perceptions towards Islamic financing systems" *Qualitative Research in Financial Markets*, (2019a).
- Al Balushi, Yasmeen, Stuart Locke and Zakaria Boulanouar. "Determinants of the decision to adopt Islamic finance: evidence from Oman" *ISRA International Journal of Islamic Finance*, (2019b).

- Alam, Md Kausar, Yusuf Karbhari and Md Mizanur Rahman. "Adaptation of New Institutional Theory in Shariah Governance Practice, Structure and Process", (2020).
- Alam, Md Kausar, Md Mizanur Rahman, Fakir Tajul Islam, Babatunji Samuel Adedeji, Md Abdul Mannan and Mohammad Sahabuddin. "The practices of Shariah governance systems of Islamic banks in Bangladesh" *Pacific Accounting Review*, (2021).
- Alferaih, Adel. "Conceptual model for measuring Saudi banking managers' job performance based on their emotional intelligence (EI)" *International Journal of Organizational Analysis*, (2017).
- Ali, Muhammad and Chin-Hong Pua. "Acceptance of Islamic banking as innovation: a case of Pakistan" *Humanomics*, 33, no. 4 (2017): 499-516.
- Ali, Muhammad, Syed Ali Raza and Chin-Hong Pua. "Factors affecting to select Islamic credit cards in Pakistan: the TRA model" *Journal of Islamic Marketing*, (2017).
- Ali, Qaisar, Hakimah Binti Yaacob and Dayang Hjh Norliza Binti Dato Haji. "Empirical Investigation of Islamic Banking Adoption in Brunei" *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 2, no. 2 (2018): 24-38.
- Alok, Kumar. "Authentic leadership and psychological ownership: Investigation of interrelations" *Leadership & Organization Development Journal*, (2014).
- Alrifai, Tariq. *Islamic finance and the new financial system: An ethical approach to preventing future financial crises*: John Wiley & Sons, 2015.
- Ambali, Abdul Raufu and Ahmad Naqiyuddin Bakar. "Halāl food and products in Malaysia: People's awareness and policy implications" *Intellectual Discourse*, 21, no. 1 (2013).
- Amundson, Norman E. "An interactive model of career decision making" *Journal of Employment Counseling*, 32, no. 1 (1995): 11-21.

- Anggraini, Inar and Diah Setyawati Dewanti. "The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable" *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4, no. 1 (2020): 17-29.
- Antara, Purnomo M, Rosidah Musa and Faridah Hassan. "Theorising attitude towards Islamic financing adoption in an integrative model of behavioural prediction: A proposed conceptual framework" *Journal of Administrative and Business Studies*, 1, no. 1 (2016): 1-14.
- Aprisma, Reyry and Erina Sudaryati. "Environmental Uncertainty and Firm Performance: The Moderating Role of Corporate Governance" *Jurnal Akuntansi*, 24, no. 2 (2020): 187-203.
- Aras, Güler and Coral Ingley. *Corporate behavior and sustainability: doing well by being good*: Taylor & Francis, 2017.
- Areneke, Geofry and Abongeh A Tunyi. "Chairperson and CEO foreignness and CG quality of emerging markets MNCs: Moderating role of international board interlocks" *International Journal of Finance & Economics*, (2020).
- Arora, Nischay and Balwinder Singh. "Corporate governance and underpricing of small and medium enterprises IPOs in India" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2020).
- Aslam, Ejaz and Razali Haron. "Does corporate governance affect the performance of Islamic banks? New insight into Islamic countries" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2020).
- Atanasova, Christina, Evan Gatev and Daniel Shapiro. "The corporate governance and financing of small-cap firms in Canada" *Managerial Finance*, (2016).
- Atwater, Leanne E and Francis J Yammarino. "Does self-other agreement on leadership perceptions moderate the validity of leadership and performance predictions?" *Personnel Psychology*, 45, no. 1 (1992): 141.

- Auda, Jasser. *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: a systems approach*: International Institute of Islamic Thought (IIIT), 2008.
- Awaluddin, Murtiadi, Nirgahayu Nirgahayu, Rulyanti Susi Wardhani and Andi Sylvana. "The Effect of Expert Management, Professional Skepticism And Professional Ethics On Auditors Detecting Ability With Emotional Intelligence As Modeling Variables" *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 3, no. 1 (2019): 49-67.
- Ayinde, Lukman Olorogun and Abdelghani Echchabi. "Perception and adoption of Islamic insurance in Malaysia: An empirical study" *World Applied Sciences Journal*, 20, no. 3 (2012): 407-415.
- Azam, Md Shah and Mohammed Quaddus. "Effects of internal and external factors on internet-based digital technology usage by SMEs in a developing country" *Communications of the IIMA*, 12, no. 4 (2012): 3.
- Aziz, Yuhanis Abdul and Nyen Vui Chok. "The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach" *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25, no. 1 (2013): 1-23.
- Babbie, Earl. *The Practice of Social Research*. 15th ed.: Cengage Learning, Inc., 2021.
- Badaj, Fairouz and Bouchra Radi. "Empirical investigation of SMEs' perceptions towards PLS financing in Morocco" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11, no. 2 (2018): 250-273.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016 <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Badan Pusat Statistik. *Statistik gender tematik: profil generasi milenial Indonesia*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2016

- Badan Pusat Statistik. *Profil Industri Mikro dan Kecil 2019*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2020
- Badan Pusat Statistik. *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2020*, Semarang: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2020
- Badan Pusat Statistik. *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Jawa Tengah 2019*, Semarang: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2021
- Bakr, Sara Abdullah and Christopher J Napier. "Adopting the international financial reporting standard for small and medium-sized entities in Saudi Arabia" *Journal of Economic and Administrative Sciences*, (2020).
- Bananuka, Juma, Twaha Kigongo Kaawaase, Musa Kasera and Irene Nalukenge. "Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda" *ISRA International Journal of Islamic Finance*, (2019a).
- Bananuka, Juma, Arafat Walugyo Kadaali, Veronica Mukyala, Bruno Muramuzi and Zainab Namusobya. "Audit committee effectiveness, isomorphic forces, managerial attitude and adoption of international financial reporting standards" *Journal of accounting in Emerging Economies*, (2019c).
- Bananuka, Juma, Musa Kasera, Grace Najjemba Muganga, Doreen Musimenta, Bob Ssekiziyivu and Saadat Nakyejwe Lubowa Kimuli. "Attitude: mediator of subjective norm, religiosity and intention to adopt Islamic banking" *Journal of Islamic Marketing*, (2019b).
- Bananuka, Juma, Sadress Night, Muhammed Ngoma and Grace Muganga Najjemba. "Internet financial reporting adoption: Exploring the influence of board role performance and isomorphic forces" *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24, no. 48 (2019d): 266-287.
- Bandura, Albert. "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change" *Psychological review*, 84, no. 2 (1977): 191.

- Bashir, Abdalla Mohamed. "Applying the Institutional Theory at the Level of Halal Consumers: The Case of Cape Town in South Africa" *Journal of Food Products Marketing*, 25, no. 5 (2019a): 527-548.
- Bashir, Abdalla Mohamed. "Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention" *British Food Journal*, (2019b).
- Bashir, Abdalla Mohamed. "Awareness of purchasing halal food among non-Muslim consumers" *Journal of Islamic Marketing*, (2019c).
- Basiruddin, Rohaida and Habib Ahmed. "Corporate governance and Shariah non-compliant risk in Islamic banks: evidence from Southeast Asia" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2019).
- Bazley, William J, Yosef Bonaparte and George M Korniotis. "Financial Self-awareness: Who Knows What They Don't Know?" *Finance Research Letters*, 38, (2021): 101445.
- Belal, Aatur Rahman, Mohammed Mehadi Masud Mazumder and Mohobbot Ali. "Intellectual capital reporting practices in an Islamic bank: A case study" *Business Ethics: A European Review*, 28, no. 2 (2018): 206-220.
- Bentler, Peter M and Chih-Ping Chou. "Practical issues in structural modeling" *Sociological Methods & Research*, 16, no. 1 (1987): 78-117.
- Berle, Adolf and Gardiner Means. *The modern corporation and private property*: McMillan, New York, NY, 1932.
- Bilal, Muhammad, Samza Fatima, Muhammad Ishtiaq and Hafiz Muhammad Azeem. "Factors affecting the choice of Islamic banking by SMEs in Pakistan: Implications for Islamic banks' corporate governance" *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14, no. 1 (2020): 255-272.
- Bogea, Felipe and Eliane Pereira Zamith Brito. "Determinants of social media adoption by large companies" *Journal of technology management & innovation*, 13, no. 1 (2018): 11-18.

- Boubaker, Sabri and Duc Khuong Nguyen. *Board directors and corporate social responsibility*: Palgrave Macmillan, 2012.
- Bouzoutina, Asma, Mouakhar Khaireddine and Anis Jarbouï. "Do CEO overconfidence and narcissism affect corporate social responsibility in the UK listed companies? The moderating role of corporate governance" *Society and Business Review*, (2021).
- Braunscheidel, Michael J, James W Hamister, Nallan C Suresh and Harold Star. "An institutional theory perspective on Six Sigma adoption" *International Journal of Operations & Production Management*, (2011).
- Brettel, Malte, Wolfgang Breuer, Philipp Espel and Annas Abedin. "Private equity for SME: a behavioural model of the demand-side perspective." (2009). <https://ssrn.com/abstract=1141068>.
- Bukhari, Syed Asim Ali, Fathyah Hashim and Azlan Bin Amran. "Determinants and outcome of Islamic corporate social responsibility (ICSR) adoption in Islamic banking industry of Pakistan" *Journal of Islamic Marketing*, (2020): 730 - 762.
- Butt, Affaf Asghar, Aamer Shahzad and Jamshaid Ahmad. "Impact of CSR on firm value: The moderating role of corporate governance" *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 4, no. 2 (2020): 145-163.
- Butt, Irfan, Nisar Ahmad, Amjad Naveed and Zeeshan Ahmed. "Determinants of low adoption of Islamic banking in Pakistan" *Journal of Islamic Marketing*, 9, no. 3 (2018): 655-672.
- Çakar, Recep and İsmail Yıldırım. "Perspectives of SMEs on Islamic Banking Practices: A Study on the Assessment of Investment Financing and Business Savings" *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 4, no. 3 (2018): 50-61.
- Caldera, HTS, Cheryl Desha and Les Dawes. "Evaluating the enablers and barriers for successful implementation of sustainable business practice in 'lean'SMEs" *Journal of Cleaner Production*, 218, (2019): 575-590.

- Caldwell, Cam and Linda A Hayes. "Self-efficacy and self-awareness: moral insights to increased leader effectiveness" *Journal of Management Development*, (2016).
- Chalevas, Constantinos and Christos Tzovas. "The effect of the mandatory adoption of corporate governance mechanisms on earnings manipulation, management effectiveness and firm financing: Evidence from Greece" *Managerial Finance*, (2010).
- Chanda, Shikaputo, Bruce Burton and Theresa Dunne. "The nature and potential of corporate governance in developing countries: Zambian perceptions" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, (2017).
- Chaouali, Walid and Kamel El Hedhli. "Toward a contagion-based model of mobile banking adoption" *International Journal of Bank Marketing*, (2019).
- Charag, Asif Hamid, Asif Iqbal Fazili and Irfan Bashir. "Determinants of consumer's readiness to adopt Islamic banking in Kashmir" *Journal of Islamic Marketing*, (2019).
- Chathurangani, HBP and DHU Hemathilake. "Relationship Between Institutional Pressures and Environmental Management Accounting Adoption With Special Reference to Small and Medium Manufacturing Entities in Anuradhapura District", (2019).
- Chathurangani, HBP and KJS Madhusanka. "Environmental Management Accounting (EMA) adoption level among listed manufacturing companies in Sri Lanka: Institutional theory perspective" *Research in Social Sciences*, 2, (2019): 1-12.
- Chatterjee, Manali and Titas Bhattacharjee. "Ownership concentration, innovation and firm performance: empirical study in Indian technology SME context" *South Asian Journal of Business Studies*, (2020).
- Chen, Hsiang-Lan. "Board capital, CEO power and R&D investment in electronics firms" *Corporate Governance: An International Review*, 22, no. 5 (2014): 422-436.

- Chen, Jean J, Xinsheng Cheng, Stephen X Gong and Youchao Tan. "Voluntary non-financial disclosure, corporate governance, and investment efficiency." Retrieved, 2017.
- Chen, Shouming, Miao Bu, Sibin Wu and Xin Liang. "How does TMT attention to innovation of Chinese firms influence firm innovation activities? A study on the moderating role of corporate governance" *Journal of Business Research*, 68, no. 5 (2015): 1127-1135.
- Cheng, Hsiang-Lin and Chow-Ming Joseph Yu. "Institutional pressures and initiation of internationalization: Evidence from Taiwanese small-and medium-sized enterprises" *International Business Review*, 17, no. 3 (2008): 331-348.
- Chijoke-Mgbame, Aruoriwo Marian, Chijoke Oscar Mgbame, Simisola Akintoye and Paschal Ohalehi. "The role of corporate governance on CSR disclosure and firm performance in a voluntary environment" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2019).
- Choi, Eunhee and Jaehee Jeon. "Factors Influencing Problem-Solving Competence of Nursing Students: A Cross-Sectional Study" *Healthcare*, 10, no. 7 (2022): 1184.
- Choudhury, Masudul Alam and Mohammad Ziaul Hoque. "Corporate governance in Islamic perspective" *Corporate Governance: The international journal of business in society*, (2006).
- Chow, Yee Peng, Junaina Muhammad, AN Bany-Arifin and Fan Fah Cheng. "Macroeconomic uncertainty, corporate governance and corporate capital structure" *International Journal of Managerial Finance*, (2018).
- Chowdhry, Nivriti and Utpal M Dholakia. "Know thyself financially: How financial self-awareness can benefit consumers and financial advisors" *Financial Planning Review*, 3, no. 1 (2020): e1069.
- Church, Allan H. "Managerial self-awareness in high-performing individuals in organizations" *Journal of Applied Psychology*, 82, no. 2 (1997): 281.

- Church, Allan H and Janine Waclawski. "Influence behaviors and managerial effectiveness in lateral relations" *Human Resource Development Quarterly*, 10, no. 1 (1999): 3-34.
- CNN, "KNKS Sebut Pertumbuhan Pangsa Pasar Keuangan Syariah Stagnan", CNN Indonesia <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190911034328-78-429312/knks-sebut-pertumbuhan-pangsa-pasar-keuangan-syariah-stagnan> (accessed July, 23th 2021).
- Colley, Russell H. "Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results, Association of National Advertisers" *Inc., New York, NY*, (1961).
- Cooper, Donald R and Pamela S Schindler. *Business Research Methods*. 12th ed.: McGraw-Hill/Irwin, 2014.
- Corsi, Christian and Antonio Prencipe. "Innovation propensity and international development of small and medium firms: the moderating effects of corporate governance structure" *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22, no. 1-2 (2018): 80-102.
- Cuéllar-Molina, Deybbi, Antonia Mercedes García-Cabrera and Ma de la Cruz Déniz-Déniz. "Emotional intelligence of the HR decision-maker and high-performance HR practices in SMEs" *European Journal of Management and Business Economics*, (2019).
- Curran, Patrick J, Stephen G West and John F Finch. "The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis" *Psychological methods*, 1, no. 1 (1996): 16.
- Dachlan, Usman. *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling Tingkat Dasar Lentera Ilmu*. Jakarta, 2014.
- Dahnil, Mohd Irwan, Kamarul Mizal Marzuki, Juliana Langgat and Noor Fzinda Fabeil. "Factors influencing SMEs adoption of social media marketing" *Procedia-social and behavioral sciences*, 148, (2014): 119-126.

- Damak-Ayadi, Salma, Nesrine Sassi and Moujib Bahri. "Cross-country determinants of IFRS for SMEs adoption" *Journal of Financial Reporting and Accounting*, (2020).
- Dasilas, Apostolos and Nicolas Papasyriopoulos. "Corporate governance, credit ratings and the capital structure of Greek SME and large listed firms" *Small Business Economics*, 45, no. 1 (2015): 215-244.
- Davis, Fred D, Richard P Bagozzi and Paul R Warshaw. "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models" *Management science*, 35, no. 8 (1989): 982-1003.
- de Goeij, Christiaan, Luca Mattia Gelsomino, Federico Caniato, Antonella Maria Moretto and Michiel Steeman. "Understanding SME suppliers' response to supply chain finance: a transaction cost economics perspective" *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, (2021).
- de Zubielqui, Graciela Corral, Janice Jones, Pi-Shen Seet and Noel Lindsay. "Knowledge transfer between actors in the innovation system: a study of higher education institutions (HEIS) and SMES" *Journal of Business & Industrial Marketing*, (2015).
- Deakin, Simon and Alan Hughes. "Comparative corporate governance: an interdisciplinary agenda" *JL & Soc'y*, 24, (1997): 1.
- DiMaggio, Paul J and Walter W Powell. "The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields" *American sociological review*, (1983): 147-160.
- Donaldson, Lex and James H Davis. "Boards and company performance-research challenges the conventional wisdom" *Corporate governance: An international review*, 2, no. 3 (1994): 151-160.
- Du Plessis, Jean Jacques, Anil Hargovan and Jason Harris. *Principles of contemporary corporate governance*: Cambridge University Press, 2018.

- Dutka, Solomon and Russell Colley. DAGMAR, defining advertising goals for measured advertising results: NTC Business Books, 1995.
- Duval, Shelley and Robert A Wicklund. *A theory of objective self awareness*: Oxford Press, 1972.
- Elasrag, Hussein. *Corporate governance in Islamic Finance: Basic concepts and issues*. Saarbrücken, Deutschland Lambert Academic Publishing, 2014.
- Entourage, Secret. "Differentiating Awareness from Self-Awareness." *Motivation* (2020). <https://www.secretentourage.com/motivation/differentiating-awareness-from-self-awareness/> [accessed 2 September 2020].
- Esque, Timm J. "The price of awareness" *Performance Improvement*, 39, no. 5 (2000): 45-47.
- Evans, Richard, Glyn Elwyn and Adrian Edwards. "Review of instruments for peer assessment of physicians" *Bmj*, 328, no. 7450 (2004): 1240.
- Ezeh, Precious Chikezie and Anayo D Nkamnebe. "A conceptual framework for the adoption of Islamic banking in a pluralistic-secular nation" *Journal of Islamic Marketing*, (2018).
- FakhrEldin, Hadia. "The relationship between the emotional intelligence of entrepreneurs and the new venture creation: The role of age, gender and motive" *Arab Economic and Business Journal*, 12, no. 2 (2017): 99-108.
- Fama, Eugene F and Michael C Jensen. "Separation of ownership and control" *The journal of law and Economics*, 26, no. 2 (1983): 301-325.
- Fan, Di, Yufang Huang and Andrew R Timming. "Team-level human resource attributions and performance" *Human Resource Management Journal*, 31, no. 3 (2020): 753-774.
- Fauzi, Abu Amar. "Critical Factors on SME Managers' Adoption of Online Delivery Service Application" *International Journal of Business and Society*, 20, no. 3 (2019): 1130-1148.

- Fernando, A.C., K.P. Muraleedharan and E. K. Satheesh. *Corporate Governance: Principles, Policies and Practices*. 3rd ed.: Pearson India Education Services Pvt. Ltd, 2017.
- Fischer, Peter, Tobias Greitemeyer and Dieter Frey. "Unemployment and aggression: the moderating role of self-awareness on the effect of unemployment on aggression" *Aggressive behavior*, 34, no. 1 (2008): 34-45.
- Fishbein, Martin. "The role of theory in HIV prevention" *AIDS care*, 12, no. 3 (2000): 273-278.
- Fishbein, Martin and Icek Ajzen. *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press, 2010.
- Flavell, John H. "Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive–developmental inquiry" *American psychologist*, 34, no. 10 (1979): 906.
- Fosuaa, Appiah Mavis and Ampofo Isaac Atta Junior. "The Effect of Transformational Leadership Style on Employee Commitment: The Moderating Role of Leader’S Emotional Intelligence" *Social Values & Society (SVS)*, 3, no. 1 (2021): 15-28.
- Franco, Mário and Pedro Gonçalo Matos. "Leadership styles in SMEs: a mixed-method approach" *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, no. 2 (2015): 425-451.
- Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing Inc., 1984.
- Fuad, Muhammad and Meilyda Trianna. "Analisis Peran Pembiayaan oleh Pegadaian Syariah bagi Pengembangan UMKM" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3, no. 2 (2018): 217-240.
- Galbreath, Jeremy. "Corporate governance practices that address climate change: An exploratory study" *Business Strategy and the Environment*, 19, no. 5 (2010): 335-350.
- Gangi, Francesco, Antonio Meles, Stefano Monferrà and Mario Mustilli. "Does corporate social responsibility help the survivorship of SMEs and large firms?" *Global Finance Journal*, 43, (2020): 100402.

- García-Sánchez, Isabel-María and Emma García-Meca. "Do talented managers invest more efficiently? The moderating role of corporate governance mechanisms" *Corporate Governance: An International Review*, 26, no. 4 (2018): 238-254.
- Gerged, Ali Meftah, Khaldoon Albitar and Lara Al-Haddad. "Corporate environmental disclosure and earnings management—The moderating role of corporate governance structures" *International Journal of Finance & Economics*, (2021).
- Ghirvu, Alina Irina. "The AIDA model for advergaming" *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 13, no. 1 (17) (2013): 90-98.
- Ghouri, AM, NR Khan and OBA Kareem. "Improving employees' behavior through extension in theory of planned behavior: A theoretical perspective for SMEs" *International Journal of Business and Management*, 11, no. 11 (2016): 196-213.
- Gleiser, Marcelo and Damian Sowinski. "How we make sense of the world: Information, map-making, and the scientific narrative." In *The Map and the Territory*, 141-163: Springer, 2018.
- Goetz, Joseph W., Dorothy B Durband and Angela K Mazzolini. "The Importance of Self-Awareness for Financial Counselors and Clients." In *Financial Counseling*, edited by Dorothy B Durband, Ryan H Law and Angela K Mazzolini: Springer, 2018.
- Goh, Tiong Thye, Norazah Mohd Suki and Kim Fam. "Exploring a consumption value model for Islamic mobile banking adoption" *Journal of Islamic Marketing*, (2014).
- Goleman, Daniel. *Self-Awareness* HBR Emotional Intelligence Series. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2019
- Gu, Qianni and Yong Su. "How does objective career success affect subjective career success? The moderating role of self-awareness" *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 4, no. 03 (2016): 227.
- Hachimi, Amina and M My Abdelouhab Salahddine. "The Acceptability of Participatory Banking Products by SMES: A

- Conceptual Framework" *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9, no. 4 (2019): 259.
- Haider, Muhammad Jamal, Gao Changchun, Tayyaba Akram and Syed Talib Hussain. "Does gender differences play any role in intention to adopt Islamic mobile banking in Pakistan?" *Journal of Islamic Marketing*, (2018).
- Hair, Joseph F, William C Black, Barry J Babin and Rolph E Anderson. *Multivariate Data Analysis*. 8th ed. London, UK: Cengage Learning, 2019a.
- Hair, Joseph F, Marcelo LDS Gabriel, Dirceu da Silva and Sergio Braga Junior. "Development and validation of attitudes measurement scales: fundamental and practical aspects" *RAUSP Management Journal*, (2019b).
- Hair Jr, Joseph F, G Tomas M Hult, Christian M Ringle and Marko Sarstedt. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed. Los Angeles: SAGE Publications, Inc., 2017.
- Hall, Douglas T. "Self-awareness, identity, and leader development." In *Leader development for transforming organizations*, 173-196: Psychology Press, 2004.
- Hamdan, Allam Mohammed, Amina Mohammed Buallay and Bahaaeddin Ahmed Alareeni. "The moderating role of corporate governance on the relationship between intellectual capital efficiency and firm's performance: evidence from Saudi Arabia" *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 14, no. 4 (2017): 295-318.
- Haron, Sudin and Wan Nursofiza Wan Azmi. "Determinants of Islamic and conventional deposits in the Malaysian banking system" *Managerial Finance*, (2008).
- Harrison, David A, Peter P Mykytyn Jr and Cynthia K Riemenschneider. "Executive decisions about adoption of information technology in small business: Theory and empirical tests" *Information systems research*, 8, no. 2 (1997): 171-195.

- Hartani, Nira Hariyatie, A Muhtadi Ridwan and Nur Asnawi. "The Moderating role of religiosity to determine the influence of halal awareness and emotional marketing strategy for shariah based banking in Indonesian" *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10, no. 10 (2020): 378-387.
- Harun, Harun, David Carter, Abu Taher Mollik and Yi An. "Understanding the forces and critical features of a new reporting and budgeting system adoption by Indonesian local government" *Journal of Accounting & Organizational Change*, (2020).
- Hasan, Mohammad Tariq and Azhar Abdul Rahman. "The role of corporate governance on the relationship between IFRS adoption and earnings management: Evidence from Bangladesh" *International Journal of Financial Research*, 11, no. 4 (2020): 329.
- Hasyim, Fuad. "The Determinant of Takaful Acceptance: Theory of Reasoned Action Approach" *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1, no. 1 (2018).
- Hatane, Saarce Elsy, Stellan Supangat, Josua Tarigan and Ferry Jie. "Does internal corporate governance mechanism control firm risk? Evidence from Indonesia's three high-risk sectors" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2019).
- Hawley, Amos, International Encyclopedia of the Social Sciences. New York: Macmillan, 1968.
- Herath, Tejaswini C, Hemantha SB Herath and John D'Arcy. "Organizational Adoption of Information Security Solutions: An Integrative Lens Based on Innovation Adoption and the Technology-Organization-Environment Framework" *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 51, no. 2 (2020): 12-35.
- Herawaty, Vinola and Dita Solihah. "The effect of Ceo Tenure, Managerial Skills and earning power on earnings manipulation with corporate governance as a moderating variable on manufacturing companies in Indonesia Stock

Exchange" *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23, (2019): 1-16.

- Hernandez, William, Amy Luthanen, Dee Ramsel and Katerine Osatuke. "The mediating relationship of self-awareness on supervisor burnout and workgroup Civility & Psychological Safety: A multilevel path analysis" *Burnout Research*, 2, no. 1 (2015): 36-49.
- Higgs, Malcolm and Deborah Rowland. "Emperors with clothes on: The role of self-awareness in developing effective change leadership" *Journal of Change Management*, 10, no. 4 (2010): 369-385.
- Hoque, Mohammad Enamul, Nik Mohd Hazrul Nik Hashim and Mohammad Hafizi Bin Azmi. "Moderating effects of marketing communication and financial consideration on customer attitude and intention to purchase Islamic banking products" *Journal of Islamic Marketing*, (2018).
- Hove-Sibanda, Progress, Kin Sibanda and David Poe. "The impact of corporate governance on firm competitiveness and performance of small and medium enterprises in South Africa: A case of small and medium enterprises in Vanderbijlpark" *Acta Commercii*, 17, no. 1 (2017): 1-11.
- Htay, Sheila Nu Nu and Syed Ahmed Salman. "Corporate governance: A case study of SMEs in Malaysia" *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18, no. 2 (2013): 243-252.
- Htay, Sheila Nu Nu and Syed Ahmed Salman. "Theoretical concepts of good governance practices for waqf (Islamic endowment) institutions." In *International Conference on Management, Leadership & Governance*, 111: Academic Conferences International Limited, 2015.
- Huang, Yi-Chun, Min-Li Yang and Ying-Juan Wong. "The effect of internal factors and family influence on firms' adoption of green product innovation" *Management Research Review*, (2016).
- Huggins, Robert, Andrew Johnston and Piers Thompson. "Network capital, social capital and knowledge flow: how the nature of

inter-organizational networks impacts on innovation" *Industry and Innovation*, 19, no. 3 (2012): 203-232.

- Husin, Maizaitulaidawati Md, Razali Haron and Shahab Aziz. "Adoption of Financial Technology in Islamic Crowd-Funding: Predicting Small and Medium-Sized Enterprises' Intention to Use the Investment Account Platform." In *Impact of Financial Technology (FinTech) on Islamic Finance and Financial Stability*, 12-35: IGI Global, 2020.
- Iannotta, Michela, Mauro Gatti and Morten Huse. "Institutional complementarities and gender diversity on boards: A configurational approach" *Corporate Governance: An International Review*, 24, no. 4 (2016): 406-427.
- IFC. *A Guide to Corporate Governance Practices in the European Union*. Washington, DC: International Finance Corporation (World Bank), 2015.
- IFC. *Indonesia Corporate Governance Manual*. 2nd ed. Washington, DC: International Finance Corporation (World Bank), 2018.
- IFC. *SME Governance Guidebook*. Washington, DC: International Finance Corporation (World Bank), 2019.
- Indayani, Tri Nofik, Puji Sucia Sukmaningrum, Achsanita Hendratmi and Sylva Alif Rusmita. "The determinants of Islamic social reporting disclosure in Indonesia" *GATR Acc. Fin. Review*, 4, no. 1 (2019): 05-14.
- Iqbal, Zamir and Abbas Mirakhor. "Stakeholders model of governance in Islamic economic system" *Islamic Economic Studies*, 11, no. 2 (2004).
- Irjayanti, Maya and Anton Mulyono Azis. "Barrier factors and potential solutions for Indonesian SMEs" *Procedia economics and finance*, 4, (2012): 3-12.
- Islam, Jamid Ul and Zillur Rahman. "Awareness and willingness towards Islamic banking among Muslims: An Indian perspective" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10, no. 1 (2017): 92-101.

- Itturra, Raul. "Marriage, ritual and profit: The production of producers in a Portuguese village" *Social Compass*, 32, no. 1 (1985): 73-92.
- Jabbour, Mirna and Magdy Abdel-Kader. "ERM adoption in the insurance sector" *Qualitative Research in Accounting & Management*, (2016).
- Jaffar, Mariatul Aida and Rosidah Musa. "Factorial Validation and Measurement Model of Attitude and Intention Towards Adoption of Islamic Financing Among Non-users." In *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry*, 65-76: Springer, 2019.
- Jaiyeoba, Haruna Babatunde, Moha Asri Abdullah and Abdul Razak Dzuljastri. "Halal certification mark, brand quality, and awareness - Do they influence buying decisions of Nigerian consumers?" *Journal of Islamic Marketing*, (2019).
- Jalaludin, Dayana, Maliah Sulaiman and Nik Nazli Nik Ahmad. "Understanding environmental management accounting (EMA) adoption: a new institutional sociology perspective" *Social Responsibility Journal*, (2011).
- Jamshidi, Dariyoush, Nazimah Hussin and Hooi Lai Wan. "Islamic banking services adoption as a new banking restructure" *Humanomics, The International Journal of Systems and Ethics*, 31, no. 2 (2015): 214-223.
- Jamshidi, Dariyoush and Fazlollah Kazemi. "Innovation diffusion theory and customers' behavioral intention for Islamic credit card" *Journal of Islamic Marketing*, (2019).
- Jaswadi, Mohammad Iqbal and Sumiadji. "SME governance in Indonesia—a survey and insight from private companies" *Procedia Economics and Finance*, 31, (2015): 387-398.
- Jiang, Wan, Linlin Wang, Zhaofang Chu and Xifang Ma. "How analyst recommendation change influences strategic change: The moderating role of CEO power and board's informal hierarchy" *Journal of Organizational Change Management*, (2018).

- Johnston, Wesley J and Jeffrey E Lewin. "Organizational buying behavior: Toward an integrative framework" *Journal of Business research*, 35, no. 1 (1996): 1-15.
- Jones, Oswald and Fiona Tilley. *Competitive advantage in SMEs: Organising for Innovation and Change*. West Sussex PO19 8SQ, England: John Wiley & Sons Ltd., 2003.
- Kaabachi, Souheila and Hassan Obeid. "Determinants of Islamic banking adoption in Tunisia: empirical analysis" *International Journal of Bank Marketing*, (2016).
- Kaakeh, Abdulkader, M Kabir Hassan and Stefan F Van Hemmen Almazor. "Factors affecting customers' attitude towards Islamic banking in UAE" *International Journal of Emerging Markets*, (2019).
- Kamiyama, Hajime and Kenichi Kashiwagi. "Factors affecting customers' continued intentions to use Islamic banks" *Journal of Financial Services Marketing*, 24, no. 3-4 (2019): 59-68.
- Kasri, Rahmatina and Salina Hj Kassim. "Empirical determinants of saving in the Islamic banks: Evidence from Indonesia" *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 22, no. 2 (2009).
- Kazaure, Mansur Ahmed. "Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria" *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2019).
- Kementerian PPN/Bappenas. *Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia*, Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas, 2016
- Kementerian PPN/Bappenas. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas, 2018
- Khalifa, Mohamed and M Davison. "SME adoption of IT: the case of electronic trading systems" *IEEE Transactions on Engineering Management*, 53, no. 2 (2006): 275-284.
- Khalili, Ashkan. "Examining the relevance of emotional intelligence and organizational commitment among employees of small

- and medium enterprise in private sector" *International Journal of Business and Management*, 6, no. 12 (2011): 180.
- Khattak, Naveed Azeem. "Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan" *African Journal of Business Management*, 4, no. 5 (2010): 662-671.
- Kistanti, Nurjannah Rahayu, Margunani Margunani and Avi Budi Setiawan. "Kajian Aksesibilitas UMKM dan IKM terhadap Lembaga Keuangan di Kota Semarang" *Jurnal Riptek*, 13, no. 2 (2019): 147-157.
- KNKG. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006.
- KNKS. *Insight – Buletin Ekonomi Syariah Edisi ke-5*. Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management, Global Edition*: Pearson Education UK, 2015.
- Kouaib, Amel, Asma Bouzouitina and Anis Jarboui. "CEO behavior and sustainability performance: the moderating role of corporate governance" *Property Management*, (2021).
- Kreibich, Antonia, Marie Hennecke and Veronika Brandstätter. "The Effect of self-awareness on the identification of goal-related obstacles" *European Journal of Personality*, 34, no. 2 (2020): 215-233.
- Kubicek, Amadeus, Ramudu Bhanugopan and Alan Fish. "Perceiving safety and risk in culturally diverse organizations: Toward a conceptual model" *Risk Management*, 15, no. 3 (2013): 199-223.
- Laeli, Azizatul and Agung Yulianto. "The Effect of Financial Health on Profitability with Islamic Corporate Governance as A Moderating Variable" *Accounting Analysis Journal*, 5, no. 3 (2016): 163-172.
- Lans, Thomas, Harm Biemans, Martin Mulder and Jos Verstegen. "Self-awareness of mastery and improvability of entrepreneurial competence in small businesses in the agrifood sector" *Human Resource Development Quarterly*, 21, no. 2 (2010): 147-168.

- Larioui, Lamia and Abdelouahed Alaoui Mdaghri. "Governance in family SME: A theoretical contribution based on the social capital approach" *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 26, no. 2 (2019): 317-328.
- Latif, Badar, Zeeshan Mahmood, Ong Tze San, Ridzwana Mohd Said and Allah Bakhsh. "Coercive, Normative and Mimetic Pressures as Drivers of Environmental Management Accounting Adoption" *Sustainability*, 12, no. 11 (2020): 4506.
- Lavidge, Robert J and Gary A Steiner. "A model for predictive measurements of advertising effectiveness" *Journal of marketing*, 25, no. 6 (1961): 59-62.
- Lawrence, Eleanor, Maggie W Dunn and Suri Weisfeld-Spolter. "Developing leadership potential in graduate students with assessment, self-awareness, reflection and coaching" *Journal of Management Development*, (2018).
- Lawrence, Thomas B and Roy Suddaby. "1.6 institutions and institutional work" *The Sage handbook of organization studies*, (2006): 215-254.
- Lazarides, Themistokles and Evaggelos Drimpetas. "Corporate governance regulatory convergence: a remedy for the wrong problem" *International Journal of Law and Management*, (2010).
- Le, Thanh Tiep and Van Kha Nguyen. "Effects of quick response to COVID-19 with change in corporate governance principles on SMEs' business continuity: evidence in Vietnam" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2022).
- Lee, Sang-Hyeop, Kong-Check Siong, Kai-Sean Lee and Hak-Seon Kim. "Non-muslim customers' purchase intention on halal food products in Malaysia" *Culinary science and hospitality research*, 22, no. 1 (2016): 108-116.
- Lexico, "Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator", Oxford <https://www.lexico.com/synonym/>.

- Li, Liwei and Xiaohong Wang. "M-commerce adoption in SMEs of China: The effect of institutional pressures and the mediating role of top management" *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 16, no. 2 (2018): 48-63.
- Lihniash, Saad Mohamed Abdullah, Ibrahim Mohammed Massoud Egdair and Sohail Ahmed. "The Influence of Technological Factors on the Internet Financial Reporting in the Libyan Banking Sector: Moderating Effect of Corporate Governance" *European Journal of Economic and Financial Research*, 4, no. 2 (2020).
- Limijaya, Amelia, Yanthi Hutagaol-Martowidjojo and Elisabeth Hartanto. "Intellectual capital and firm performance in Indonesia: The moderating role of corporate governance" *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 13, no. 2 (2021): 159-182.
- Lin, Ru-jen and Chwen Sheu. "Why do firms adopt/implement green practices?—an institutional theory perspective" *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, (2012): 533-540.
- Low, Charlton and Tim Mazzarol. "Owner-managers' preferences for financing: A study of Singaporean SME." In *ICSB, World Conference 2006*, 2006.
- Lukason, Oliver and María-del-Mar Camacho-Miñano. "Corporate Governance Characteristics of Private SMEs' Annual Report Submission Violations" *Journal of Risk and Financial Management*, 13, no. 10 (2020): 230.
- Machado-da-Silva, Clóvis L, Edson R Guarido Filho and Luciano Rossoni. "Organizational fields and the structuration perspective: analytical possibilities" *BAR-Brazilian Administration Review*, 3, no. 2 (2006): 32-56.
- Mahdinezhad, Maryam, Hamidah Yusof and Norimah Rambeli. "Transformational Leadership Style and Leaders' Performance: The Moderator Role of Emotional Intelligence" *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9, no. 3 (2019): 312-317.

- Mahdzan, Nurul Shahnaz, Rozaimah Zainudin and Sook Fong Au. "The adoption of Islamic banking services in Malaysia" *Journal of Islamic Marketing*, (2017).
- Martenson, Rita. "When is green a purchase motive? Different answers from different selves" *International Journal of Retail & Distribution Management*, (2018).
- Maryam, Sayeda Zeenat, Mian Saqib Mehmood and Chaudhry Abdul Khaliq. "Factors influencing the community behavioral intention for adoption of Islamic banking" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, (2019).
- Masocha, Reginald and Olawale Fatoki. "The role of mimicry isomorphism in sustainable development operationalisation by SMEs in South Africa" *Sustainability*, 10, no. 4 (2018): 1264.
- Matthews, Judy. "Innovation in Australian small and medium enterprises: Contributions from strategic human resource management" *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 40, no. 2 (2002): 193-204.
- Maulana, Hartomi, Dzuljastri Abdul Razak and Adewale Abideen Adeyemi. "Factors influencing behaviour to participate in Islamic microfinance" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11, no. 1 (2018): 109-130.
- Mawutor, John Kwaku Mensah, S Williams and Mensah Anita Oduwaa. "Assessment of the adoption and implementation of IFRS for small and medium scale entities (SMEs). "A study of selected SMEs GA East of Ghana" *Asian Journal of Finance & Accounting*, 11, no. 1 (2019): 24-258.
- Mbawuni, Joseph and Simon Gyasi Nimako. "Determinants of Islamic banking adoption in Ghana" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, (2017).
- McCarthy, Alma M and Thomas N Garavan. "Developing self-awareness in the managerial career development process: the value of 360-degree feedback and the MBTI" *Journal of European Industrial Training*, (1999).

- Merriam-Webster Online Dictionary. *Merriam-Webster Online Dictionary*, <https://www.merriam-webster.com/>
- Meyer, John W and Brian Rowan. "Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony" *American journal of sociology*, 83, no. 2 (1977): 340-363.
- Mnif, Yosra and Marwa Tahari. "The effect of Islamic banks' specific corporate governance mechanisms on compliance with AAOIFI governance standards" *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2020).
- Mograbi, Daniel C, Jonathan Huntley and Hugo Critchley. "Self-awareness in Dementia: a Taxonomy of Processes, Overview of Findings, and Integrative Framework" *Current Neurology and Neuroscience Reports*, 21, no. 12 (2021): 1-12.
- Montemayor, Carlos. "Models for cognition and emotion: Evolutionary and linguistic considerations" *Behavioral and Brain Sciences*, 38, (2015).
- Müceldili, Büşra, Haldun Turan and Oya Erdil. "The influence of authentic leadership on creativity and innovativeness" *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, (2013): 673-681.
- Muslichah, Rose Abdullah and Lutfi Abdul Razak. "The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable" *Journal of Islamic Marketing*, 11, no. 5 (2020): 1091 - 1104.
- Mutmainah, L. "The role of religiosity, halal awareness, halal certification, and food ingredients on purchase intention of halal food" *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1, no. 1 (2018): 33-50.
- Napitupulu, Sotarduga, Ina Primiana, Sulaeman R Nidar, Nury Eeffendy and Devy Mawarnie Puspitasari. "The effect of management capabilities in implementing good corporate governance: A study from indonesia banking sector" *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7, no. 1 (2020): 159-165.

- Narsa, I Made, Agus Widodo and Sigit Kurnianto. "Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (PSAK-ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)| Journal of Economics and Business Airlangga*, 22, no. 3 (2012).
- Nasco, Suzanne Altobello, Elizabeth Grandón Toledo and Peter P Mykytyn Jr. "Predicting electronic commerce adoption in Chilean SMEs" *Journal of Business Research*, 61, no. 6 (2008): 697-705.
- Neville, Mette. "A Statutory Buy-Out Right in SMEs-An Important Corporate Governance Mechanism and Minority Protection?", no. 10-03 (2010). <https://ssrn.com/abstract=1709954>.
- Neville, Mette. "The role of boards in small and medium sized firms" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2011).
- Newton, Cameron, Stephen TT Teo, David Pick, Marcus Ho and Drew Thomas. "Emotional intelligence as a buffer of occupational stress" *Personnel Review*, (2016).
- Ngah, Abdul Hafaz, T Ramayah, Mohd Helmi Ali and Mohd Imran Khan. "Halal transportation adoption among pharmaceuticals and cosmetics manufacturers" *Journal of Islamic Marketing*, (2019).
- Ninivaggi, Frank John. *Learned Mindfulness: Physician Engagement and MD Wellness*: Academic Press, 2019.
- Nordin, Norshidah. "Assessing emotional intelligence, leadership behaviour and organizational commitment in a higher learning institution" *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 56, (2012): 643-651.
- Norton, Edgar. "Capital structure and small public firms" *Journal of Business Venturing*, 6, no. 4 (1991): 287-303.
- Obeid, Hassan and Souheila Kaabachi. "Empirical investigation into customer adoption of Islamic banking services in Tunisia" *Journal of Applied Business Research*, 32, no. 4 (2016): 1243.

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2017.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017b.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah - Agustus 2019*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2019b.
- OJK, "Industri Keuangan Non-Bank Syariah", Otoritas Jasa Keuangan <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/IKNB-Syariah.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Snapshot Perbankan Syariah - Desember 2020*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020b.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah - Juli 2020*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020c.
- Okpara, John O. "Perspectives on corporate governance challenges in a Sub-Saharan African economy" *Journal of Business and Policy Research*, 5, no. 1 (2010): 110-122.
- Olfabri, O, A Suroso, R Setyanto and E Kaukab. "Self-awareness and social self-supervision in online transportation industry" *International Journal of Data and Network Science*, 5, no. 3 (2021): 433-438.
- Omri, Waleed, Audrey Becuwe and Jean-Charles Mathe. "Ownership structure and innovative behavior: Testing the mediatory role of board composition" *Journal of Accounting in Emerging Economies*, (2014).
- Othman, Rosly, Zainal Ariffin Ahmad and Suhaiza Zailani. "The effect of institutional pressures in the Malaysian halal food industry" *International Business Management*, 3, no. 4 (2009): 80-84.
- Ou, Y, L Hsu and S Ou. "Social capital and dynamic capability driving competitive advantage: The moderating role of corporate governance" *International Business Research*, 8, no. 5 (2015): 1-18.

- Özek, Hande and Alberto Ferraris. "The role of self-awareness and self-efficacy on career decision-making: An innovative perspective." In *Innovation and capacity building*, 207-229: Springer, 2018.
- Padachi, Kesseven. "Factors affecting the adoption of formal accounting systems by SMEs" *Business and Economics Journal*, (2012).
- Perdana, Arif and Ismail Umar. "Understanding the IT/IS Adoption Isomorphism in Small Medium Enterprises and Its Effect on Supply Chain Management." In *International Conference on Informatics for Development*, 21 - 27, 2011.
- Perkmann, Markus and Kathryn Walsh. "University–industry relationships and open innovation: Towards a research agenda" *International Journal of Management Reviews*, 9, no. 4 (2007): 259-280.
- Poba-Nzaou, Placide, Louis Raymond and Bruno Fabi. "Adoption and risk of ERP systems in manufacturing SMEs: a positivist case study" *Business Process Management Journal*, (2008).
- Popescu, Luminita, Anica Iancu, Marioara Avram, Daniel Avram and Virgil Popescu. "The role of managerial skills in the sustainable development of SMEs in Mehedinti County, Romania" *Sustainability*, 12, no. 3 (2020): 1119.
- Porter, Lyman W, Harold L Angle and Robert W Allen. *Organizational influence processes*: ME Sharpe, 2003.
- Powell, Walter W and Patricia Bromley. "New institutionalism in the analysis of complex organizations" *International encyclopedia of social and behavioral sciences*, 2, (2013): 764-769.
- Powell, Walter W and Paul J DiMaggio. *The new institutionalism in organizational analysis*: University of Chicago press, 1991.
- Prajogo, Daniel and Christopher M McDermott. "Antecedents of service innovation in SMEs: Comparing the effects of external and internal factors" *Journal of Small Business Management*, 52, no. 3 (2014): 521-540.

- Prentice-Dunn, Steven and Beth Jacobs. "Effects of self-awareness and expectancies on behavioral intentions: Integrating self-efficacy theory and control theory" *Psychological reports*, 58, no. 1 (1986): 143-147.
- Prochaska, James O. *Systems of psychotherapy: A transtheoretical analysis*. Chicago: Dorsey, 1979.
- Purnomo, SH, ET Rahayu, AI Sari and S Emawati. "Factors affecting entrepreneurial intentions among beef cattle farmers in Boyolali Regency, Central Java, Indonesia." In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 250, 012093: IOP Publishing, 2019.
- Raghavan, Vishnupriya, Marya Wani and Dolphy M Abraham. "Exploring e-business in Indian SMEs: adoption, trends and the way forward." In *Emerging Markets from a Multidisciplinary Perspective*, 95-106: Springer, 2018.
- Rahim, M Afzalur and Patricia Minors. "Effects of emotional intelligence on concern for quality and problem solving" *Managerial Auditing Journal*, (2003).
- Raja, J and A Suresh Kumar. "SME entrepreneurship, firm performance, and corporate governance practices in Indian service firms" *Journal of Services Research*, 7, no. 2 (2007): 99.
- Rasheed, Rabia and Sulaman Hafeez Siddiqui. "Attitude for inclusive finance: influence of owner-managers' and firms' characteristics on SMEs financial decision making" *Journal of Economic and Administrative Sciences*, (2019).
- Rasheed, Rabia, Sulaman Hafeez Siddiqui and Maria Abdul Rahman. "Influence of Awareness on SME's Intention towards adoption of Islamic Finance in Pakistan" *Review of Economics and Development Studies*, 4, no. 1 (2018): 51-59.
- Raza, Syed Ali, Rehan Ahmed, Muhammad Ali and Muhammad Asif Qureshi. "Influential factors of Islamic insurance adoption: an extension of theory of planned behavior" *Journal of Islamic Marketing*, (2019a).

- Raza, Syed Ali, Nida Shah and Muhammad Ali. "Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model" *Journal of Islamic Marketing*, (2019b).
- Rea, Louis M and Richard A Parker. *Designing and conducting survey research: A comprehensive guide*: John Wiley & Sons, 2014.
- Reddy, Krishna and Umesh Sharma. "Institutional antecedents of principle-based corporate governance practices: A case study of publicly listed companies in Fiji" *Journal of Accounting & Organizational Change*, (2014).
- Reid, Allecia E, Matt Field, Andrew Jones, Lisa CG DiLemma and Eric Robinson. "Social modelling of health behaviours: Testing self-affirmation as a conformity-reduction strategy" *British Journal of Health Psychology*, 24, no. 3 (2019): 651-667.
- Reni, Andi and Nor Hayati Ahmad. "Application of theory reasoned action in intention to use Islamic banking in Indonesia" *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 8, no. 1 (2016): 137-148.
- Riahi, Olfa and Walid Khoufi. "Understanding IFRS adoption" *Journal of Applied Accounting Research*, (2019).
- Riyadh, Al Nahian , Md. Shahriar Akter and Nayeema Islam. "The adoption of e-banking in developing countries: A theoretical model for SMEs" *International Review of Business Research papers*, 5, no. 6 (2009): 212-230.
- Rodrigues, Lúcia Lima and Russell Craig. "Assessing international accounting harmonization using Hegelian dialectic, isomorphism and Foucault" *Critical Perspectives on Accounting*, 18, no. 6 (2007): 739-757.
- Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press, 2003.
- Rogoff, Barbara Ed and Jean Ed Lave. *Everyday cognition: Its development in social context*: Harvard University Press, 1984.
- Rohmatin, Binti Lailatur, Gaguk Apriyanto and Diana Zuhroh. "The Role of Good Corporate Governance to Fraud Prevention: An

- analysis based on the Fraud Pentagon" *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25, no. 1 (2021).
- Rosavina, Monica, Raden Aswin Rahadi, Mandra Lazuardi Kitri, Shimaditya Nuraeni and Lidia Mayangsari. "P2P lending adoption by SMEs in Indonesia" *Qualitative Research in Financial Markets*, (2019).
- Rubin, Rebecca B, Alan M Rubin and Matthew M Martin. "The role of self-disclosure and self-awareness in affinity-seeking competence" *Communication Research Reports*, 10, no. 2 (1993): 115-127.
- Sadjiarto, Arja, F Florencia and O Nevanda. "Effects of Political Connections and Corporate Governance on Tax Aggressiveness in Indonesian Service and Banking Sectors" *Journal of Economics and Business*, 2, no. 1 (2019): 190-204.
- Sadress, Night, Juma Bananuka, Laura Orobia and Julius Opiso. "Antecedents of tax compliance of small business enterprises: a developing country perspective" *International Journal of Law and Management*, (2019).
- Saiti, Buerhan, Abubakar Aliyu Ardo and Ibrahim Guran Yumusak. "Why non-Muslims subscribe to Islamic banking?" *Qualitative Research in Financial Markets*, (2019).
- Salin, Ahmad Saiful Azlin Puteh, Zubaidah Ismail, Malcolm Smith and Anuar Nawawi. "The influence of a board's ethical commitment on corporate governance in enhancing a company's corporate performance" *Journal of Financial Crime*, (2019).
- Sanni, Shamsudeen Ademola, Zainab Awang Ngah, Noor Harun Abdul Karim, Noorhidawati Abdullah and Mehwish Waheed. "Using the diffusion of innovation concept to explain the factors that contribute to the adoption rate of e-journal publishing" *Serials Review*, 39, no. 4 (2013): 250-257.
- Santosa, Perdana Wahyu. "The moderating role of firm size on financial characteristics and Islamic firm value at Indonesian equity market" *Verslas: Teorija ir Praktika*, 21, no. 1 (2020): 391-401.

- Sapiro, Gisele. *International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier 2015.
- Sarwar, Bushra and Marria Hassan. "Impact of economic policy uncertainty on dividend decision: A moderating role of board financial expertise" *Journal of Public Affairs*, 21, no. 3 (2021): e2613.
- Sattar, Mahdi, Faris Hamza and Adil Moghar. "Adoption of Islamic finance for SMEs and very small enterprises in Morocco" *Turkish Economic Review*, 6, no. 4 (2019): 335-352.
- Sawani, Yussri, Corina Joseph, Nero Madi and Gluma Saban. "Adoption of Quality Management System (QMS) in Public Academic Institution: A reaction towards Isomorphism" *18-ICIT: 21-23/4/14 at UiTM-Sarawak ST-8: Best Practices in Higher Education Paper#: 08, 7*, (2014).
- Sekaran, Uma and Roger Bougie. *Research methods for business: A skill building approach*. 7th ed.: John Wiley & Sons, 2016.
- Shaffer, Gary L. "Self-Awareness." In *Emotional Intelligence and Critical Thinking for Library Leaders*: Emerald Publishing Limited, 2020.
- Shahar, Nurul Ain, Anuar Nawawi and Ahmad Saiful Azlin Puteh Salin. "Shari'a corporate governance disclosure of Malaysian IFIS" *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2020).
- Shahzadi, Kiran, H Malik, Malik Shahzad Shabbir and Attiya Yasmin. "Factors affecting profit distribution management of Islamic banks: moderating role of corporate governance" *Islamic Banking and Finance Review*, 8, no. 1 (2021): 78-102.
- Shakil, Mohammad Hassan, Mashiyat Tasnia and Md Imtiaz Mostafiz. "Board gender diversity and environmental, social and governance performance of US banks: Moderating role of environmental, social and corporate governance controversies" *International Journal of Bank Marketing*, (2020).

- Sharma, Seema and Elizabeth Mary Daniel. "Isomorphic factors in the adoption of ERP by Indian medium-sized firms" *Journal of Enterprise Information Management*, (2016).
- Sharma, Subhash, Richard M Durand and Oded Gur-Arie. "Identification and analysis of moderator variables" *Journal of Marketing Research*, 18, no. 3 (1981): 291-300.
- Shibin, KT, Rameshwar Dubey, Angappa Gunasekaran, Benjamin Hazen, David Roubaud, Shivam Gupta and Cyril Foropon. "Examining sustainable supply chain management of SMEs using resource based view and institutional theory" *Annals of Operations Research*, 290, no. 1 (2020): 301-326.
- Shipper, Frank M, Joel Kincaid, Denise M Rotondo and Richard C Hoffman. "A cross-cultural exploratory study of the linkage between emotional intelligence and managerial effectiveness", (2003).
- Shome, Anamitra, Fauzia Jabeen and Rajesh Rajaguru. "What drives consumer choice of Islamic banking services in the United Arab Emirates?" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11, no. 1 (2018): 79-95.
- Silaban, Rekson, Dedi Purwana and I Ketut R SUDIardhita. "The Influence of Transformational Leadership, Organizational Culture on The Performance of Labor BPJS Through Good Corporate Governance" *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 3, no. 2 (2020): 58-81.
- Silvia, Paul J. "Self-awareness and emotional intensity" *Cognition & Emotion*, 16, no. 2 (2002): 195-216.
- Simal, Fajryani, Dahlia Mahulauw, Marleny Leasa and John Rafafy Batlolona. "Self Awareness and Mitigation of Learning Loss on Students' Science Learning Outcomes During the Covid 19 Pandemic" *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 8, no. 1 (2022): 239-246.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, 2017. 6024220626.
- Solikhah, Badingatus and Ukhti Maulina. "Factors influencing environment disclosure quality and the moderating role of

- corporate governance" *Cogent Business & Management*, 8, no. 1 (2021): 1876543.
- Soma, Abdul Mukti, Ina Primiana, Sudarso K Wiryono and Eric Febrian. "Religiosity and Islamic Banking Product Decision: Survey on Employees of PT Telekomunikasi Indonesia" *Etikonomi*, 16, no. 1 (2017).
- Southey, Gregory. "The theories of reasoned action and planned behaviour applied to business decisions: A selective annotated bibliography" *Journal of New Business Ideas & Trends*, 9, no. 1 (2011): 43-50.
- Srinivasan, Raji, Stefan Wuyts and Girish Mallapragada. "Corporate board interlocks and new product introductions" *Journal of Marketing*, 82, no. 1 (2018): 132-148.
- Straub, Evan T. "Understanding technology adoption: Theory and future directions for informal learning" *Review of educational research*, 79, no. 2 (2009): 625-649.
- Strong, Edward Kellog. *The psychology of selling and advertising*: McGraw-Hill book Company, Incorporated, 1925.
- Su, Weichieh and Steve Sauerwald. "Does corporate philanthropy increase firm value? The moderating role of corporate governance" *Business & Society*, 57, no. 4 (2018): 599-635.
- Su, Yung-ting. "Three essays on financial literacy, financial self-awareness, and retirement well-being." The University of Wisconsin-Madison, 2012.
- Suifan, Taghrid S, Ayman Bahjat Abdallah and Rateb Jalil Sweis. "The Effect of a Manager's Emotional Intelligence on Employees' Work Outcomes in the Insurance Industry in Jordan" *International Business Research*, 8, no. 9 (2015).
- Sutawikara, Achmad Tossin, Sri Mulyani, Yudi Azis and Ida Farida. "The Effect of Ethical Leadership on Performance with GCG as an Intervening Variable (Study on Fertilizer Distributors in Indonesia)" *Academy of Strategic Management Journal*, 20, (2021): 1-10.

- Syamlan, Yaser Taufik. "Does dual banking system in Indonesia differentiate investment account requirement?" *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 11, no. 1 (2017).
- Szczepańska-Woszczyzna, Katarzyna and Joanna Kurowska-Pysz. "Sustainable business development through leadership in SMEs" *Engineering Management in Production and Services*, 8, no. 3 (2016): 57-69.
- Talib, Nori Yani Abu, Radziah Abdul Latiff and Aini Aman. "An institutional perspective for research in waqf accounting and reporting" *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2020).
- Tanjung, Miranda. "A cross-firm analysis of corporate governance compliance and performance in Indonesia" *Managerial Auditing Journal*, (2020).
- Taylor, Paul. "The importance of information and communication technologies (ICTs): An integration of the extant literature on ICT adoption in small and medium enterprises" *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3, no. 5 (2015).
- Teo, Hock-Hai, Kwok Kee Wei and Izak Benbasat. "Predicting intention to adopt interorganizational linkages: An institutional perspective" *MIS quarterly*, (2003): 19-49.
- Thaker, Mohamed Asmy Bin Mohd Thas, Anwar Bin Allah Pitchay, Hassanudin Bin Mohd Thas Thaker and Md Fouad Bin Amin. "Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia" *Journal of Islamic Marketing*, (2019).
- Thaker, Mohamed Asmy Bin Mohd Thas, Hassanudin Bin Mohd Thas Thaker and Choong Pai Wei. "Financial Accessibility and Small-Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia: The Role of Crowdfunding and Islamic Finance." In *Economics, Business, and Islamic Finance in ASEAN Economics Community*, 306-325: IGI Global, 2020.
- Thambiah, Seethaletchumy, Uchenna Cyril Eze, Khong Sin Tan, Robert Jeyakumar Nathan and Kim Piew Lai. "Conceptual framework for the adoption of Islamic retail banking services

in Malaysia" *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010, no. 1 (2010): 1-10.

- Thraya, Mohamed Firas, Jessica Lichy, Amir Louizi and Marouane Rzem. "High-tech acquirers and the moderating role of corporate governance" *The Journal of High Technology Management Research*, 30, no. 2 (2019): 100354.
- Tiuraniemi, Juhani. "Leader self-awareness and its relationship to subordinate assessment of organizational atmosphere in the social welfare sector" *Administration in Social Work*, 32, no. 4 (2008): 23-38.
- Trapnell, Paul D and Jennifer D Campbell. "Private self-consciousness and the five-factor model of personality: distinguishing rumination from reflection" *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, no. 2 (1999): 284.
- Tricker, Bob. *Corporate governance: Principles, policies, and practices*. Oxford University Press, USA, 2015.
- Tricker, Bob. *The evolution of corporate governance*: Cambridge University Press, 2020.
- Turnbull, Shann. "Corporate Governance: Its scope, concerns and theories" *Corporate Governance: An International Review*, 5, no. 4 (1997): 180-205.
- Umrani, Aamir Iqbal and Satirenjit Kaur Johl. "Corporate governance, ownership structure and expropriation of rights: Case of Malaysian small and medium enterprises" *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6, no. 3S (2016).
- Usman, Hardius, Prijono Tjiptoherijanto, Tengku Ezni Balqiah and I Gusti Ngurah Agung. "The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank" *Journal of Islamic Marketing*, (2017).
- Viverita, Ratih Dyah Kusumastuti and Riani Rachmawati. "Motives and challenges of small businesses for halal certification: the case of Indonesia" *World Journal of Social Sciences*, 7, no. 1 (2017): 136-146.

- Wahyudin, Agus and Badingatus Solikhah. "Corporate governance implementation rating in Indonesia and its effects on financial performance" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2017).
- Wang, Shutao and Demei Zhang. "The impact of perceived social support on students' pathological internet use: The mediating effect of perceived personal discrimination and moderating effect of emotional intelligence" *Computers in Human Behavior*, 106, (2020): 106247.
- Warren, Richard. "Corporate governance for competitive advantage in SMEs." In *Competitive Advantage in SMEs: Organising for Innovation and Change*, edited by Oswald Jones and Fiona Tilley, 54-70. West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd, 2003.
- Warsame, Mohammed Hersi and Edward Mugambi Ireri. "Does the theory of planned behaviour (TPB) matter in Sukuk investment decisions?" *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 12, (2016): 93-100.
- Warsame, Mohammed Hersi and Edward Mugambi Ireri. "Moderation effect on Islamic banking preferences in UAE" *International Journal of Bank Marketing*, (2018).
- Wati, Erna and Abdul Qadir Malik. "Corporate Social Responsibility and Earnings Management: The Moderating Role of Corporate Governance" *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4, no. 3 (2021): 298-307.
- Wu, Weiwei, Zhou Liang and Qi Zhang. "Technological capabilities, technology management and economic performance: the complementary roles of corporate governance and institutional environment" *Journal of Knowledge Management*, (2021).
- Xiao, Jing Jian. "Applying behavior theories to financial behavior." In *Handbook of Consumer Finance Research*, 69-81: Springer, 2008.
- Yahaya, Sani, Ibrahim Abdul Hamid, A Fauzi, B Idris and Y Haji-Othman. "Adoption of Islamic banking products and services

in Nigeria: An application of diffusion of innovation theory" *Science and Technology*, 2, (2016): 264-273.

- Yıldırım, İsmail and Recep Çakar. "Perspectives of SMEs on Islamic Banking Practices: A Study on the Assessment of Investment Financing and Business Savings" *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 4, no. 3 (2018): 50-61.
- Yu, Tai-Kuei, Mei-Lan Lin and Ying-Kai Liao. "Understanding factors influencing information communication technology adoption behavior: The moderators of information literacy and digital skills" *Computers in Human Behavior*, 71, (2017): 196-208.
- Zacher, Hannes and Courtney von Hippel. "Weight-based stereotype threat in the workplace: consequences for employees with overweight or obesity" *International Journal of Obesity*, (2021): 1-7.
- Zaid, Mohammad AA, Man Wang, Sara TF Abuhijleh, Ayman Issa, Mohammed WA Saleh and Farman Ali. "Corporate governance practices and capital structure decisions: the moderating effect of gender diversity" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (2020).
- Zaini, Mohammad, Prasetyono and Siti Musyarofah. "The Influence of Knowledge, Experience, and Professional Skepticism on Fraud Indication Detection with Auditor's Emotional Intelligence as Moderating Variable." In *International Colloquium Forensics Accounting and Governance (ICFAG)*, 1, 165-172, 2020.
- Zakaria, Z, AMN Majid, Z Ahmad and NZ Zakaria. "Influence of halal certification on customers' purchase intention." In *Terengganu International Business and Economics Conference*, (2016): 589-600.
- Zeb, Ali, Fazal ur Rehman, Muhammad Imran, Muazam Ali and Rawdha Ghareeb Almansoori. "Authentic leadership traits, high-performance human resource practices and job

performance in Pakistan" *International Journal of Public Leadership*, (2020).

Zerhouni, Anas B. "Factors influencing banks' adoption and development of e-Banking: case of Algeria" *Organisational Studies and Innovation Review*, 2, no. 2 (2016).

Zhao, Xiaoping, Shouming Chen and Chan Xiong. "Organizational attention to corporate social responsibility and corporate social performance: the moderating effects of corporate governance" *Business Ethics: A European Review*, 25, no. 4 (2016): 386-399.

Zhu, Yu-Qian and Jung-Hua Chang. "The key role of relevance in personalized advertisement: Examining its impact on perceptions of privacy invasion, self-awareness, and continuous use intentions" *Computers in Human Behavior*, 65, (2016): 442-447.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

