

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah muncul pada dekade terakhir sebagai fenomena penting. Hal itu, semakin jelas dirasakan ketika pandemi *COVID-19* di akhir tahun 2019 (Kozanoglu & Abedin, 2021). Transformasi digital adalah proses perbaikan organisasi yang memicu perubahan melalui kombinasi teknologi komputasi, informasi, komunikasi, dan konektivitas (Vial, 2021). Oleh karena itu, transformasi digital dianggap sebagai alat yang ampuh untuk meningkatkan desain organisasi, mengadopsi praktik inovatif, merancang model bisnis baru, dan menetapkan proses penciptaan nilai (Cenamor *et al.*, 2019). Level bisnis yang turut terdampak atas munculnya transformasi digital adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Penelitian menunjukkan bahwa UKM dapat mengembangkan kemampuan dan aktivitas bisnis UKM melalui transformasi digital (Matarazzo *et al.*, 2021). Misalnya, integrasi teknologi digital ke dalam model bisnis terbukti meningkatkan inovasi (Bouwman *et al.*, 2019; Skare *et al.*, 2023).

Sejak tahun 2020, hasil penelitian telah mengindikasikan penggunaan teknologi digital, seperti *Digital Accounting System* (DAS) dapat mengatasi situasi sulit dan tidak pasti yang disebabkan oleh pandemi *COVID-19* di seluruh dunia (Lohapan, 2021; Hasbolah *et al.*, 2021; Ainasrallah & Saleem, 2022). Penggunaan teknologi pada masa itu dianggap sebagai salah satu strategi utama yang dapat diterapkan oleh bisnis (Cokins *et al.*, 2020; Apriyanti & Yuvitasari, 2021). Pandemi ini juga mendorong promosi dan peningkatan penggunaan infrastruktur dan sistem akuntansi (Bani-Khalid *et al.*, 2022).



Setelah pandemi berlalu, apakah *digital accounting* masih digunakan? Mengingat penggunaan teknologi dimasa itu kemungkinan karena tidak ada pilihan lain. Oleh karena itu, perlu penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi serta niat kontinuitas penggunaan *digital accounting* sebagai sistem informasi penting untuk dilakukan.

Teori dan model yang mengamati penerimaan aplikasi (Sistem Informasi) atau Teknologi Informasi yang berfokus pada niat atau penggunaan sebagai variabel dependen sudah banyak jadi perhatian. Beberapa diantaranya bahkan sudah mapan terbukti secara empiris seperti: Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) oleh Fishbein dan Ajzen (1975); model penerimaan teknologi (*Technology Aacceptance Model*) oleh Davis (1998); model motivasi (*Motivation Model*) oleh Davis *et al.* (1992); teori perilaku terencana (*Theory of Planned Beavior*) oleh Ajzen (1991); model gabungan model penerimaan teknologi dan teori perilaku terencana (*Combined TAM-TPB*) oleh Taylor & Todd (1995), model pemanfaatan PC (*Model of PC Utilication*) oleh Thompson *et al.* (1991), teori difusi inovasi (*Inovation Diffusion Theory*) oleh Moore dan Benbasat (1991) dan teori kognitif sosial (*Social Cognitive Theory*) oleh Compeau & Higgins (1995).

Kehadiran teknologi komputer dan informasi dalam organisasi berkembang drastis. Namun, agar teknologi dapat meningkatkan produktivitas, teknologi tersebut harus diterima dan digunakan oleh karyawan dalam organisasi. Penelitian terkait “Penerimaan Teknologi Informasi” menghasilkan banyak model yang bersaing, masing-masing dengan perangkat penentu penerimaan yang berbeda. Dengan demikian, pelaku riset dihadapkan pada pilihan diantara banyak model sehingga harus memilih konstruksi di seluruh model, atau memilih model yang

dan mengabaikan konstruksi dari model alternatif. Oleh karena itu, an peninjauan dan sintesis agar dapat mencapai pandangan terpadu



terkait penerimaan pengguna. Dengan demikian berkembang teori yang memadukan kedelapan teori dan model sebelumnya, dikenal dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) oleh Venkatesh *et al.* (2003). UTAUT sendiri sudah diperluas menjadi UTAUT 2 oleh Venkatesh *et al.* (2012) dan UTAUT 3 oleh Farooq *et al.* (2017).

Beberapa penelitian yang menggunakan UTAUT diantaranya, mengkaji penerimaan individu terhadap kehadiran teknologi *mobile payment* (Jung *et al.*, 2020; Sleiman *et al.*, 2023), adopsi *digital banking* (Nepal & Nepal, 2023) dan *financial technology* (Bajunaied *et al.*, 2023). Penelitian tersebut membuktikan secara empiris bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan kebiasaan penting memengaruhi niat menggunakan teknologi informasi.

Penelitian lain yang menggunakan UTAUT untuk menguji niat kontinuitas penggunaan teknologi informasi diantaranya niat kontinuitas penggunaan *mobile food apps* (Alalwan, 2020), *mobile banking* (Abu-Taieh *et al.*, 2022), penggunaan *accounting information system* oleh UKM di Jordan (Luthfi, 2022), penggunaan *smart education* (Gao, 2023). Penelitian tersebut menguji niat kontinuitas penggunaan dengan modifikasi UTAUT dengan model kontinuitas lain seperti *Contingency Framework and Extended Model of IT Continuance*, dan *Flow Theory*. Temuan penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya, atau kemudahan penggunaan serta kepuasan, yang paling penting memengaruhi niat kontinuitas penggunaan sebuah teknologi informasi.

Pemikiran lain, pada dekade terakhir telah menyaksikan peningkatan penelitian berbasis teori mengenai penggunaan sistem informasi (SI).

kan teori difusi inovasi (Rogers, 1995), model penerimaan teknologi *al.*, 1989), dan teori perilaku terencana (Ajzen, 1991), penelitian tersebut



telah menguji variabel-variabel yang memotivasi individu untuk menerima SI baru, dan bagaimana pengguna menerapkannya. Meskipun penerimaan awal SI merupakan langkah pertama yang penting menuju keberhasilan SI, kelangsungan hidup jangka panjang SI dan keberhasilan akhirnya bergantung pada kontinuitas penggunaan, bukan penggunaan pertama kali.

Pentingnya kontinuitas dibandingkan dengan penerimaan awal, terbukti dari fakta bahwa memperoleh pelanggan baru mungkin memerlukan biaya lima kali lebih besar dibandingkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal itu terjadi karena mengingat biaya untuk mencari pelanggan baru, menyiapkan akun baru, dan memulai pelanggan baru ke SI (Parthasarathy dan Bhattacharjee, 1998). Misalnya, peningkatan retensi pelanggan sebesar 5% di industri asuransi biasanya berarti penghematan biaya operasional sebesar 18% (Crego dan Schiffman, 1995). Tren tersebut menggarisbawahi pentingnya relevansi dan ketepatan waktu mengkaji kontinuitas SI sebagai topik kepentingan organisasi. Dengan demikian, berkembang model penelitian mengkaji keyakinan kognitif yang memengaruhi niat seseorang untuk terus menggunakan (*continuance*) sistem informasi (SI) yaitu Model Konfirmasi Ekspektasi (*Expectation Confirmation Model*) oleh Bhattacharjee (2001).

Model teoretis kontinuitas SI dengan kerangka kerja *Expectation Confirmation Model* (ECM) memperhitungkan perbedaan antara perilaku penerimaan awal dan kontinuitas penggunaan SI. Model Konfirmasi Ekspektasi didasarkan pada Teori Konfirmasi Ekspektasi (*Expectation Confirmation Theory*) dari Oliver (1980), yang dikembangkan dengan menggunakan teori tambahan dan temuan empiris dari penelitian penggunaan SI sebelumnya.



Beberapa penelitian menggunakan ECM menguji niat kontinuitas penggunaan teknologi informasi diantaranya, penggunaan *mobile instant*

message (Oghuma *et al.*, 2016), penggunaan *digital text book* (Joo *et al.*, 2017), penggunaan teknologi di perusahaan (Obal, 2017), penggunaan *mobile payment* (Franque *et al.*, 2021), penggunaan *e-learning* (Suzianti & Paramadini, 2021), penggunaan aplikasi *peer-to-peer payment* (Savitha *et al.*, 2022), penggunaan *electronic money* (Sasongko *et al.*, 2022) dan penggunaan sistem informasi perusahaan (Mishra *et al.*, 2023). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa, faktor yang paling penting adalah konfirmasi dan kepuasan memengaruhi niat kontinuitas penggunaan teknologi atau sistem informasi.

Fenomena yang terjadi di Indonesia sejak pemerintahan presiden Bapak Joko Widodo. Pemerintah memiliki perhatian khusus kepada digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), terbukti dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan diantaranya: pembangunan infrastruktur jaringan internet hingga ke pelosok; program pembiayaan; digitalisasi UMKM; sinergi dan koordinasi dengan pihak akademisi sektor publik dan swasta dalam rangka meningkatkan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Kebijakan tersebut jadi prioritas, karena pemerintah menyadari kehadiran UMKM memberi kontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi negara dan memberikan kesempatan kerja bagi mayoritas penduduk (Priatama, 2017; Mudian & Prasetyo, 2022), sehingga mampu mengurangi angka pengangguran di Indonesia (Rizky *et al.*, 2022). UMKM merupakan salah satu pondasi Perekonomian Nasional, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi UMKM mencapai 99% dari seluruh unit usaha, kontribusinya terhadap PDB sebesar 50% pada tahun 2016-2019 (Ratnasari *et al.* 2022), hingga mencapai 60,5% pada tahun 2023. UMKM berkontribusi mampu

▫ 96% tenaga kerja (Jayani, 2021).



Bentuk sinergi dan koordinasi pihak terkait, untuk mendorong akses pembiayaan UMKM yang lebih luas, sekaligus melakukan penguatan literasi keuangan UMKM. Bank Indonesia (BI) bersama Kementerian Ketenagakerjaan serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melakukan penguatan akselerasi peningkatan akses keuangan UMKM. Hal tersebut diwujudkan melalui pengenalan *digital accounting* yaitu Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK). Aplikasi ini dapat memudahkan UMKM dalam pencatatan transaksi keuangan usaha dan secara otomatis dapat menghasilkan laporan keuangan secara digital (Haryono, 2022).

Kehadiran SiApik berupa aplikasi *digital accounting* berbasis *Android* diharapkan dapat membantu pelaku UMKM di Indonesia dalam mengelola transaksi keuangannya dan meningkatkan kinerjanya (Widyana dan Wahyuni, 2023). Sejak diluncurkan Bank Indonesia (BI) pada 2017 sampai akhir tahun 2021, telah tercatat pengguna SiApik sebanyak 17.837 pengguna, 99% adalah usaha mikro yang didominasi 40% sektor usaha manufaktur. Dari jumlah tersebut, sebanyak 724 UMKM telah memperoleh pembiayaan dari perbankan dengan total dana sebesar Rp18,3 miliar (Haryono, 2022). Terakhir, di periode akhir Desember 2023 jumlah pengguna SiApik di seluruh Indonesia mencapai 42.168 pengguna.

Bank Indonesia sebagai representasi pemerintah perlu memperhatikan pencapaian jumlah pengguna SiApik hingga tahun 2021. Tentunya jumlah tersebut idealnya dipertahankan dan jika perlu ditingkatkan. Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu niat kontinuitas penggunaan SiApik oleh UMKM. Penelitian tentang implementasi aplikasi SiApik belum banyak, publikasi saat ini kebanyakan berupa artikel kegiatan pengabdian masyarakat di

Kabupaten di Indonesia. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memberi dan pelatihan penggunaan SiApik kepada pelaku UMKM. Implementasi



SiApik diharapkan dapat memudahkan pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan yang berguna untuk keputusan bisnis dan mengajukan pinjaman modal dari kreditur (Marheni *et al.*, 2022; Rahayu *et al.*, 2023; Sukaris *et al.*, 2021; Sitepu *et al.*, 2023; Dwanita *et al.*, 2022; Pratomo *et al.*, 2022). Didukung oleh penelitian Wiadnyana (2023) membuktikan bahwa penggunaan aplikasi SiApik merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Jembrana.

Penelitian yang mengevaluasi faktor penting memengaruhi niat perilaku adopsi Sistem Informasi Akuntansi oleh UMKM di Jawa Barat (Tambunan, 2023). Dengan menggunakan kerangka UTAUT, data survei diperoleh dari pengguna aplikasi akuntansi BukuWarung (36,6%), Credibook (29,8%), Jurnal (6,9%), Lamikro (4,6%), termasuk SiApik (22%). Hasilnya, menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan kondisi yang memfasilitasi terbukti kuat memengaruhi perilaku niat penggunaan aplikasi akuntansi. Namun, tidak demikian dengan pengaruh sosial. Sayangnya, faktor endogen hanya menjelaskan 61% moderat dalam niat penggunaan aplikasi akuntansi. Sehingga Tambunan (2023) menyarankan untuk memperluas kerangka kerja UTAUT.

Penelitian serupa oleh Nawaz & Sheham (2015) menunjukkan keempat variabel UTAUT mendukung niat penggunaan aplikasi akuntansi oleh UMKM di Sri Lanka. Demikian pula, Musa *et al.* (2019) yang mengevaluasi niat adopsi *cloud accounting* oleh UKM di Malaysia. Bahkan, Zaini (2020) yang menggunakan UTAUT 2, seluruh variabel mendukung niat adopsi aplikasi informasi akuntansi pada perusahaan Pariwisata di Jordan. Berbeda dengan Cokins *et al.* (2020), ekspektasi upaya dan kondisi yang memfasilitasi tidak memengaruhi perilaku niat adopsi *accounting flatfom* di Rumania.



erdasarkan penelitian di atas, jika dikaitkan dengan fenomena pengguna *counting* SiApik oleh UMKM di Indonesia sejak 2017, maka penelitian ini

bukan lagi pada tataran niat awal penggunaan sistem informasi, melainkan bagaimana menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat kontinuitas penggunaan aplikasi SiApik. Sehingga penelitian ini memutuskan untuk menggunakan Model Ekpektasi Konfirmasi (*Expectation Confirmation Model*) dari Bhattacherjee (2001), dengan tetap mempertimbangkan variabel UTAUT Venkatesh *et al.* (2003) sebagai perluasan dari kerangka ECM. Terinspirasi dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Tam *et al.* (2020) menganalisis faktor yang memengaruhi niat kontinuitas penggunaan *mobile apps* di Lisbon, Portugal.

Perbedaan penelitian ini dengan Tam *et al.* (2020). *Pertama*, Tam *et al.* (2020) menggunakan kerangka UTAUT2 Venkatesh *et al.* (2011), sementara penelitian ini menganggap bahwa, yang relevan mengukur niat kontinuitas untuk adopsi *digital accounting* dan sejenisnya untuk usaha kecil dan menengah seperti uraian sebelumnya adalah menggunakan kerangka UTAUT dari Venkatesh *et al.*, (2003). *Kedua*, Tam *et al.* (2020) menggunakan model dengan konsep asli ECM dimana Konfirmasi (*Confirmation*) memengaruhi Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectance*) sebagai representasi dari Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*), sementara penelitian ini menggunakan model yang terbalik dengan mengacu pada Teori Ekspektasi Konfirmasi (*Expectation-Confirmation Theory*) dari Oliver (1980). Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Gupta *et al.* (2020) yang meneliti niat kontinuitas penggunaan *M-Wallet* di India.

Novelty dari penelitian ini adalah ekstensi Model Ekpektasi Konfirmasi dengan kombinasi UTAUT, penelitian ini juga mencoba mengusulkan tambahan faktor Motivasi Endogen yang diduga menentukan niat kontinuitas penggunaan *Digital Accounting* SiApik. Pertimbangan usulan variabel motivasi endogen dari

ati fenomena fasilitas tambahan dari BI mendukung layanan SiApik, layanan Integrasi dengan aplikasi pembayaran QRIS. Hasil penelitian



menunjukkan layanan metode pembayaran non tunai QRIS yang disediakan oleh Bank Indonesia sudah mulai berkembang. QRIS juga memberikan manfaat dalam hal kemudahan dan efektivitas transaksi pembayaran (Hutagalung *et al.*, 2021; Yuliati & Handayani, 2021; Pangestu, 2022; Jati *et al.*, 2023; Kusumaningtyas & Budiantara, 2023; Zusrony *et al.*, 2023). Dengan demikian integrasi QRIS dengan aplikasi SiApik memungkinkan jadi salah satu motivasi kontinuitas penggunaan aplikasi SiApik oleh UMKM.

Fasilitas tambahan lain yang disediakan oleh BI memotivasi pengguna SiApik adalah *supporting* pinjaman modal usaha bagi UMKM pengguna SiApik. Sehingga, kemungkinan adanya motivasi endogen berupa variabel Persepsi Locus Kausalitas (*Perceived Locus of Causality*) yang dapat berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan Aplikasi SiApik. *Perceived Locus of Causality* oleh Malhotra (2008) berasal dari pengembangan *Organismic Integration Theory* (OIT) oleh Deci & Ryan (1985). Fokus OIT adalah bagaimana persepsi psikologis internal pengguna tentang otonomi membentuk niat dan perilakunya. Mengetahui asal usul endogen dapat membantu menjelaskan dan memprediksi perbedaan niat dan perilaku pada tingkat individu di seluruh populasi pengguna. Hal ini, juga dapat menjelaskan mengapa teknologi baru lebih mudah diterima oleh sebagian pengguna dan kurang diterima oleh pengguna lain, sehingga diperoleh hasil perilaku yang berbeda.

Motivasi endogen merupakan komponen penting dalam Model penggunaan teknologi. Motivasi endogen memainkan peran penting dalam menentukan niat dan keberlanjutan penggunaan teknologi melalui persepsi internal seperti otonomi, kebebasan, dan konflik nilai (Malhotra *et al.*, 2008). Dalam

JMKM, pengabaian dimensi ini dapat menjadi kelemahan serius karena pengguna yang termotivasi oleh alasan intrinsik, seperti keinginan untuk



berkembang atau meningkatkan efisiensi bisnis mereka. Tanpa mempertimbangkan elemen seperti Internal PLOC (*Perceived Locus of Causality*), model berbasis ECM dan UTAUT mungkin hanya menangkap motivasi berbasis norma sosial atau manfaat teknologi, sehingga gagal menjelaskan perilaku pengguna yang didorong oleh nilai-nilai pribadi.

Keterbatasan ECM dan UTAUT dalam Konteks resistensi pengguna ECM (Bhattacharjee, 2001) dan UTAUT (Venkatesh et al., 2003) cenderung menekankan faktor eksternal seperti *Confirmation*, *Performance Expectancy*, dan *Social Influence*, yang relevan untuk menjelaskan adopsi awal teknologi. Namun, dalam tahap pasca-adopsi, faktor-faktor internal seperti konflik antara nilai pribadi dan norma sosial (*Introjected PLOC*) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan. Malhotra et al. (2008) menunjukkan bahwa konflik ini sering menyebabkan resistensi atau ketidakpuasan pengguna terhadap teknologi. Dengan hanya menggunakan ECM dan UTAUT, model ini akan kesulitan menjelaskan resistensi pengguna yang merasa terpaksa menggunakan aplikasi seperti SiApik karena tekanan eksternal.

Kontribusi dari penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang penting diperhatikan dalam memprediksi niat kontinuitas penggunaan *digital accounting* UMKM secara holistik. Kontribusi empiris diharapkan dapat memperluas model *Expectation Confirmation Model* (ECM) dari *Expectation Confirmation Theory* (ECT) dengan tambahan variabel dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Endogen Motivation* dari *Organismic Integration Theory* (OIT), untuk memperoleh hasil pengujian niat kontinuitas penggunaan *Digital Accounting* SiApik. Paduan ketiga model tersebut

menjadi *novelty* dari penelitian ini. Selain kontribusi empiris, kontribusi dari penelitian ini adalah implementasi penggunaan SiApik bukan hanya



sampai pada penggunaan awal. Sekedar untuk pemenuhan target penyaluran “Kredit Usaha” oleh pihak Bank Indonesia. Kontinuitas penggunaan Aplikasi SiApik (*Continuance Intention to Use*) penting diidentifikasi untuk mewujudkan harapan Bank Indonesia sebagai penyedia layanan. Selain itu, integrasi ini dapat mendukung pengembangan kebijakan pemerintah yang lebih efektif dalam mendorong digitalisasi UMKM, dengan fokus pada kebutuhan psikologis dan sosial pengguna.

Dengan demikian, penelitian ini mengusulkan model pengujian terkait faktor yang memengaruhi niat kontinuitas penggunaan *Digital Accounting* SiApik oleh pelaku UMKM yang terdaftar pada Bank Indonesia sebagai mitra. Dengan usulan ekstensi *Expectation Confirmation Model* (ECM) yaitu variabel Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya (variabel irisan dengan UTAUT), Konfirmasi, dan Kepuasan. Sementara kehadiran UTAUT yaitu variabel Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial dan Kondisi yang Memfasilitasi. Terakhir, atas pertimbangan psikologis, penelitian ini menambahkan *Endogen Motivation* yaitu variabel Persepsi Lokus Kausalitas (*Perceived Locus of Causality*) yang diduga menjadi faktor penting yang lebih luas memengaruhi niat kontinuitas penggunaan Aplikasi SiApik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena dan pemaparan latar belakang, penelitian ini akan menganalisis rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap konfirmasi?
2. Apakah ekspektasi upaya berpengaruh terhadap konfirmasi?
3. Apakah konfirmasi berpengaruh terhadap kepuasan?



4. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
5. Apakah Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
6. Apakah ekspektasi upaya berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
7. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
8. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
9. Apakah persepsi lokus kausalitas-internal berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
10. Apakah persepsi lokus kausalitas-eksternal berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?
11. Apakah persepsi lokus kausalitas-introjeksi berpengaruh terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan variabel sebagai berikut.

1. Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap konfirmasi.
2. Pengaruh ekspektasi upaya terhadap konfirmasi.
3. Pengaruh konfirmasi terhadap kepuasan.
- Pengaruh kepuasan terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.
- Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.



6. Pengaruh ekspektasi upaya terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik
7. Pengaruh pengaruh sosial terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.
8. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.
9. Pengaruh persepsi lokus kausalitas-internal terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.
10. Pengaruh persepsi lokus kausalitas-eksternal terhadap niat kontinuitas penggunaan SiApik.
11. Pengaruh persepsi lokus kausalitas-introjeksi terhadap Niat Kontinuitas Penggunaan SiApik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu memberi kegunaan baik aspek teoretis, aspek praktis maupun aspek kebijakan dengan uraian sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang penting diperhatikan dalam mengidentifikasi niat kontinuitas penggunaan Digital Accounting. Kontribusi empiris diharapkan dapat memperluas model *Expectation Confirmation Model* (ECM) dari *Expectation Confirmation Theory* (ECT) dengan tambahan variabel dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Endogen Motivation* dari *Organismic Integration Theory* (OIT), untuk memperoleh hasil pengujian niat kontinuitas penggunaan *Digital Accounting SiApik (Continuance Intention to Use IS)*. Paduan ketiga

ini sekaligus menjadi novelty dari penelitian ini.

Keuntungan Praktis



Kontribusi praktis dari penelitian ini adalah implementasi penggunaan SiApik bukan hanya sampai pada penggunaan awal (*Use Behavior*) sekedar untuk pemenuhan target penyaluran Kredit Usaha oleh pihak Bank Indonesia. Niat kontinuitas penggunaan Aplikasi SiApik (*Continuance Intention to Use SiApik*) penting diidentifikasi untuk mewujudkan harapan Bank Indonesia sebagai penyedia layanan. Sehingga mampu mewujudkan harapan pemerintah untuk pemberdayaan UMKM sebagai penopang perekonomian.

3. Kegunaan Kebijakan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan pengambilan kebijakan bagi pemerintah khususnya Bank Indonesia. Bank Indonesia sebagai penyedia layanan SiApik dalam rangka menjalankan salah satu amanah yang diberikan pemerintah untuk peningkatan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan agar dalam penyampaian informasi yang didapat menjadi urutan yang logis dan berdasarkan aturan yang ada dengan berdasarkan Pedoman Penulisan Tesis dan Disertasi Program Magister dan Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (2013). Disertasi ini terdiri dari tujuh bagian urainnya sebagai berikut:

Bab pertama adalah bab pendahuluan. Bab ini meruakan bagian yang memaparkan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan disertasi.

Bab kedua adalah bab tinjauan Pustaka. Studi Pustaka merupakan bagian muat konsep-konsep teoritis yang digunakan sebagai landasan untuk



menjawab masalah penelitian. Konsep-konsep teoritis dalam bagian ini berasal dari berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Bab ketiga adalah bab kerangka pemikiran dan hipotesis. Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan mengenai pola pikir atau alur penelitian, juga mengenai uraian yang akan diuji yang berupa hipotesis.

Bab keempat adalah bab metode penelitian. Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab kelima adalah bab hasil penelitian. Bab ini menguraikan deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan metode dan prosedur yang diuraikan dalam bab metodologi penelitian yang terdiri atas paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data.

Bab keenam adalah bab pembahasan. Bab ini membahas hasil analisis data penelitian sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan.

Bab ketujuh adalah bab penutup. Bab ini memaparkan mengenai kesimpulan, implikasi dan tindak lanjut, keterbatasan penelitian, serta saran dari pembahasan yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh dari penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

Bagian ini menjelaskan teori dan konsep-konsep teoretis yang digunakan sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian. Konsep-konsep teoretis dalam bagian ini berasal dari berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.

2.1.1 Teori Konfirmasi Ekspektasi

Teori Konfirmasi Ekspektasi atau *Expectation-Confirmation Theory* (ECT) banyak digunakan dalam literatur perilaku konsumen untuk mempelajari kepuasan konsumen, perilaku pasca pembelian (misalnya, pembelian kembali, mengeluh), dan pemasaran jasa secara umum (Anderson & Sullivan, 1993; Dabholkar *et al.*, 2000; Oliver 1980, 1993; Patterson *et al.*, 1997; Tse & Wilton 1988).

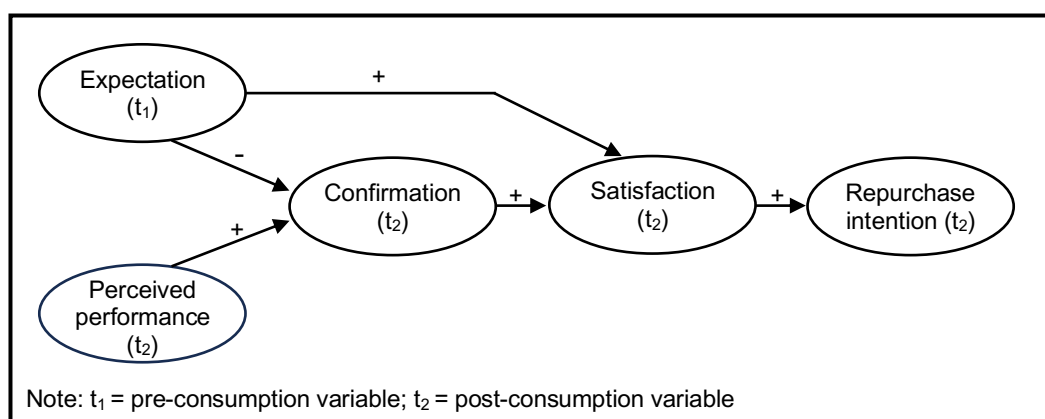
Proses dimana konsumen mencapai niat membeli kembali dalam kerangka ECT (Oliver, 1980) adalah sebagai berikut: *Pertama*, konsumen merupakan harapan awal terhadap produk atau jasa tertentu sebelum membeli. *Kedua*, konsumen menerima dan menggunakan layanan produk atau layanan tersebut. Setelah periode konsumsi awal, mereka membentuk persepsi mengenai kinerjanya. *Ketiga*, mereka menilai kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan ekspektasi awal mereka dan menentukan sejauh mana ekspektasi mereka terkonfirmasi (konfirmasi2). *Keempat*, Oliver (1980) membentuk kepuasan, atau pengaruh, berdasarkan tingkat konfirmasi dan harapan yang menjadi dasar si tersebut. Akhirnya, konsumen yang puas membentuk niat membeli



kembali, sementara pengguna yang tidak puas menghentikan penggunaan selanjutnya.

ECT berpendapat bahwa niat konsumen untuk membeli kembali suatu produk atau melanjutkan penggunaan layanan ditentukan oleh kepuasan konsumen sebelumnya terhadap penggunaan produk atau layanan tersebut (Anderson & Sullivan 1993; Oliver 1980, 1993). ECT juga menjelaskan, ekspektasi sebagai faktor penentu tambahan kepuasan, karena ekspektasi memberikan dasar atau referensi bagi konsumen untuk membentuk penilaian evaluatif mengenai produk atau layanan.

Studi awal ECT menyajikan konseptualisasi konstruk kepuasan yang bervariasi dan bertentangan (Yi, 1990). Misalnya, beberapa penulis memandang kepuasan identik dengan sikap dan emosi, karena ketiga konstruksi tersebut berkonotasi dengan pengaruh (misalnya, LaTour & Peat, 1979). Namun, kepuasan secara konseptual berbeda dari sikap karena kepuasan merupakan pengaruh yang bersifat sementara dan bersifat spesifik terhadap pengalaman, sedangkan sikap merupakan pengaruh yang relatif lebih bertahan lama yang melampaui seluruh pengalaman sebelumnya (Oliver, 1980; 1981).



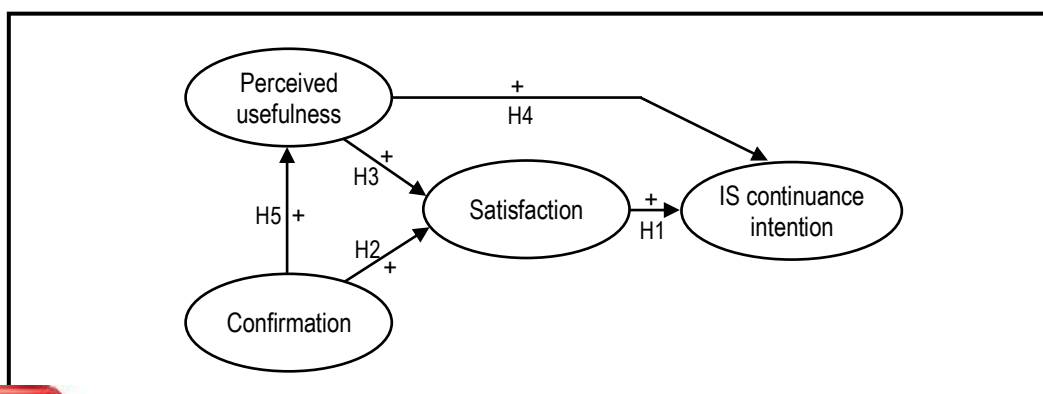
Oliver (1980)

2.1 Expectation-Confirmation Theory



Bhattacharjee (2001) menjelaskan bahwa keputusan kontinuitas pengguna IS mirip dengan keputusan pembelian kembali konsumen, karena kedua keputusan (1) mengikuti keputusan inisiasi (penerimaan atau pembelian), (2) dipengaruhi oleh pengalaman awal penggunaan (SI atau produk), dan (3) berpotensi mengarah pada pembalikan keputusan awal. Kontinuitas SI seringkali menimbulkan biaya moneter dan non-moneter pada pengguna SI. Oleh karena itu, pengguna yang rasional kemungkinan besar menjalani proses pengambilan keputusan yang tidak sepele, mirip dengan yang ada di ECT, sebelum membuat pilihan keputusan yang tepat. Namun, untuk mengadaptasi ECT ke konteks yang berbeda (yaitu, kontinuitas SI), diperlukan beberapa perluasan teoritis.

Perluasan teoretis tersebut memberikan peluang unik untuk penyempurnaan teori. Secara potensial *Expectation Confirmation Model* (ECM) dapat menjelaskan keputusan kelanjutan SI dengan lebih baik daripada *ECT* saja. *Pertama*, ketika ECT menguji variabel pra-konsumsi dan pasca-konsumsi (masing-masing ditunjukkan oleh t_1 dan t_2 pada Gambar 2.1), model kontinuitas yang diusulkan hanya berfokus pada variabel pasca penerimaan. Hal ini terjadi karena pengaruh variabel pra-penerimaan sudah tercakup dalam konstruk konfirmasi dan kepuasan.



Bhattacharjee (2001).

2.2 Post-Acceptance Model of IS Continuance



Kedua, ECT hanya menguji pengaruh ekspektasi pra-konsumsi (ex ante), namun bukan ekspektasi pasca-konsumsi (ex post). Seperti dijelaskan sebelumnya, ekspektasi ex post sangat penting untuk produk atau layanan dimana ekspektasi dapat berubah seiring berjalannya waktu, seperti yang sering terjadi pada penggunaan SI. Oleh karena itu, model kontinuitas yang diusulkan mengubah ECT untuk memasukkan ekspektasi ex post.

Ketiga, ekspektasi (ex post) diwakili dalam model yang diusulkan oleh (ex post) manfaat yang dirasakan. Representasi ini konsisten dengan definisi ekspektasi ECT sebagai keyakinan individu (B), atau jumlah keyakinan (B1), karena kegunaan yang dirasakan adalah keyakinan kognitif yang menonjol dalam penggunaan SI (Davis *et al.*, 1989). Meskipun ekspektasi secara teoritis mungkin merupakan konstruksi yang lebih luas, mencakup banyak keyakinan tambahan (misalnya kemudahan untuk menggunakan), berdasarkan studi berbasis TAM, manfaat yang dirasakan adalah ekspektasi yang memadai dalam konteks kontinuitas SI karena ini adalah satu-satunya keyakinan yang ditunjukkan untuk secara konsisten memengaruhi niat pengguna di seluruh tahap penggunaan IS (misalnya, Davis *et al.*, 1989; Karahanna *et al.*, 1999). Gambar 2.2 menunjukkan usulan hubungan antara konstruksi ini.

Dengan demikian, Model Ekspektasi Konfirmasi yang dikembangkan dari Teori Ekspektasi-Konfirmasi (*Expectation Confirmation Theory*) dapat digunakan dalam penelitian ini, untuk menjelaskan faktor yang memengaruhi kontinuitas atau keberlanjutan penggunaan sistem informasi. Adapun variabel yang digunakan adalah Ekspektasi Kinerja (*performance expectancy*), Ekspektasi Upaya (*effort cy*), Konfirmasi (*confirmation*), dan Kepuasan (*satisfaction*).



2.1.2 Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model penerimaan teknologi yang dirumuskan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Model ini bertujuan untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan sistem informasi dan perilaku penggunaan selanjutnya. Teori ini menyatakan bahwa ada empat konstruk kunci, yaitu: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*).

Studi longitudinal menemukan bahwa UTAUT dapat menjelaskan 70% variasi dalam niat perilaku penggunaan (*behavioral intention*) dan sekitar 50% dalam penggunaan aktual. UTAUT telah diterapkan dalam berbagai konteks, seperti persepsi konsumen terhadap layanan dan teknologi seluler di Finlandia Utara, frekuensi penggunaan komputer di kalangan mahasiswa baru di Belgia, dan penerimaan *Electronic Document Management System* (EDMS).

UTAUT mengintegrasikan dan memperluas berbagai teori untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi. Model ini memadukan elemen dari delapan model penerimaan teknologi sebelumnya, yaitu: Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) oleh Fishbein & Ajzen (1975); model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) oleh Davis (198); model motivasi (*Motivation Model*) oleh Davis *et al.* (1992); teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) oleh Ajzen (1991); model gabungan model penerimaan teknologi dan teori perilaku terencana (*Combined TAM-TPB*) oleh Taylor & Todd (1995), model pemanfaatan PC (*Model of PC Utilication*) oleh Thompson *et al.* (1991), teori difusi inovasi (*Inovation Diffusion Theory*) oleh Moore & Sproull (1991) dan teori kognitif sosial (*Social Cognitive Theory*) oleh Bandura & Higgins (1995).



UTAUT mengakui bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi adalah proses dinamis. Oleh karena itu, penting bagi para penggerak perubahan untuk secara teratur mengevaluasi efektivitas solusi teknologi dan mengumpulkan umpan balik dari pengguna. Penilaian yang berkelanjutan ini dapat membantu mengidentifikasi antisipasi perbaikan, menangani kekhawatiran pengguna, dan menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan yang selalu berkembang.

Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (*UTAUT*) dapat digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat atau perilaku mengadopsi teknologi informasi atau sistem informasi yang baru. Dimana variabel terdapat empat variabel yang dianggap memengaruhi Niat atau Perilaku Penggunaan Sistem Informasi. Variabel tersebut adalah harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan upaya (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*).

2.1.3 Teori Integrasi Organisme

Motivasi eksogen dan endogen mencerminkan dua perspektif motivasi yang berbeda. Eksogen menggunakan perspektif mekanistik dan endogen menggunakan perspektif organisme (Deci & Ryan, 1985); (Ryan & Deci, 2000). Teori mekanistik memandang aktivitas yang dimotivasi secara ekstrinsik sebagai aktivitas yang dimotivasi oleh imbalan, dan memandang aktivitas yang dimotivasi secara intrinsik sebagai aktivitas yang imbalannya ada dalam aktivitas tersebut (Deci & Ryan, 2000; Skinner, 1953). Secara tentatif, penelitian SI telah mengkarakterisasi motivasi ekstrinsik dalam istilah instrumental dan motivasi intrinsik sebagai kenikmatan yang dihasilkan dari aktivitas seperti bermain *game* (Davis *et al*, 1992); (Venkatesh *et al*, 2003).



Sebaliknya, teori integrasi organisme (*Organismic Integration Theory*) cenderung memandang individu sebagai orang yang berkemauan keras dan mengawali semua perilaku (Deci & Ryan, 2002). *Organismic Integration Theory* (OIT) memperlakukan rangsangan bukan sebagai penyebab perilaku, namun sebagai dorongan dan peluang yang dapat dimanfaatkan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya. Ini memberikan keunggulan pada apa yang dialami seseorang, karena berkaitan dengan makna psikologis subjektif dari rangsangan daripada karakteristik eksogennya (Deci & Ryan, 1985). Oleh karena itu, hal ini dapat membantu memahami apa yang dialami atau dirasakan pengguna dan bagaimana perasaan tersebut memengaruhi niat dan perilaku.

Fokus OIT adalah pada bagaimana persepsi psikologis internal pengguna tentang otonomi membentuk niat dan perilakunya. Mengetahui asal usul endogen dapat membantu menjelaskan dan memprediksi perbedaan niat dan perilaku pada tingkat individu di seluruh populasi pengguna. Hal ini juga dapat menjelaskan mengapa teknologi baru lebih mudah diterima oleh sebagian pengguna dan kurang diterima oleh pengguna lain, sehingga menghasilkan perilaku yang berbeda (Malhotra *et al.*, 2008).

Malhotra *et al.* (2008) lebih lanjut mengkaji motivasi endogen, didasarkan pada OIT. OIT memberikan lensa teoretis yang penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai sosial diinternalisasikan ke dalam perilaku yang mengatur diri sendiri (Deci & Ryan, 2002). Pengaturan diri terhadap perilaku lebih bersifat afektif daripada kognitif, berdasarkan pada persetujuan atau ketidaksetujuan diri bergantung pada persepsi tindakannya sendiri (Deci & Ryan, 1985). OIT berpendapat bahwa perilaku produktif mungkin tidak hanya dimotivasi secara

tanpa mengharapkan imbalan ekstrinsik, namun bahkan mungkin dirusak oleh imbalan tersebut (Deci & Ryan, 2002; Ryan & Deci, 2000).



Sebaliknya, OIT mengajukan gagasan endogen tentang kehendak motivasi ekstrinsik. Misalnya, representasi internal tersebut mungkin melalui perasaan dan pemikiran pengguna seperti “karyawan yang baik tidak bermain *game* komputer di tempat kerja.” Hal ini memberikan landasan teoretis untuk mengakui bahwa pengguna sistem mungkin dapat termotivasi secara ekstrinsik secara mandiri tanpa bergantung pada instrumen imbalan.

Mengenali motivasi ekstrinsik sebagai hal yang independen terhadap imbalan ekstrinsik memberikan dasar manajerial untuk memandu perilaku tanpa bergantung pada pola dasar “*carrot-and-stick*”. Hal ini jelas mempunyai manfaat bagi produktivitas TI. Hal ini juga menjelaskan bagaimana nilai-nilai sosial disesuaikan dan diinternalisasikan dalam suatu perkembangan dari regulasi eksternal ke regulasi internal. Regulasi eksternal mengandung arti bahwa individu mempersepsikan asal mula perilakunya dalam pengaruh atau tekanan eksternal. Peraturan internal menyiratkan bahwa individu merasakan asal mula perilakunya dalam dirinya sendiri, yaitu perilaku tertentu dipilih secara bebas (Malhotra *et al.*, 2008).

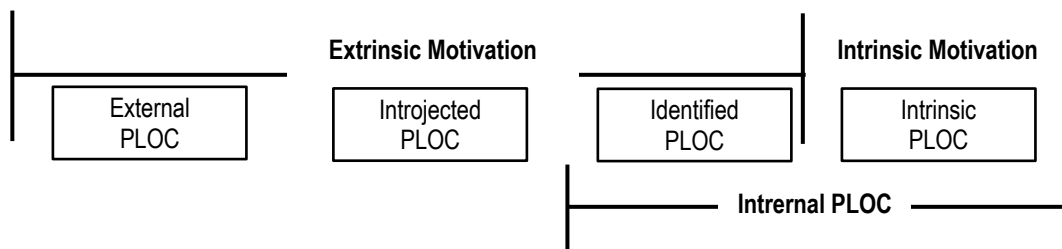
Malhotra *et al.* (2008) menjelaskan konseptualisasi motivasi ekstrinsik endogen konsisten dengan teori integrasi organisme, motivasi ekstrinsik mewakili jenis motivasi ekstrinsik yang kurang berkehendak dan berhubungan dengan regulasi perilaku eksternal. Motivasi ekstrinsik otonom dikenal di antara tiga jenis motivasi ekstrinsik dengan karakteristik dan hasil perilaku berbeda yang sesuai. Sedangkan konseptualisasi motivasi intrinsik endogen konsisten dengan teori integrasi organisme, motivasi intrinsik mewakili upaya mencapai tantangan optimal yang meningkatkan pembelajaran mandiri, pengembangan diri, dan pertumbuhan

karena itu, kesenangan dan kenikmatan adalah ciptaan jiwa manusia
in rangsangan “eksternal” atau artefak eksogen. Oleh karena itu, kerja



keras (seperti apa yang tampak) atau tantangan (pekerjaan atau non-kerja produktif) bisa jadi menyenangkan.

Malhotra *et al.* (2008) membagi motivasi ekstrinsik menjadi tiga jenis Persepsi Lokus Kausalitas (*Perceived locus of causality*), terdiri dari: a) PLK Eksternal (*External PLOC*); b) PLK Introjeksi (*Introjected PLOC*) dan c) PLK Teridentifikasi (*Identified PLOC*). Motivasi Intrinsik (*Intrinsic Motivation*) hanya dijelaskan dengan PLK Internal (*Intrinsic PLOC*). Namun, dalam kondisi tertentu perpaduan antara Motivasi Ekstrinsik dan Motivasi Intrinsik dibutuhkan dalam hal Persepsi Kausalitas yaitu PLK Internal (*Internal PLOC*). Dengan demikian Motivasi Endogen menurut Malhotra *et al.* (2008) dibedakan menjadi tiga Persepsi Lokus Kausalitas yaitu, *External PLOC*, *Introjected PLOC* dan *Internal PLOC*, dapat disimpulkan pada Gambar 2.3.



Sumber: Malhotra *et al.* (2008)

Gambar 2.3 Endogen Motivation

2.1.4 Niat Kontinuitas Penggunaan Sistem Informasi

Kontinuitas yang lebih sering diistilahkan keberlanjutan bukanlah konsep yang sepenuhnya asing dalam penelitian Sistem Informasi (SI). Hal ini telah diuji dengan berbagai cara seperti "implementasi" (Zmud 1982), "penggabungan" (Kwon & Zmud 1987), dan "rutinisasi" (Cooper & Zmud 1990) dalam literatur



isasi SI. Penelitian tersebut mengakui adanya tahap pasca-penerimaan perilaku menggunakan SI yang melampaui kesadaran dan menjadi bagian

dari aktivitas rutin yang normal. Demikian pula, teori difusi inovasi, yang terdiri dari lima tahap proses keputusan adopsi (tahap pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi). Teori ini menyarankan agar pengadopsi mengevaluasi kembali keputusan penerimaan menggunakan sebelumnya selama tahap "konfirmasi" akhir, dan memutuskan apakah akan melanjutkan atau menghentikan penggunaan suatu inovasi (Rogers 1995).

Penelitian tersebut di atas, memandang kontinuitas sebagai perpanjangan dari perilaku penerimaan (yaitu, mereka menggunakan serangkaian variabel pra-penerimaan yang sama untuk menjelaskan keputusan penerimaan dan kelanjutan). Sehingga, secara implisit berasumsi bahwa kontinuitas bervariasi dengan penerimaan (Davis *et al.*, 1989; Karahanna *et al.*, 1999). Oleh karena itu, kita tidak dapat menjelaskan mengapa beberapa pengguna menghentikan penggunaan SI setelah penerimaan di awal (anomali penghentian penerimaan).

Beberapa penelitian tersebut, sayangnya belum menguraikan motivasi psikologis pengguna yang mungkin saja muncul setelah penerimaan awal berpotensi memengaruhi keputusan kelanjutan penggunaan berikutnya. Tetapi, tidak pada keputusan penerimaan mereka sebelumnya. Singkatnya, model penerimaan saat ini memberikan penjelasan yang terbatas, dan kadang-kadang bertentangan dalam mengamati perilaku kontinuitas (Bhattacharjee, 2001).

2.1.5 Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) merupakan keyakinan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya akan terbantu jika menggunakan suatu sistem. Jogiyanto (2007:315) kemudian mendefinisikan



Ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) sebagai suatu analisa dalam seberapa tinggi seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu

sistem akan mudah terbantu dalam mendapatkan keuntungan-keuntungan dalam kinerja pekerjaannya. Konstruk ini tersusun atas lima variabel dari model yang berbeda, yaitu: kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness* pada TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation* pada MM), kecocokan pekerjaan (*job-fit* pada MPCU), keuntungan relatif (*relative advantage* pada IDT), dan harapan hasil (*outcome expectations* pada SCT) (Venkatesh *et al.*, 2003).

Seseorang dalam menggunakan Sistem Informasi (SI) atau Teknologi Informasi (TI) jika mempercayai bahwa SI/TI dapat memberikan suatu manfaat terhadap pekerjaannya dan mendapat pencapaian prestasi dalam pekerjaannya. Pengguna berharap akan memperoleh manfaat, pada saat pengguna melakukan tugas dan pekerjaan rutinnya setelah menggunakan SI/TI. Pengukuran kemanfaatan tersebut dapat dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan layanan yang dijalankan. Oleh karena itu, tingkat kemanfaatan SI/TI akan memengaruhi sikap pengguna terhadap sistem Dwivedi *et al.*, 2019).

Setelah mengetahui definisi kinerja perusahaan, maka dapat diketahui beberapa manfaat penilaian kinerja, yaitu memberikan gambaran kinerja suatu bagian dalam pencapaian tujuan individu secara keseluruhan. Hal ini dapat digunakan untuk mengukur suatu prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi dalam periode tertentu, yang mencerminkan hasil penggunaan suatu teknologi informasi. Memberikan petunjuk dalam pembuatan keputusan untuk mengevaluasi kinerja dari teknologi informasi yang digunakan. Terakhir, dapat digunakan sebagai dasar dalam penentuan keputusan agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas individu (Dwivedi *et al.*, 2019).

Jika pengguna merasa pekerjaannya telah dimudahkan ketika akan suatu sistem dalam layanan *Fin-Tech* misalnya, maka pengguna memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya



secara berkelanjutan. Ketika sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka sistem tersebut telah meningkatkan kinerja penggunanya (Bajunaied, 2023).

2.1.6 Ekspektasi Usaha

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan definisi ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Tiga konstruk yang membentuk konsep ini yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use* pada TAM/TAM2), kompleksitas (*complexity* pada MPCU), dan kemudahan penggunaan (*ease of use* pada IDT).

Davis (1989) memberikan gambaran indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yaitu: teknologi informasi mudah dipahami, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunanya, ketrampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi mudah untuk dioperasikan. Dari penjelasan tersebut maka pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dioperasikan akan menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

Ekspektasi upaya merupakan suatu tingkat kemudahan (*ease of use*) yang terhubung dengan penggunaan suatu sistem. Jika suatu sistem mudah digunakan, maka upaya yang dilakukan tidak terlalu sulit dan sebaliknya jika suatu sistem rumit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang sulit dalam menggunakannya (Jogiyanto, 2007:318). Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan



akan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu memiliki kegunaan

dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman jika bekerja dengan menggunakannya (Dwivedi *et al.*, 2019).

Kemudahan menggunakan *digital banking* misalnya, memiliki makna bahwa layanan *digital banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan. Dengan demikian, nasabah mudah mempelajari tata cara bertransaksi dan mengoperasikan layanan *digital banking*. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Hal ini merupakan suatu refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem baru (Nepal & Nepal, 2023).

Contoh lain, untuk membuat pengguna tertarik dalam menggunakan layanan *Fin-Tech*, pengguna harus mengeluarkan sedikit upaya untuk mempelajari penggunaan layanan *Fin-Tech* tersebut. Sebaliknya, jika pengguna mengeluarkan usaha yang besar dalam menggunakan layanan *Fin-Tech*, maka kemungkinan besar pengguna tidak akan merasa tertarik untuk menggunakan layanan *Fin-Tech*. Sehingga ekspektasi upaya dapat memengaruhi pengguna dalam memutuskan untuk menggunakan layanan *Fin-Tech* atau tidak (Bajunaied *et al.*, 2023).

2.1.7 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial (*Social Influence*) merupakan tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan individu untuk menggunakan sistem yang baru. Pengaruh sosial merupakan penentu langsung

t pengguna yang diwakilkan sebagai norma subyektif pada TRA, TAM2,



TPB/DTPB dan CTAM-TPB, pengaruh sosial (*social factors* pada MPCU), dan kesan (*image* pada IDT) (Venkatesh *et al.*, 2003).

Pengaruh sosial yaitu sejauh mana seorang individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan memengaruhinya menggunakan suatu sistem baru tersebut (Jogiyanto, 2007:321). Pengaruh sosial memiliki dampak pada perilaku individual dalam tiga mekanisme diantaranya ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru, maka semakin besar pula minat yang timbul dari seseorang calon pengguna tersebut dalam menggunakan suatu teknologi informasi karena pengaruh yang kuat dari lingkungan di sekitarnya (Davis *et al.*, 2000).

Kelman (2006) mendefinisikan tiga varietas luas dari pengaruh sosial. *Pertama*, kepatuhan yaitu ketika orang tampaknya setuju dengan orang lain, namun sebenarnya dia tetap tidak setuju dan masih sesuai dengan pendapat mereka pribadi. *Kedua*, identifikasi yaitu ketika orang dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihargai, seperti seorang selebritis terkenal atau seorang pemain favorit yang berbakat. *Ketiga*, internalisasi yaitu ketika seseorang menerima suatu keyakinan atau perilaku dan setuju baik secara umum ataupun pribadi. Dalam konsep ini terdapat suatu gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Adapun variabel tersebut diantaranya yaitu norma subyektif (*subjective norms*) dan kesan (*image*).

Davis *et al.* (2000) menjelaskan pengaruh sosial memiliki dampak pada individual melalui tiga mekanisme yaitu: ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Semakin banyak



pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pemakai teknologi informasi untuk menggunakan teknologi informasi yang baru maka semakin besar pula minat yang timbul dari seseorang calon pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan di sekitarnya.

Jika sebuah lingkungan memberikan pengaruh yang besar bagi calon pengguna untuk menggunakan misalnya layanan *mobile payment*, maka semakin besar pula minat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Sehingga dapat memengaruhi calon pengguna dalam menggunakan layanan *mobile payment* (Jung *et al.*, 2020).

2.1.8 Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitation Condition*) merupakan kepercayaan individu bahwa organisasi dan infrastruktur dapat membantu untuk mendukung penggunaan sistem. Konstruk ini tersusun atas tiga variabel dari model yang berbeda, yaitu: kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control* pada TPB/DTPB, C-TAM-TPB), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions* pada MPCU), dan kesesuaian (*compatibility* pada IDT) (Venkatesh *et al.*, 2003).

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) merupakan sejauh mana seseorang dapat mempercayai bahwa infrastruktur yang terorganisasi dan teknikal yang tersedia untuk mendukung suatu sistem (Jogiyanto, 2007:324). Kondisi yang memfasilitasi seorang pemakai merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur organisasi maupun dukungan teknis dan non teknis dari tenaga ahli ngoperasian sistem disuatu organisasi telah memadai untuk penggunaan



suatu sistem sehingga mendorong minat individu dalam penggunaan sistem yang ada (Dwivedi *et al.*, 2019).

Dengan adanya kondisi yang terfasilitasi tersebut dapat meningkatkan penggunaan dari sebuah sistem. Dalam hal pemanfaatan dan penggunaan sebuah sistem, faktor-faktor yang mendukung dalam penggunaan suatu sistem merupakan kondisi yang memfasilitasi seperti adanya media dalam penggunaan sistem dan memberikan pelatihan terhadap penggunaan suatu sistem. Misalnya, jika terdapat infrastuktur yang mendukung dan memadai penggunaan layanan *mobile banking* maka akan meningkatkan minat dalam penggunaanya (Oliveira *et al.*, 2016).

2.1.9 Persepsi Lokus Kausalitias

Malhotra (2008) membedakan motivasi endogen menjadi tiga Persepsi Lokus Kausalitas (*Perceived Locus of Causality*) yaitu, *External PLOC*, *Intrijected PLOC* dan *Internal PLOC*.

a. PLK-Internal (*Internal PLOC*)

Persepsi lokus kausalitias (PLK) yang teridentifikasi dan Persepsi lokus kausalitas intrinsik dikaitkan dengan perasaan kemauan, dimana aktor menganggap diri mereka sebagai “asal” perilakunya. Kedua jenis PLK ini mewakili jenis PLK internal yang berbeda. PLK Intrinsik didasarkan pada apa yang datang secara naluriah dan spontan (Deci *et al.*, 1996). Perilaku spontan seperti itu biasanya ditandai dengan alasan yang dirasakan sendiri atas perilaku yang dilakukan hanya untuk kesenangan atau kesenangan (Ryan & Connell, 1989).

Sebaliknya, *Identified PLOC* mewakili tindakan pengguna berdasarkan pribadi dan tujuan serta hasil yang bermakna (Deci *et al.*, 1996). Hal ini dengan perasaan otonomi dan perilaku terkait yang dilakukan secara



bebas. Sebagai hasil dari internalisasi dan integrasi peraturan eksternal yang diadopsi oleh individu sebagai hal yang penting atau berharga secara pribadi, ini adalah jenis motivasi ekstrinsik. Meski masih bersifat ekstrinsik, regulasi yang diidentifikasi relatif bersifat kemauan.

Definisi tersebut, mendekati motivasi intrinsik, sehingga kedua jenis motivasi ini kadang-kadang digabungkan menjadi gabungan motivasi otonom (Black & Deci, 2000; Vansteenkiste, 2006; 2004). Namun, tidak seperti dikotomi motivasi ekstrinsik-intrinsik, PLK yang teridentifikasi tidak *bergantung* pada imbalan eksternal atau “merujuk pada pihak lain” namun berfokus pada peraturan, nilai, dan hasil. Oleh karena itu, *OIT* dapat menjelaskan mengapa beberapa nilai sosial diterima oleh pengguna sementara nilai-nilai sosial lainnya tidak. Menariknya, penelitian SI tidak membahas isu penting ini (Davis *et al.*, 1992; Hartwick & Barki, 1996; Warshaw, 1980).

Secara konsisten, PLK-internal, yang menunjukkan perasaan kemauan yang dialami, digunakan untuk mengkarakterisasi PLK yang teridentifikasi *dan* PLK intrinsik (Deci & Ryan, 1985; Koestner & Losier, 2002). Sejauh menyangkut pengalaman pilihan dan kemauan yang didukung oleh diri sendiri, keduanya menunjukkan PLK-internal. Namun, hanya PLK yang teridentifikasi yang dapat dipengaruhi secara manajerial.

b. PLK Introjeksi (*Intrjected PLOC*)

Hingga saat ini, fokus pada skenario bahwa terdapat konflik yang dapat diabaikan antara pengaruh perilaku eksternal yang dirasakan dengan norma dan nilai pribadi. Selanjutnya, fokus pada situasi di mana terdapat konflik yang nyata.

Kondisi psikologis ini, yang disebut keadaan “*introjected*”, hanya mendapat sedikit

dalam penelitian sebelumnya (kecuali pada satu penelitian terbaru : & Barki, 1996). Namun, hal ini dapat membantu mengembangkan



pemahaman baru tentang situasi ambivalensi ketika pengguna terpecah antara norma sosial dan nilai-nilai pribadi.

Konflik dalam PLK Introjeksi menurut teori disebabkan oleh ketidakselarasan persepsi norma sosial dan nilai-nilai pribadi. Motivasi ekstrinsik seperti itu memunculkan alasan yang dirasakan atas perilaku seseorang yang berhubungan dengan perasaan bersalah dan malu, dan tekanan berbasis harga diri untuk bertindak (Deci *et al.*, 1996; Roberts & Slaughter, 2006). PLK yang diintrojeksi sering dikaitkan dengan perasaan paksaan yang kuat dan mungkin mengarah pada penolakan terhadap perilaku yang “dipaksakan”.

Meskipun PLK eksternal dan PLK introjeksi selalu dikaitkan dengan perasaan tekanan eksternal, keduanya mewakili keadaan psikologis yang berbeda dengan hasil perilaku yang berbeda (Ryan & Connell, 1989). PLK eksternal ditandai dengan penolakan yang relatif kecil sehingga mengakibatkan kepatuhan, PLK introjeksi melibatkan pelanggaran berat terhadap nilai-nilai pribadi. Perasaan yang kuat akan keterpaksaan, ketaatan, dan ketegangan dapat terjadi dengan sendirinya meskipun tidak ada tekanan dari luar.

c. **PLK Eksternal (*External PLOC*)**

Perspektif endogen berpendapat bahwa, masalah perkembangan yang penting melibatkan kemajuan melampaui regulasi eksternal menuju regulasi mandiri tanpa adanya konsekuensi eksternal langsung (Deci & Ryan, 1985). PLK Eksternal, yang berhubungan dengan regulasi perilaku eksternal, sering kali merupakan langkah perantara yang penting melalui mana pengaruh sosial diinternalisasi dan diintegrasikan. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.3, PLK eksternal mewakili motivasi ekstrinsik dalam bentuknya yang paling dasar dan

an pada pencapaian konsekuensi langsung yang dilakukan oleh orang
i & Ryan, 1985). Hal ini terkait dengan alasan yang dirasakan atas



perilaku seseorang yang dikaitkan dengan otoritas atau kepatuhan eksternal (Ryan & Connell, 1989). Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa tidak ada konflik antara pengaruh eksternal yang dirasakan dan nilai-nilai pribadi pengguna.

Motivasi Endogen yang berasal dari Teori Integrasi Organisme (*Organismic Integration Theory*) dapat digunakan dalam penelitian ini, untuk menjelaskan faktor motivasi endogen yang kemungkinan dapat memengaruhi keputusan mengadopsi sistem informasi. Motivasi endogen yang dimaksud adalah Variabel Persepsi Lokus Kausalitas (*Perceived locus of causality*). PLK terbagi menjadi tiga variabel, yaitu PLK Internal, PLK Eksternal dan PLK Introjeksi.

2.1.10 Konfirmasi

Konfirmasi (*confirmation*) merupakan persepsi pengguna terhadap kesesuaian antara ekspektasi dan kinerja aktual sebuah sistem (Bhattachaje, 2001). Konfirmasi konsumen terhadap pengalaman mereka secara keseluruhan, serta menyarankan efek dari pengalaman ini dan manfaat yang dirasakan pasca-adopsi terhadap niat melanjutkan. Dengan teknologi baru seperti *M-wallet*, bahkan pengguna biasa pun akan mengevaluasi produk yang sudah berkembang cepat, ekspektasi utama yang diinginkan sebagian besar dibentuk oleh atribut utama aplikasi *smart phone* sejenis lainnya. Oleh karena itu, untuk teknologi seperti itu, ketika kinerja sebenarnya selama konsumsi melebihi ekspektasi utama, baik dalam hal kinerja atau kemudahan penggunaan, pengguna mengkonfirmasi ekspektasi tersebut dan melanjutkan keterlibatan lebih lanjut dengan teknologi tersebut (Gorla & Somers, 2014; Shen *et al.*, 2018).

Sejak awal, ECM telah diterapkan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk buku teks digital (Joo *et al.*, 2017), jejaring sosial (Lin, *et al.*, 2017), informatika kesehatan (Shin, *et al.*, 2017), *mobile instant messaging*



(Oghuma *et al.*, 2016), perbankan *online* (Susanto *et al.*, 2016) dan *e-governance* (Veeramootoo *et al.*, 2018).

2.1.11 Kepuasan

Kepuasan (*Satisfaction*) merupakan suatu kondisi dimana pengguna merasakan kepuasan terhadap ekspektasi (Bhattachaje, 2001). Kepuasan mewakili hasil psikologis dari emosi pasca konsumsi dalam kaitannya dengan perasaan yang diharapkan konsumen tentang pengalaman menggunakan *M-wallet* (Westbrook & Oliver, 1991). Niat melanjutkan mencerminkan tahap pasca-adopsi ketika penggunaan *M-wallet* melampaui proses sadar untuk berkembang sebagai bagian dari mekanisme pembayaran reguler pengguna (Bhattacharjee, 2001).

2.1.12 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa pengertian UMKM didefinisikan sesuai dengan jenis usahanya.

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Undang-undang menjelaskan kriteria sebuah usaha disebut mikro, bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp 50.000.000.

b. Usaha Kecil



Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU. Menurut Undang-undang, usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp 300.000.000 sampai dengan Rp 2.500.000.000.

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU. Undang-undang menjelaskan, untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp 500.000.000 dalam satu tahun.

d. Usaha Besar

Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi

Indonesia.



Kriteria UMKM di Indonesia diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) pasal 35 hingga pasal 36. Bagi UMKM yang telah berdiri, jenis atau pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Di antaranya sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp2 miliar.
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2 miliar, maksimal sampai Rp15 miliar.
- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15 miliar dengan nominal maksimal sampai Rp50 miliar.

Pengelompokan selanjutnya, bagi UMKM yang baru akan didirikan, terdapat kriteria modal UMKM sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha maksimal Rp1 miliar di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1 miliar dengan nominal maksimal sampai Rp5 miliar di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
- c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5 miliar, maksimal sampai Rp10 miliar di luar tanah dan bangunan tempat usaha.

2.1.13 Digital Accounting dan SIAPIK

Akuntansi Digital (*Digital Accounting*) mengacu pada penggunaan teknologi dan alat digital dalam pencatatan, analisis, dan pengelolaan data keuangan. Ini mencakup berbagai aspek seperti digitalisasi proses keuangan, penggunaan sistem pemrosesan informasi cerdas, dan memanfaatkan data besar



1) untuk tujuan akuntansi. Istilah ini juga terkait dengan pengakuan, , dan regulasi hukum aset digital dalam kerangka akuntansi. Penggunaan

teknologi seperti *big data* pengeditan cerdas, audit, dan alat pemrosesan, serta adopsi grafik pengetahuan dan grafik RDF, adalah beberapa contoh bagaimana akuntansi digital diterapkan dalam praktik (Shumeyko *et al.*, 2023; Quinn & Murphy, 2023; Wang, 2023; Covaci *et al.*, 2022; Pylypenko & Yurchenko, 2021).

Sistem Informasi Aplikasi Pencatata Informasi Keuangan (SiApik) merupakan salah satu teknologi digital dalam pencatatan, analisis, dan pengelolaan data keuangan. SiApik didesain oleh Bank Indonesia dan mulai diluncurkan pada tahun 2017. Alasan Bank Indonesia mengembangkan SiApik adalah mempertimbangkan kondisi secara umum, tingkat pemahaman Usaha Kecil dan Menengah mengenai transaksi akuntansi atau pencatatan keuangan di Indonesia masih rendah (Haryono, 2022).

Digital accounting dari Bank Indonesia ini bisa diperoleh gratis tanpa syarat dan dapat diunduh melalui *Google Play Store*. Aplikasi ini dapat diakses secara *offline*, sehingga UKM yang tinggal di daerah dengan koneksi internet yang tidak stabil tetap dapat menggunakan aplikasi ini tanpa kendala. Keamanan data pengguna di aplikasi ini juga terjamin, UKM juga bisa memasukkan password yang bisa diatur untuk mengamankan data transaksi (Haryono, 2022).

SiApik merupakan *digital accounting* berbasis android yang dapat membantu pengguna untuk membukukan dan mencatat setiap transaksi keuangan yang mereka lakukan. Aplikasi ini dapat mencatat jenis transaksi sederhana untuk usaha perorangan/usaha mikro atau usaha skala kecil. Pencatatannya sendiri mengacu pada standar yang telah disusun oleh Bank Indonesia (BI) bersama dengan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Jadi, sistem pencatatan dalam aplikasi ini menghasilkan laporan yang standar, diakui dan

oleh berbagai lembaga keuangan di Indonesia. Adapun informasi laporan yang dihasilkan seperti Neraca, Laba Rugi, Arus Kas dan Detail Pos



Keuangan. Dengan demikian, laporan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengajukan pembiayaan kredit modal usaha ke lembaga keuangan.

Sistem pencatatan SiApik menggunakan sistem *Single Entry* (input sesuai transaksi), sehingga tidak melakukan input berdasarkan akun yang rumit. Hal ini tentunya akan memudahkan pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi pencatatan untuk menghasilkan laporan keuangan. Terutama mereka yang tidak mengerti akuntansi secara *detail*. Dengan demikian, pengguna tidak perlu memilih transaksi debit dan memilih *counterparty* untuk transaksi kredit (seperti pada sistem *Double Entry*). Pengguna aplikasi ini hanya perlu mengkategorikan transaksi: apakah itu termasuk transaksi penerimaan atau transaksi pengeluaran.

Aplikasi pencatatan keuangan SiApik dapat digunakan oleh berbagai jenis UMKM, baik yang bergerak di bidang jasa, perdagangan maupun manufaktur. Pencatatan persediaan SiApik sudah mengacu pada SAK-EMKM menggunakan metode FIFO, dimana barang yang akan dikeluarkan terlebih dahulu adalah barang yang dimasukkan terlebih dahulu. Hal ini akan memudahkan pengguna aplikasi untuk memantau barang yang masuk dan keluar gudang serta menjaga stok agar tidak kadaluarsa.

Tujuan dari penyusunan aplikasi SIAPIK adalah untuk membuat UMKM lebih melek finansial. Setidaknya mereka dapat membedakan antara aset, hutang dan piutang. Aplikasi ini juga diharapkan mampu menggantikan sistem pencatatan manual yang biasanya digunakan oleh UMKM untuk melakukan pembukuan. Adapun kelebihan aplikasi SIAPIK: 1) Tidak ada batasan pencatatan jumlah transaksi; 2) Tidak ada batasan jumlah entitas bisnis yang Anda miliki; 3) Tanpa pembatasan badan usaha di masing-masing sektor; 4) Tanpa batasan jumlah karyawan, jenis jasa; 5) Tanpa batasan jumlah pemasok, jumlah pelanggan;



6) Tanpa batas waktu untuk melihat laporan keuangan; dan 7) Dapat digunakan tanpa memerlukan koneksi internet (Kemenkopukm RI, 2021).

Lebih lanjut Bank Indonesia berencana integrasi data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari penggunaan sistem pembayaran QRIS dengan aplikasi SiApik. Integrasi tersebut dimaksudkan untuk memudahkan UMKM mendapatkan kredit usaha atau pembiayaan dari perbankan. "Jika dari transaksi QRIS yang kemudian juga tercatat dalam aplikasi SIAPIK dapat terintegrasi, maka laporan keuangannya bisa dijadikan profil kredit UMKM ke depan," kata Deputy Gubernur BI, Doni Primanto Juwono dalam *Kick Off Sinergi Dorong Akses Keuangan UMKM* melalui Pemanfaatan SIAPIK yang dipantau di Jakarta. Saat itu, data penyaluran kredit perbankan kepada UMKM tahun 2022, baru mencapai 20,6% per tahun dari seluruh kredit yang dihasilkan perbankan. Artinya, masih jauh dari target bapak Presiden Joko Widodo pada 2024 sebesar 30% per tahun. Hal ini menegaskan bahwa integrasi QRIS dan SIAPIK akan memudahkan UMKM memperoleh kredit modal usaha dari Perbankan (Hidayat, 2022).

2.2. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor penentu niat kontinuitas/ keberlanjutan penggunaan sistem informasi atau teknologi informasi dengan kerangka *Expectance-Confirmation Theory* dan *Expectance-Confirmation Model*, dijelaskan sebagai berikut. Oghuma *et al.* (2016) melakukan penelitian dengan tujuan menyelidiki dampak kegunaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, kualitas layanan yang dirasakan, dan konfirmasi terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan MIM (*Mobile Instant Messaging*). Hasil penelitiannya



menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dan niat terus

menggunakan MIM. Kualitas layanan yang dirasakan juga memengaruhi konfirmasi, yang pada gilirannya memengaruhi kegunaan yang dirasakan. Namun, pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna tidak signifikan.

Joo *et al.* (2017) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui hubungan struktural antara ekspektasi siswa, persepsi kenikmatan, persepsi manfaat, kepuasan, dan niat untuk terus menggunakan buku teks digital di sekolah menengah, berdasarkan model konfirmasi ekspektasi Bhattacharjee (2001). Studi ini menemukan bahwa: (a) semakin banyak ekspektasi terhadap buku teks digital yang terpenuhi, semakin besar kemungkinan siswa merasakan kenikmatan dan kegunaan buku teks digital, (b) kepuasan memainkan peran mediasi dalam menghubungkan ekspektasi, persepsi kenikmatan dan kegunaan, dan niat untuk melanjutkan. untuk menggunakan buku teks digital, (c) persepsi kegunaan dan kepuasan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap niat terus menggunakan buku teks digital, dan (d) persepsi kenikmatan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap niat terus menggunakan buku teks digital pada siswa sekolah.

Tahun yang sama, Obal (2017) melakukan penelitian dengan berfokus pada anteseden pra-adopsi dari niat adopsi berkelanjutan teknologi disruptif di tingkat perusahaan. Memahami bagaimana membuat keputusan adopsi yang berkualitas, yang diukur dengan kepuasan dan niat perusahaan untuk terus menggunakan teknologi setelah fase adopsi awal, sangat penting bagi manajer pembelian. Mengingat tantangan ini, model untuk niat adopsi berkelanjutan teknologi disruptif diusulkan yang mempertimbangkan hal-hal berikut: kepercayaan antarorganisasi pra-adopsi, tekanan pesaing mimetik, tekanan

normatif, motif efisiensi, upaya pencarian, dan kepuasan pasca-adopsi. ya, tekanan normatif dari perusahaan pemasok sebelum adopsi



menyebabkan kepuasan pengguna yang lebih rendah dan, akibatnya, niat yang lebih rendah untuk terus mengadopsi dan menggunakan teknologi. Selain itu, tekanan ini didorong oleh tingkat kepercayaan antarorganisasi pra-adopsi dan tekanan mimesis dari pesaing.

Franque *et al.* (2021) melakukan penelitian dengan tujuan untuk memahami niat kelanjutan *m-payment*, menggunakan model ECM pasca-penerimaan, yang menyatakan bahwa kepuasan dan manfaat yang dirasakan adalah faktor utama yang didukung oleh konfirmasi harapan (Bhattacharjee, 2001). Hasil empiris menunjukkan bahwa niat melanjutkan dipengaruhi secara positif oleh kinerja individu, penggunaan, dan kepuasan. Kualitas informasi dan layanan berdampak positif terhadap penggunaan dan konfirmasi harapan. Kualitas informasi, penggunaan, dan konfirmasi harapan berdampak positif terhadap kepuasan pengguna. Penyedia *m-payment* harus fokus terutama pada kualitas informasi, memastikan bahwa informasi aman dan terkini, dan memastikan bahwa layanan *m-payment* berfungsi dengan baik, untuk memengaruhi penggunaan *m-payment* dan kepuasan pengguna. Penggunaan *m-payment*, kepuasan, dan kinerja individu yang dirasakan merupakan faktor yang paling penting untuk menjelaskan niat terus menggunakan *m-payment*.

Selanjutnya, Suzianti & Paramadini (2021) melakukan penelitian dengan tujuan menemukan strategi untuk meningkatkan niat kelanjutan penggunaan *e-learning* di sekolah dasar. Dengan menggunakan kerangka *Expectation-Confirmation Model of IS Continuance* dan *Information System Success Model*. Empat dari 11 hipotesis ditolak karena tidak memenuhi persyaratan, tetapi berdasarkan hasil lain, 10 rekomendasi strategis diajukan dan dinilai oleh

ahli yang menggunakan metode terpadu *Importance-Performance*



Analysis and Kano untuk memilih empat strategi yang dipilih sebagai prioritas perbaikan dan tiga sebagai prioritas kerja yang baik.

Savitha *et al.* (2022) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu niat kelanjutan untuk menggunakan aplikasi pembayaran *peer-to-peer* (P2P) *FinTech* di India. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konfirmasi harapan sebelumnya dan kegunaan yang dirasakan pasca-adopsi menghalangi niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan pembayaran *FinTech*. Penerimaan kognitif (kepercayaan) dan penerimaan normatif (pengaruh sosial) tidak hanya menentukan penerimaan perilaku (kesediaan untuk menciptakan bersama) tetapi juga memengaruhi niat kelanjutan. Konfirmasi harapan awal selama penggunaan layanan menentukan kepuasan dan kegunaan yang dirasakan pasca pembelian.

Sasongko *et al.* (2022) melakukan penelitian dengan menggunakan kerangka *Expectation-Confirmation Model* (ECM) untuk mengeksplorasi faktor *Perceived Usefulness, Perceived Security & Privacy, Trust*, dan *Satisfaction* yang memengaruhi niat melanjutkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan, Kepuasan, dan Kepercayaan berpengaruh kuat terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi uang elektronik. Penyedia aplikasi sebaiknya meningkatkan Komitmen Tanggung Jawab Keamanan karena dapat memengaruhi Kepercayaan secara langsung atau tidak langsung melalui *Perceived Security & Privacy*. Selain Komitmen Tanggung Jawab Keamanan, Perlindungan Teknologi Keamanan dan Penghindaran Ketidakpastian juga merupakan pendahulu dari Persepsi Keamanan & Privasi. Penelitian ini memberikan pemahaman dan pedoman untuk meningkatkan niat penggunaan

utan pada aplikasi uang elektronik, khususnya di negara berkembang.



Mishra *et al.* (2023) melakukan penelitian dengan tujuan memperluas model pasca penerimaan sistem informasi (SI) lanjutan, yang secara luas digunakan untuk menjelaskan kepuasan pengguna dan niat kelanjutan IS. Model yang diperluas mencakup variabel tambahan seperti *perceived ease of use (PEOU)*, *attitude*, *trust*, dan *enjoyment*. Hasilnya mengkonfirmasi signifikansi semua hubungan yang diusulkan dalam model asli.

Temuan Mishra *et al.* (2023), menunjukkan bahwa *PEOU* secara langsung memengaruhi *perceived usefulness*, *satisfaction*, dan *attitude*. *Trust* dan *enjoyment* keduanya memiliki dampak positif pada *users' satisfaction* and *IS continuance*, dimana efek dari *enjoyment* lebih tinggi dari *trust*. Kepuasan pasca konsumsi menghasilkan sikap yang baik terhadap teknologi, yang selanjutnya memengaruhi kelanjutan IS. Dari perspektif teoritis, studi saat ini mengakui pergeseran sikap pengguna terhadap teknologi dan menekankan nilai hedonis penggunaan IS karena pengguna melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap teknologi yang responsif, mudah digunakan, dan menyenangkan. Pemasar harus fokus pada kenikmatan dan kepuasan yang berasal dari teknologi untuk meningkatkan potensi penggunaan IS.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang menggunakan gabungan kerangka *Expectation-Confirmation Model (ECM)* dan *UTAUT*, masih terbatas seperti penelitian berikut. Gupta *et al.* (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan terus menggunakan teknologi digital, khususnya dompet seluler. Penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi dampak harapan pra-adopsi pada niat kelanjutan pasca-adopsi.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengusulkan model baru, *Extended Expectation-Confirmation Model (EECM)*, yang mengintegrasikan variabel pra dan adopsi untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang



keterlibatan pengguna dengan dompet seluler. Penelitian ini menemukan bahwa kinerja pra-adopsi dan ekspektasi upaya secara signifikan berdampak pada konfirmasi yang didorong oleh konsumsi, yang pada gilirannya memengaruhi kegunaan, keamanan, dan kepuasan pengguna yang dirasakan pasca-adopsi.

Studi tersebut juga menemukan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, kualitas antarmuka pengguna, dan keamanan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dompet seluler. Hasilnya mendukung sebagian besar hipotesis yang diperkenalkan dalam penelitian ini, menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dan niat untuk terus menggunakan dompet ponsel. Studi ini juga menyoroti pentingnya kegunaan yang dirasakan pasca-adopsi, kualitas antarmuka pengguna, dan *self-efficacy* dalam memengaruhi niat kelanjutan (Gupta *et al.*, 2020).

Tam *et al.* (2020) juga melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang mendasari niat berkelanjutan untuk menggunakan *mobile Apps*, menangani dua model teoretis: *Expectation-Confirmation Model* (ECM) dan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu yang diperluas (UTAUT2). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa yang paling penting pendorong dari niat kelanjutan penggunaan *mobile Apps* adalah *satisfaction*, *habit*, *performance expectancy*, dan *effort expectancy*.

Selanjutnya, dasar penelitian terdahulu memperluas Model Konfirmasi Ekspektasi. Beberapa penelitian terkait penentu niat kontinuitas penggunaan teknologi informasi atau sistem informasi menggunakan kerangka kerja *Unified Theory of Acceptan and Use of Technology* (UTAUT) diuraikan sebagai berikut.



↳ Sheham (2015) melakukan penelitian dengan tujuan menjawab an penelitian dan menguji kredibilitas hipotesis yang dihasilkan dari

model. Seluruh populasi “pengusaha” dipilih sebagai populasi penelitian ini dan ukuran sampel dihitung dengan benar untuk mengumpulkan data. Setelah menganalisis data ditemukan bahwa *Performance Expectations*, *Effort Expectations*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* memiliki pengaruh terhadap niat pengusaha untuk menggunakan AIS.

Musa *et al.* (2019) melakukan penelitian dengan tujuan menguji niat untuk menggunakan *cloud accounting* di kalangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Malaysia, dalam upaya untuk mengatasi tingginya tingkat kegagalan bisnis ini dan kurangnya penelitian tentang *cloud accounting* di negara ini. Hasil penelitian menekankan perlunya penelitian empiris lebih lanjut untuk memvalidasi kerangka konseptual yang diusulkan. Selanjutnya menyarankan bahwa penelitian masa depan harus fokus pada niat untuk menggunakan sistem *cloud accounting* di kalangan UKM di Malaysia, menggabungkan keamanan yang dirasakan sebagai faktor dan mempertimbangkan ukuran organisasi sebagai variabel moderat.

Cokins *et al.* (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan oleh manajer perusahaan dari platform akuntansi yang tersedia secara *online* dengan mengembangkan model konstruk *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Kontribusi utama dari penelitian ini adalah penggunaan dua variabel yang dianggap signifikan dalam penelitian ini: persepsi kredibilitas dan persepsi risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan *perceived risk* memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan platform akuntansi yang tersedia secara online, sedangkan persepsi kredibilitas menunjukkan pengaruh yang jauh lebih signifikan dan kuat.



ini *et al.* (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menguji faktor yang memengaruhi adopsi sistem informasi akuntansi dalam konteks

Yordania. Penelitian ini berfokus pada model UTAUT2. Model ini menganalisis teori-teori masa lalu dan berfokus pada mekanisme dan perluasan teori. Faktor tambahan, yaitu perspektif tentang komunikasi dan kesesuaian teknologi yang dirasakan digunakan untuk memperluas model UTAUT2. Hasil penelitian ini menemukan semua faktor menjadi signifikan. Oleh karena itu, semua hipotesis ditemukan terdukung. Keseluruhan, hasil memungkinkan memahami motivasi rumah tangga untuk mengadopsi teknologi berkelanjutan, menekankan pentingnya teknologi dalam bidang energi efisiensi, dan mendukung kebijakan dan pemasaran yang efektif di masa depan kampanye untuk mengembangkan strategi kuat yang mengarah pada pengurangan energi dan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Tambunan (2023) melakukan penelitian dengan menggunakan UTAUT untuk menyelidiki variabel-variabel yang memengaruhi maksud dan aktual penggunaan aplikasi akuntansi pada UMKM kuliner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja UMKM, ekspektasi upaya, dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku mereka untuk memanfaatkan aplikasi akuntansi. Niat perilaku dan kondisi memfasilitasi juga memengaruhi pemanfaatan aplikasi pengguna aktual. Oleh karena itu, disarankan agar pengembang aplikasi akuntansi dan pemerintah menggunakan variabel-variabel ini untuk meningkatkan penggunaan aplikasi, serta mengharapkan penelitian di masa depan dapat mencakup prediktor yang lebih luas.

Alalwan (2020) melakukan penelitian tentang penggunaan *Mobile Food Order Apps* (MFOA). Tujuan dasar penelitiannya untuk mengidentifikasi dan menguji secara empiris faktor-faktor utama yang memprediksi kepuasan elektronik

MFOA dan niat pelanggan untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut via. Hasil utama didasarkan pada pemodelan persamaan struktural dan



mendukung peran *online review*, *online rating*, *online tracking*, *performance expectancy*, *hedonic motivation*, dan *price value* terhadap *e-satisfaction* dan *continued intention* untuk menggunakan kembali aplikasi MFOA. Studi ini memberikan kontribusi teoretis dan menyajikan implikasi praktis yang relevan bagi akademisi dan praktisi yang bekerja di bidang terkait MFOA.

Lutfi (2022) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat keberlanjutan akuntan untuk menggunakan sistem informasi akuntansi (AIS) dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) Yordania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabilitas yang diuji, yaitu ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi, berpengaruh positif terhadap niat kontinuitas akuntan untuk menggunakan AIS, dengan *Top Management Support* (TMS) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap niat penggunaan tersebut. Temuan penelitian berkontribusi pada teori UTAUT karena mereka mendukung efek TMS pada niat berkelanjutan untuk menggunakan dan menetapkan akurasi pengukuran kerangka studi dalam konteks UKM Yordania.

Abu-Taieh *et al.* (2022) melakukan penelitian dengan tujuan menemukan dan menguji faktor-faktor paling penting yang dapat memprediksi niat berkelanjutan nasabah Yordania terhadap penggunaan *m-banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi upaya, ekspektasi kinerja, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial, dan kualitas layanan memengaruhi niat berperilaku, sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak. Selanjutnya, niat perilaku berdampak pada promosi dari mulut ke mulut dan kondisi yang memfasilitasi (yang terakhir mengenai niat terus menggunakan *m-banking*), dan memiliki nilai koefisien tertinggi. Hasil penelitian juga menegaskan bahwa seluruh

moderasi memengaruhi niat perilaku untuk terus menggunakan aplikasi *m-*



Penelitian terbaru oleh Gao, (2023) dengan tujuan untuk menguji niat kelanjutan pengguna dalam konteks manfaat tertunda dengan mengintegrasikan stimulus sensorik, UTAUT yang diperluas, dan *flow theory*. Hasilnya juga menunjukkan bahwa keadaan aliran pengguna memainkan peran penting dalam memperkuat niat berkelanjutan dan menyadari manfaat tertunda dari *smart education*. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang mekanisme penggunaan berkelanjutan yang berkaitan dengan *smart education*.

Terakhir, sebagai dasar pertimbangan psikologis untuk memperluas Model Konfirmasi Ekspektasi. Beberapa penelitian terdahulu terkait penentu perilaku niat (*intention*) atau perbuatan (*actual*) seseorang untuk mengadopsi teknologi informasi dipengaruhi oleh dorongan motivasi yang berasal dari Motivasi Endogen (*Endogen Motivation*), diuraikan sebagai berikut. Wunderlich *et al.* (2015) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menambah pemahaman tentang bagaimana berbagai jenis motivasi menentukan kecenderungan konsumen untuk mengadopsi layanan transformatif. Hasil menunjukkan bahwa motivasi konsumen adalah penentu langsung utama niat untuk mengadopsi. Sementara temuan ini terutama berlaku ketika konsumen menganggap adopsi sebagai ditentukan sendiri dan menginternalisasi nilai-nilai terkait seperti environmentalisme, motivasi berdasarkan penghargaan eksternal dan perasaan paksaan penting pada tingkat yang lebih rendah. Perbandingan pengguna dan bukan pengguna mengungkapkan perbedaan penting dalam motivasi, khususnya bahwa motivasi ekstrinsik cenderung lebih relevan untuk non-pengguna daripada untuk pengguna.

Pemikiran lain, Shevchuk & Kukkonen (2020) melakukan penelitian dengan fokus pada *Green IS persuasif*, yang memiliki fitur bawaan untuk meningkatkan pengguna untuk mengubah gaya hidup mereka dan untuk



meningkatkan niat adopsi teknologi. Dalam latar belakang teoritis, konsep utama, terutama perilaku berkelanjutan, *Green IS*, adopsi IS, sistem persuasif, dan model *Persuasif design system* (PSD) disajikan. PSD dimaksud adalah *Model-Endogen Motivation*. Ikhtisar studi ini disajikan dan studi dianalisis secara keseluruhan. Studi yang ditinjau menunjukkan bahwa model PSD memiliki potensi tinggi untuk menjadi alat untuk peningkatan *Green IS*. Tema utama yang diidentifikasi dari studi membawa nilai bagi akademisi dan praktisi, serta menyarankan arah untuk meneliti perubahan perilaku individu dengan *Green IS persuasif* di masa depan.

Selanjutnya, Henkenjohann (2021) melakukan penelitian dengan desain studi metode campuran, karya ini memberikan bukti bahwa berbagai jenis motivasi dan anteseden privasi kontekstual memengaruhi niat penggunaan *Electronic Patient Records* (ePA). Variabel yang paling signifikan adalah motivasi individu yang berasal dari perasaan kemauan atau mandat eksternal secara positif memengaruhi adopsi ePA, meskipun insentif internal lebih kuat. Pengkodean transkrip mengungkapkan berbagai jenis variabel terkait motivasi. PLK yang teridentifikasi muncul, yaitu minat untuk mengakses data kesehatan atau perawatan yang lebih efisien. Selain itu, pengkodean mengungkapkan bahwa saran dari profesional kesehatan mendukung niat penggunaan ePA, menunjukkan bahwa PLK eksternal mendorong niat adopsi. PLK yang diperkenalkan dapat mengakibatkan penolakan ePA, karena responden mendiskusikan bahwa riwayat medis negatif dapat mengakibatkan perasaan malu karena harapan eksternal yang bertentangan dalam nilai-nilai internal. Di antara variabel-variabel terkait motivasi ini, responden menyebutkan bahwa pengalaman dan usia seseorang dapat memengaruhi niat penggunaan IT.



akhir, Mateus *et al.* (2023) melakukan penelitian dengan tujuan ini perspektif konsumen dalam mengadopsi keberlanjutan teknologi

rumah tangga. Lebih khusus lagi, investigasi ini menyelidiki anteseden, seperti motivator, determinan dan faktor-faktor yang memengaruhi keluarga untuk mengadopsi teknologi berkelanjutan *Smart Termostat* (ST) di rumah mereka, serta manfaat yang muncul dari mengadopsi ST. Keseluruhan, hasil memungkinkan memahami motivasi rumah tangga untuk mengadopsi teknologi berkelanjutan, menekankan pentingnya teknologi dalam bidang efisiensi energi, dan mendukung kebijakan dan kampanye pemasaran yang efektif di masa depan untuk mengembangkan strategi kuat yang mengarah pada pengurangan energi perilaku yang lebih berkelanjutan.

