

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT UMKM DI KOTA MATARAM DALAM MENGGUNAKAN *SOFTWARE* AKUNTANSI

Ni Gusti Ayu P. Wardani¹

putrigusti355@gmail.com

¹ Universitas Mataram

Lukman Effendy²

lukman.effendy@unram.ac.id

² Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kota Mataram dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 135 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden yaitu pemilik UMKM di Kota Mataram. Kemudian, data yang diperoleh diolah menggunakan metode analisis SEM-PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, dan persepsi kepercayaan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. Sedangkan, pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi.

Kata Kunci: *Software* Akuntansi, Penerimaan Teknologi, UMKM, UTAUT 2

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, habits, and perceived trust on MSMEs' interest in using accounting software. The population in this research is MSMEs in Mataram City with a sample size of 135 respondents. This research uses associative research with a quantitative approach. And the type of data used in this research is primary data obtained from filling out questionnaires by respondents, namely MSME owners in Mataram City. Then, the data obtained was processed using the SEM-PLS analysis using the SmartPLS application version 3. The results of this research show that there is a positive and significant influence of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, hedonic motivation, and perceived trust on MSME interest in using accounting software. Meanwhile, social influence, price values, and habits do not have a significant influence on MSMEs' interest in using accounting software.

Keywords: *accounting software, technology acceptance, MSMEs, UTAUT 2*

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi secara pesat memberikan banyak manfaat pada setiap lini kehidupan manusia. Dalam dunia usaha, perkembangan teknologi juga memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap sistem informasi akuntansi. Menurut Hatta et al. (2016), salah satu dampak penggunaan teknologi yang dialami oleh suatu usaha adalah perubahan dalam pemrosesan data-data keuangan dari sistem manual ke sistem komputerisasi. Adapun dengan beralih dari sistem manual ke sistem komputerisasi akan membuat suatu usaha lebih banyak menghemat waktu, serta meminimalisir tingkat kesalahan dan kehilangan data-data yang diperlukan dalam menyusun suatu laporan keuangan (Lestari, 2018).

Pemanfaatan teknologi yang biasanya digunakan dalam menyusun laporan keuangan suatu perusahaan adalah *software* akuntansi. Terdapat beberapa laporan keuangan yang mampu disusun secara otomatis, diantaranya: jurnal transaksi, neraca saldo, laporan laba atau rugi, laporan perubahan modal, laporan neraca, laporan arus kas, laporan persediaan barang dan lain sebagainya sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan (Farhan et al., 2020). Dengan menggunakan *software* akuntansi, suatu perusahaan dapat mempercepat pemrosesan dan menghasilkan data-data keuangan yang lebih akurat dibandingkan secara manual. Salah satu usaha yang dapat memanfaatkan teknologi seperti *software* akuntansi dalam melakukan pencatatan keuangan usahanya ialah para pelaku UMKM.

Pada era globalisasi ini, tentunya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi informasi. Hal ini menyebabkan para pelaku UMKM perlu melakukan suatu perubahan agar mampu meningkatkan daya saingnya. Salah satu perubahan yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti *software* akuntansi dalam menyusun laporan keuangannya (Hidayah et al., 2021). Laporan keuangan merupakan hal yang paling dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam mengidentifikasi kinerja dan kondisi keuangan usahanya (Wardani, 2022). Namun, pada kenyataannya masih banyak para pelaku UMKM yang belum bisa melakukan pencatatan atas laporan keuangan usahanya dengan baik. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya: pertama terkait dengan waktu dan biaya, dimana kebanyakan pelaku UMKM tidak mempunyai cukup waktu dalam menyusun laporan keuangan dan kurang mampu membayar seorang akuntan untuk menyusun laporan keuangan usahanya (Chhabra dalam Prasetyo, 2021). Kedua, karena masih banyaknya pelaku UMKM yang minim pengetahuan dan usahanya tergolong kecil menyebabkan mereka hanya melakukan pencatatan secara sederhana dan bahkan tidak melakukan pencatatan sama sekali (Achadiyah, 2019).

Di wilayah Nusa Tenggara Barat, perkembangan UMKM juga terus terjadi. Berdasarkan data dari (<https://data.ntbprov.go.id>) jumlah UMKM yang terdaftar pada tahun 2021 sebanyak 103.284 usaha dan wilayah dengan jumlah UMKM tertinggi adalah Kota Mataram. Pemilihan Kota Mataram menjadi lokasi penelitian dikarenakan wilayah tersebut mempunyai jumlah UMKM yang paling banyak di Nusa Tenggara Barat yaitu sebanyak 22.473 usaha. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Kota Mataram mengalami perkembangan yang lebih pesat dibandingkan dengan kabupaten atau kota lain di wilayah Nusa Tenggara Barat.

Meskipun mengalami perkembangan yang pesat, akan tetapi kebanyakan para pelaku UMKM di Kota Mataram masih melakukan pencatatan secara manual sebatas untuk pemasukan dan pengeluaran saja. Mereka melakukan pengelolaan keuangan secara sederhana dengan mengetahui bahwa mereka sudah balik modal dan sisa hasil usaha yang didapat merupakan laba atau keuntungan usahanya (Lestari et al., 2020). Sistem pencatatan secara manual biasanya akan menyebabkan lebih mudah terjadinya kesalahan input transaksi serta rawan terjadinya kehilangan data-data penting yang perlu untuk disimpan (Legina & Sofia, 2020). Sehingga, *software* akuntansi menjadi salah satu alternatif yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM dalam membantu mereka mengolah data keuangan serta menghasilkan informasi terkait kinerja keuangan usahanya dengan lebih efektif dan efisien.

Adanya perubahan dalam pencatatan keuangan secara manual menuju pencatatan berbasis *software* akan dihadapkan oleh dua kondisi yakni, apakah *software* yang digunakan diterima dan mampu menghasilkan informasi yang dibutuhkan atau malah sebaliknya (Pratiwi et al., 2022). Pengguna merupakan salah satu komponen utama dalam keberhasilan dan kebermanfaatan dari penggunaan suatu teknologi. Karena pengguna yang mampu mengoperasikan *software* akuntansi dengan baik akan merasakan manfaat secara langsung dari teknologi tersebut (Chaerani, 2018). Jadi, penerapan teknologi seperti *software* akuntansi hendaknya mempertimbangkan pengguna, agar teknologi yang diterapkan mampu memberikan manfaat sesuai dengan tugas dan kemampuan dari pengguna (Hasibuan et al., 2022).

Penelitian ini termotivasi untuk menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dalam menganalisis minat penggunaan *software* akuntansi pada UMKM di Kota Mataram. UTAUT 2 merupakan model yang dapat memberikan gambaran bagaimana pengguna secara personal beradaptasi dengan suatu teknologi informasi. Dengan menggunakan model UTAUT 2, analisis penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dapat diukur dalam konteks individu (Aldiansyah, 2022). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2012), mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat dalam menggunakan suatu teknologi berdasarkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, nilai harga, dan kebiasaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al. (2022), Pratama & Renny (2022), serta Bajunaied et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Suharsono et al. (2023) dan Nurabiah et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian Pratama & Renny (2022), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Nurabiah et al. (2023) mempunyai hasil bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian oleh Oktariyana et al. (2019), Shafly (2020), serta Zaini et al. (2020) mendapatkan hasil bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Bajunaied et al. (2023) dan Nurabiah et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian Febriani et al. (2023), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan penelitian oleh Febriani et al. (2023) dan Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonisme berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonisme tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Febriani et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, pada penelitian Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian Pratama & Renny (2022), Suharsono et al. (2023), serta Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, pada penelitian Febriani et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kebiasaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya mempunyai hasil yang berbeda-beda. Sehingga, hal ini menjadi celah bagi peneliti untuk meneliti kembali faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan suatu teknologi, khususnya pada sektor UMKM. Selain itu, peneliti juga menambahkan variabel di luar model UTAUT 2 yaitu persepsi kepercayaan dalam menganalisis minat penggunaan *software* akuntansi pada UMKM.

Terdapat beberapa tujuan dilakukannya penelitian ini, diantaranya: 1) Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 2) Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 3) Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 4) Untuk menganalisis pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 5) Untuk menganalisis pengaruh motivasi hedonisme terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 6) Untuk menganalisis pengaruh nilai harga terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 7) Untuk menganalisis pengaruh kebiasaan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. 8) Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi.

TINJAUAN LITERATUR

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Menurut Venkatesh et al. (2003), *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* merupakan model penerimaan suatu teknologi yang menggabungkan delapan teori perilaku dalam menggunakan suatu produk dan layanan berbasis teknologi. Kedelapan teori yang tergabung dalam model UTAUT ialah *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Modal (MM)*, *Combine TPB dan TAM (C-TAM-TPB)*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Terdapat empat konstruk utama dalam model UTAUT yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan suatu teknologi, yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* (Venkatesh et al., 2003).

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Sedangkan, model UTAUT 2 merupakan sebuah model yang digunakan untuk menganalisis bagaimana konsumen secara personal beradaptasi dengan suatu teknologi (Suharsono et al., 2023). Terdapat tiga konstruk baru dalam model UTAUT 2 yang digunakan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan suatu teknologi baik dalam konteks umum maupun konsumen. Ketiga konstruk baru tersebut ialah *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, serta menambahkan variabel pemoderasi yakni *Age*, *Gender*, dan *Experience* (Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al. (2022), Pratama & Renny (2022), serta Bajunaied et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Nurabiah et al. (2023) dan Febriani et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

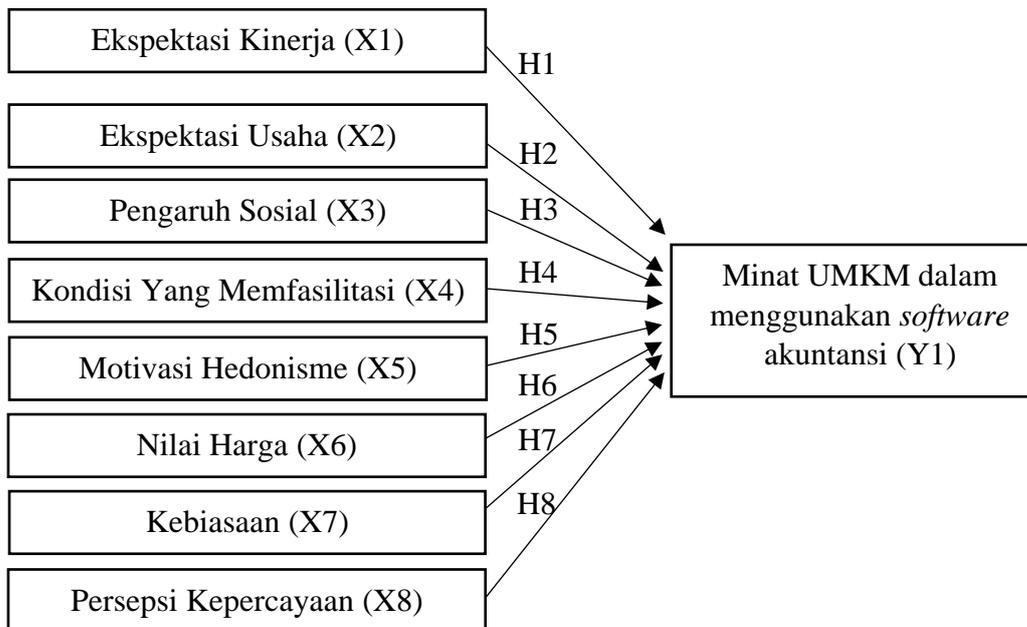
Hasil penelitian Pratama & Renny (2022), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Nurabiah et al. (2023) mempunyai hasil bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian oleh Oktariyana et al. (2019), Shafly (2020), serta Zaini et al. (2020) mendapatkan hasil bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif

terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Bajunaied et al. (2023) dan Nurabiah et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian Febriani et al. (2023), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan penelitian oleh Febriani et al. (2023) dan Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonisme berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Berbeda dengan hasil penelitian Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonisme tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian oleh Putri & Suardikha (2020) serta Febriani et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, pada penelitian Suharsono et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian Pratama & Renny (2022) dan Nurabiah et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sedangkan, pada penelitian Febriani et al. (2023) mendapatkan hasil bahwa kebiasaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, gambaran menyeluruh terkait penelitian ini yang akan menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), pengaruh social (X3), kondisi yang memfasilitasi (X4), motivasi hedonisme (X5), nilai harga (X6), kebiasaan (X7), dan persepsi kepercayaan (X8) terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi (Y) dapat disederhanakan dalam kerangka konsep berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

(Sumber: Diolah Peneliti, 2023)

Rumusan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), ekspektasi kinerja merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Ekspektasi kinerja diartikan sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa dengan memakai suatu teknologi dapat membantu mereka dalam menghasilkan kinerja yang maksimal. Seseorang akan semakin berminat untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi baru, jika mereka menyadari bahwa teknologi tersebut semakin banyak memberikan manfaat dalam kehidupan mereka (Davis, 1989). Terdapat beberapa hasil penelitian yang membuktikan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi diantaranya ialah penelitian yang dilakukan oleh Hatta et al. (2016), Abrahão et al. (2016), Pertiwi & Ariyanto (2017), Ramdhani et al. (2017), Jayanti & Ariyanto (2019), Oktariyana et al. (2019), Shafly (2020), Zaini et al. (2020), Pratiwi et al. (2022), Pratama & Renny (2022), serta Bajunaied et al. (2023). Sehingga, hipotesis pertama dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₁: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), ekspektasi usaha merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Ekspektasi usaha atau *effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi yang dapat mengurangi usaha (tenaga dan waktu) individu untuk melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Penerimaan terhadap suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal ini diartikan sebagai refleksi psikologis dari pengguna untuk lebih bersikap terbuka pada suatu hal yang mudah dipahami. Sehingga, kemudahan tersebut mampu memotivasi seseorang untuk menggunakan dan menerima suatu teknologi baru (Hadi & Novi dalam Fatahudin, 2020). Terdapat beberapa hasil penelitian yang membuktikan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi diantaranya ialah penelitian yang dilakukan oleh Hatta et al. (2016), Abrahão et al. (2016), Ramdhani et al. (2017), Jayanti & Ariyanto (2019), Zaini et al. (2020), Shafly (2020), Pratiwi et al. (2022), Pratama & Renny (2022), Febriani et al. (2023), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023). Sehingga, hipotesis kedua dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₂: Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), *social influence* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. *Social influence* atau pengaruh sosial adalah tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan sosialnya yang dapat memengaruhi individu tersebut untuk menggunakan suatu teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Semakin tinggi pengaruh yang diberikan oleh lingkungan sosial terhadap individu dalam menggunakan suatu teknologi, maka semakin tinggi pula minat yang tumbuh dari individu tersebut dalam menggunakan teknologi karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sosialnya (Fatahudin, 2020). Terdapat beberapa hasil penelitian yang membuktikan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi diantaranya ialah penelitian yang dilakukan oleh Hatta et al. (2016), Abrahão et al. (2016), Ramdhani et al. (2017), Jayanti & Ariyanto (2019), Zaini et al. (2020), Shafly (2020), serta Oktariyana et al. (2019). Sehingga, hipotesis ketiga dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₃: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Menurut Venkatesh et al. (2003), *facilitating condition* diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa terdapat infrastruktur teknis yang bisa membantu dalam penggunaan suatu teknologi. Minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi akan tinggi apabila tingkat faktor-faktor yang bisa mempermudah penggunaan teknologi tersebut juga tinggi (Hatta et al., 2016). Terdapat beberapa hasil penelitian yang membuktikan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi diantaranya ialah penelitian yang dilakukan oleh Hatta et al. (2016), Ramdhani et al. (2017), Zaini et al. (2020), Dakduk et al. (2020), Pratama & Renny (2022), Febriani et al. (2023), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023). Sehingga, hipotesis keempat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₄: Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) merupakan tingkat perasaan senang, gembira, dan nikmat, yang ditimbulkan dari penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Seseorang tidak hanya mementingkan tingkat kinerja dari penggunaan suatu teknologi, akan tetapi mereka juga peduli terhadap perasaan yang muncul jika menggunakan teknologi tersebut (Shafly, 2020). Menurut Venkatesh et al. (2012), motivasi hedonisme merupakan faktor terkuat kedua yang dapat memengaruhi minat penggunaan terhadap suatu teknologi. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani et al. (2017), Putri & Suardikha (2020), Shafly (2020), Dakduk et al. (2020), Febriani et al. (2023), Suharsono et al. (2023), serta Zaini et al. (2020) yang membuktikan bahwa motivasi hedonisme berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Sehingga, hipotesis kelima dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₅: Motivasi Hedonisme (*Hedonic Motivation*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), nilai harga atau *price value* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Nilai harga (*price value*) adalah perbandingan antara manfaat yang diperoleh dalam menggunakan teknologi dengan biaya yang dikorbankan untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Ketika seseorang merasakan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikorbankan, maka orang tersebut akan bersedia untuk mengadopsi suatu teknologi tertentu. Oleh karena itu, unsur biaya dan harga mempunyai dampak yang signifikan terhadap penggunaan suatu teknologi oleh individu (Venkatesh et al., 2012). Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani et al. (2017), Shafly (2020), Putri & Suardikha (2020), serta Febriani et al. (2023) yang membuktikan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Sehingga, hipotesis keenam dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₆: Nilai Harga (*Price Value*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), kebiasaan atau *habit* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Kebiasaan merupakan tingkat sejauh mana seseorang cenderung

menggunakan suatu teknologi secara otomatis karena belajar (Venkatesh et al., 2012). Kebiasaan dapat secara langsung atau tidak langsung memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Karena semakin tinggi tingkat pengalaman seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, maka akan mengakibatkan timbulnya kebiasaan dalam menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kebiasaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi ketika mereka menghadapi lingkungan yang beragam dan selalu berubah-ubah. Hasil tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani et al. (2017), Dakduk et al. (2020), Pratama & Renny (2022), serta Suharsono et al. (2023) yang membuktikan bahwa kebiasaan atau *habit* berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Sehingga, hipotesis ketujuh dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H₇: Kebiasaan (*Habit*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Perceived trust didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang merasa aman dan percaya pada saat mereka melakukan suatu transaksi dengan menggunakan sebuah teknologi (Rofi'i et al., 2018). Selain itu, persepsi kepercayaan juga diartikan sebagai persepsi pengguna terhadap suatu teknologi yang dapat memenuhi ekspektasi mereka dan bagaimana informasi yang ada didalamnya dapat dipercaya dan aman (McKnight et al. dalam Ramadhanti, 2022). Kepercayaan merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan suatu usaha serta menjadi motivasi bagi seseorang untuk mau atau tidak menggunakan suatu teknologi (Giovanis et al., 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alvian (2019), diperoleh hasil bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi SI APIK. Hasil tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dakduk et al. (2020), Prasetyo (2021), serta Pratama & Renny (2022) yang mendapatkan hasil bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Sehingga, hipotesis kedelapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₈: Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh positif terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada UMKM yang berada di wilayah Kota Mataram dan waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2023.

Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dihitung menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{158}{1 + 158 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{158}{1 + 158 (0,0025)}$$

$$n = \frac{158}{1 + 0,395}$$

$$n = \frac{158}{1,395}$$

$$n = 113,26$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (5%)

Berdasarkan perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 113,26 yang dibulatkan menjadi 120 sampel. Adapun untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Sedangkan, untuk teknik penentuan sampel menggunakan teknik *sampling insidental* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung dan tidak langsung dalam bentuk *hard file* dan *google formulir* kepada responden, yakni UMKM yang berada di wilayah Kota Mataram. Kuesioner yang disebar terdiri dari dua bagian, yakni bagian umum yang berkaitan dengan identitas dari responden dan bagian inti yang berisi pertanyaan bersifat tertutup tentang variabel-variabel yang diteliti sebanyak 27 pertanyaan.

Definisi Operasional Variabel

Berikut ini adalah tabel terkait definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
1	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) (X1)	Tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan membantunya untuk meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003).	a. Persepsi kegunaan b. Keunggulan relatif c. Ekspektasi hasil	Skala Likert 1-5
2	Ekspektasi Usaha (<i>Effort</i>)	Tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi	a. Persepsi kemudahan penggunaan	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
	<i>Expectancy</i>) (X2)	yang dapat mengurangi usaha (tenaga dan waktu) individu untuk melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003).	b. Kompleksitas c. Kemudahan penggunaan	
3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) (X3)	Tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan sosialnya yang dapat memengaruhi individu tersebut untuk menggunakan suatu teknologi baru (Venkatesh et al., 2003).	a. Norma subjektif b. Faktor sosial c. <i>Image</i>	Skala Likert 1-5
4	Kondisi Yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Condition</i>) (X4)	Tingkat kepercayaan seseorang bahwa organisasi dan infrastruktur yang dimiliki dapat membantu dalam mendukung penggunaan suatu teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003).	a. Persepsi perilaku b. Kondisi mendukung	kontrol yang Skala Likert 1-5
5	Motivasi Hedonisme (<i>Hedonic motivation</i>) (X5)	Tingkat kesenangan yang didapatkan oleh seseorang ketika menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012)	a. <i>Fun</i> b. <i>Interest</i> c. Kenyamanan	Skala Likert 1-5
6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>) (X6)	Perbandingan antara manfaat yang diperoleh dalam menggunakan teknologi dengan biaya yang dikorbankan untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012)	a. Persepsi harga b. Persepsi kualitas c. Persepsi nilai	Skala Likert 1-5
7	Kebiasaan (<i>Habit</i>) (X7)	Tingkat dimana seseorang cenderung melakukan perbuatan atau perilaku secara berulang-ulang dalam hal yang sama dan berlangsung tanpa melalui proses berpikir lagi (Siagian dalam Fatahudin, 2020)	a. <i>Frequency of prior behavior</i> b. <i>Behavior to be automatic</i> c. <i>Continuance usage</i>	Skala Likert 1-5
8	Persepsi Kepercayaan (<i>Perceived Trust</i>) (X8)	Tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa teknologi yang dipakai aman untuk digunakan Alvian (2019)	a. <i>Satisfaction guarantee</i> b. <i>Integrity</i> c. <i>Ability</i>	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
9	Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi (Y)	Minat perilaku (<i>behavioral intention</i>) didefinisikan sebagai keinginan individu dalam menggunakan suatu teknologi dengan tujuan untuk mencapai apa yang diharapkan (Venkatesh et al., 2003).	a. Berniat untuk menggunakan b. Merekomendasikan orang lain untuk menggunakan c. Berkeinginan untuk menggunakan di masa yang akan datang	Skala Likert 1-5

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Teknik Analisis Data

Adapun untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dianalisis dengan menggunakan *software* SmartPLS 3. Terdapat tiga tahap pengujian yang dilakukan dalam menganalisis data menggunakan PLS yaitu analisis model pengukuran (*outer model*), analisis model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis. Pengujian untuk model pengukuran (*outer model*) terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan, untuk model struktural (*inner model*) terdapat beberapa kriteria yang akan dianalisis diantaranya yaitu nilai *R-Square* (R^2), *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), dan *Goodness of Fit Index* (GoF *Index*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Jumlah kuesioner yang berhasil disebarkan oleh peneliti dalam kurung waktu 6 minggu yaitu sebanyak 135 kuesioner. Berikut ini adalah tabel hasil pengumpulan data kuesioner yang berhasil dikumpulkan dan siap untuk diolah.

Tabel 2. Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang dibagikan secara langsung	99	73,33%
Kuesioner yang dibagikan secara online	36	26,67%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	0	0%
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa 135 kuesioner yang dibagikan secara langsung dan secara online dalam bentuk *google* formulir kepada responden, telah terisi dengan lengkap dan semua kuesioner yang disebar telah dikembalikan. Sehingga, jumlah kuesioner yang dapat diolah peneliti yaitu sebanyak 135 kuesioner.

Karakteristik Responden

Tabel 3. Responden Berdasarkan Bidang Usaha

Bidang Usaha	Jumlah	Persentase
Kuliner	27	20%
Fashion	11	8%
Retail	70	52%
Kerajinan	13	10%
Jasa	9	7%
Lainnya	5	4%
Total	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden yang bergerak di bidang usaha kuliner sebanyak 27 responden (20%), bidang usaha fashion berjumlah 11 responden (8%), bidang usaha retail berjumlah 70 responden (52%), bidang usaha kerajinan berjumlah 13 responden (10%), bidang usaha jasa berjumlah 9 responden (7%), dan bidang usaha selain lima kategori di atas berjumlah 5 responden (4%). Sehingga, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Mataram yang menjadi responden dalam penelitian ini bergerak di bidang usaha retail.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 tahun	16	12%
1 – 5 tahun	69	51%
6 – 10 tahun	21	16%
Lebih dari 10 tahun	29	21%
Total	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden yang memiliki umur usaha kurang dari 1 tahun sebanyak 16 responden (12%), umur usaha 1 – 5 tahun berjumlah 69 responden (51%), umur usaha 6 – 10 tahun berjumlah 21 responden (16%), dan umur usaha lebih dari 10 tahun berjumlah 29 responden (21%). Sehingga, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Mataram yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki umur usaha berkisar 1 - 5 tahun.

Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	46	34%
Perempuan	89	66%
Total	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 46 responden (34%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 89 responden (66%). Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Mataram yang menjadi responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Umur Pemilik

Umur Pemilik	Jumlah	Persentase
Kurang dari 21 tahun	1	1%
21 – 30 tahun	43	32%
31 – 40 tahun	51	38%
Lebih dari 40 tahun	40	30%
Total	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah responden dengan umur kurang dari 21 tahun sebanyak 1 responden (1%), umur 21 – 30 tahun berjumlah 43 responden (32%), umur 31 – 40 tahun berjumlah 51 responden (38%), dan umur lebih dari 40 tahun berjumlah 40 responden (30%). Sehingga, dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Mataram yang menjadi responden dalam penelitian ini berumur 31 – 40 tahun.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD/MI	0	0%
SMP/MTs	0	0%
SMA/MA/SMK/MAK	26	19%
Diploma	12	9%
Sarjana	97	72%
Total	135	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa tidak terdapat responden yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir SD/MI ataupun SMP/MTs. Sedangkan, untuk responden yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA/MA/SMK/MAK berjumlah 26 responden (19%), latar belakang pendidikan Diploma berjumlah 12 responden (9%), dan latar belakang pendidikan Sarjana berjumlah 97 responden (72%). Sehingga, dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Mataram yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah memiliki gelar sarjana.

Hasil Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*) Uji Validitas

a. *Convergent validity*

Uji *convergent validity* dapat dinilai berdasarkan nilai *outer loading* dari setiap indikator. Nilai *outer loading* yang lebih besar dari 0,70 dapat menggambarkan bahwa indikator penelitian sudah valid. Berikut adalah tabel nilai *outer loading* dari indikator penelitian ini

Tabel 8. Nilai *Outer Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1
X1.1	0.897								
X1.2	0.906								
X1.3	0.826								
X2.1		0.781							
X2.2		0.909							
X2.3		0.837							
X3.1			0.772						
X3.2			0.820						
X3.3			0.868						
X4.1				0.709					
X4.2				0.752					
X4.3				0.797					
X5.1					0.809				
X5.2					0.849				
X5.3					0.851				
X6.1						0.738			
X6.2						0.816			
X6.3						0.808			

X7.1	0.850
X7.2	0.874
X7.3	0.867
X8.1	0.738
X8.2	0.859
X8.3	0.857
Y1.1	0.861
Y1.2	0.862
Y1.3	0.869

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 8 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,07. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan sudah valid.

b. *Discriminant validity*

Uji *discriminant validity* dilihat berdasarkan nilai *cross loading*. Apabila nilai *cross loading* lebih besar dari 0,7 dan nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya lebih besar dibandingkan dengan indikator terhadap variabel lainnya maka dapat dikatakan indikator tersebut sudah valid. Berikut adalah tabel nilai *cross loading* dari indikator penelitian ini.

Tabel 9. Nilai Cross Loading

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1
X1.1	0.897	0.307	0.303	0.315	0.446	0.284	0.251	0.401	0.499
X1.2	0.906	0.352	0.344	0.342	0.414	0.273	0.344	0.333	0.470
X1.3	0.826	0.410	0.303	0.275	0.395	0.153	0.251	0.278	0.414
X2.1	0.335	0.781	0.250	0.169	0.293	0.181	0.277	0.227	0.291
X2.2	0.360	0.909	0.224	0.176	0.297	0.198	0.274	0.246	0.387
X2.3	0.323	0.837	0.138	0.110	0.269	0.184	0.247	0.164	0.285
X3.1	0.166	0.066	0.772	0.510	0.376	0.344	0.340	0.217	0.311
X3.2	0.252	0.140	0.820	0.498	0.407	0.397	0.405	0.290	0.338
X3.3	0.407	0.320	0.868	0.514	0.554	0.468	0.579	0.326	0.532
X4.1	0.274	0.122	0.334	0.709	0.400	0.227	0.298	0.273	0.410
X4.2	0.283	0.110	0.583	0.752	0.416	0.445	0.448	0.255	0.343
X4.3	0.254	0.169	0.487	0.797	0.451	0.450	0.415	0.290	0.484
X5.1	0.502	0.405	0.501	0.418	0.809	0.433	0.597	0.440	0.573
X5.2	0.374	0.158	0.468	0.560	0.849	0.300	0.425	0.388	0.521
X5.3	0.319	0.274	0.437	0.439	0.851	0.362	0.459	0.507	0.566
X6.1	0.159	0.091	0.304	0.334	0.238	0.738	0.253	0.162	0.256
X6.2	0.189	0.127	0.399	0.341	0.261	0.816	0.402	0.230	0.345
X6.3	0.275	0.265	0.451	0.469	0.482	0.808	0.464	0.325	0.437
X7.1	0.275	0.329	0.382	0.398	0.552	0.412	0.850	0.406	0.436
X7.2	0.202	0.234	0.479	0.454	0.480	0.469	0.874	0.402	0.393
X7.3	0.336	0.252	0.574	0.466	0.503	0.406	0.867	0.447	0.535
X8.1	0.204	0.127	0.240	0.310	0.470	0.190	0.397	0.738	0.344
X8.2	0.413	0.311	0.337	0.285	0.491	0.318	0.455	0.859	0.615
X8.3	0.292	0.147	0.259	0.318	0.368	0.252	0.349	0.857	0.502
Y1.1	0.496	0.337	0.450	0.413	0.553	0.432	0.458	0.573	0.861
Y1.2	0.454	0.340	0.501	0.523	0.565	0.388	0.547	0.522	0.862
Y1.3	0.418	0.324	0.353	0.509	0.601	0.361	0.381	0.504	0.869

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* dari indikator terhadap variabelnya lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* indikator terhadap variabel lainnya. Selain itu, nilai *cross loading* dari indikator terhadap variabelnya lebih besar dari 0,7, menunjukkan bahwa indikator penelitian sudah valid dan telah memenuhi uji *discriminant validity*.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilihat berdasarkan nilai *composite reliability*. Apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka variabel dapat dikatakan sudah reliabel. Berikut adalah tabel nilai *composite reliability* dari penelitian ini.

Tabel 10. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Ekspektasi Kinerja (X1)	0.909
Ekspektasi Usaha (X2)	0.881
Pengaruh Sosial (X3)	0.861
Kondisi Yang Memfasilitasi (X4)	0.797
Motivasi Hedonisme (X5)	0.875
Nilai Harga (X6)	0.831
Kebiasaan (X7)	0.898
Persepsi Kepercayaan (X8)	0.860
Minat UMKM Dalam Menggunakan <i>Software</i> Akuntansi (Y1)	0.898

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat nilai *composite reliability* untuk semua konstruk atau variabel dalam penelitian ini sudah bernilai lebih besar dari 0,7, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk atau variabel memiliki reliabilitas yang baik dan sudah memenuhi uji reliabilitas.

Hasil Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

R-Square (R^2)

Nilai *R-Square* (R^2) menunjukkan besaran pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantive. Jika nilai R^2 lebih besar dari 0,67 maka dikatakan kuat, jika bernilai 0,33-0,67 dikatakan moderat, dan jika memiliki nilai 0,19-0,33 dikatakan lemah. Berikut adalah tabel hasil estimasi nilai *R-Square* (R^2) dalam penelitian ini.

Tabel 11. Nilai R-Square (R^2)

	R-Square
Minat UMKM Dalam Menggunakan <i>Software</i> Akuntansi (Y1)	0.621

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 11, nilai *R-Square* (R^2) variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi (Y1) sebesar 0.621 yang termasuk dalam kategori moderat atau sedang. Hal ini menunjukkan bahwa 62% variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dipengaruhi oleh variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi kepercayaan, sedangkan 38% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Effect Size (f^2)

Nilai *effect size* (f^2) digunakan untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya dalam model struktural (*inner model*). Terdapat tiga kategori nilai *effect size* (f^2), diantaranya yaitu *effect size* (f^2) yang bernilai lebih besar atau sama dengan 0,02 dan lebih kecil dari 0,15 dikategorikan pengaruh lemah, yang bernilai lebih besar atau sama dengan 0,15 dan lebih kecil dari 0,35 dikategorikan pengaruh moderat, dan yang bernilai lebih besar atau sama dengan 0,35 dikategorikan pengaruh kuat. Berikut adalah tabel hasil estimasi nilai *effect size* (f^2).

Tabel 12. Nilai *effect size* (f^2)

	Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi (Y1)	Tingkat Pengaruh
Ekspektasi Kinerja (X1)	0.045	Lemah
Ekspektasi Usaha (X2)	0.023	Lemah
Pengaruh Sosial (X3)	0.001	Sangat Lemah
Kondisi Yang Memfasilitasi (X4)	0.041	Lemah
Motivasi Hedonisme (X5)	0.061	Lemah
Nilai Harga (X6)	0.011	Sangat Lemah
Kebiasaan (X7)	0.001	Sangat Lemah
Persepsi Kepercayaan (X8)	0.147	Lemah

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa nilai *effect size* (f^2) dari variabel ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), kondisi yang memfasilitasi (X4), motivasi hedonisme (X5) dan persepsi kepercayaan (X8) secara berturut-turut adalah 0,045, 0,023, 0,041, 0,061, dan 0,147 menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut memiliki pengaruh lemah terhadap variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi (Y1). Sedangkan, variabel pengaruh sosial (X3), nilai harga (X6), dan kebiasaan (X7) memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi (Y1) dengan nilai *effect size* (f^2) secara berturut-turut adalah 0,001, 0,011, dan 0,001.

Predictive Relevance (Q^2)

Predictive relevance (Q^2) dihitung dengan menggunakan metode *blindfolding* yang digunakan untuk membuktikan keterkaitan prediktif dari tiap variabel laten dan indikator dalam suatu penelitian. Nilai *predictive relevance* (Q^2) > 0 menunjukkan suatu model telah memiliki *predictive relevance*, sedangkan jika nilai *predictive relevance* (Q^2) < 0 menunjukkan suatu model kurang memiliki *predictive relevance*. Berikut adalah tabel hasil perhitungan *predictive relevance*.

Tabel 13. Nilai *Predictive Relevance* (Q^2)

	<i>Predictive relevance</i> (Q^2)
Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi (Y1)	0.428

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel 13, nilai *predictive relevance* (Q^2) variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi adalah sebesar 0,428. Hal ini menunjukkan variabel minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi memiliki *predictive relevance* yang baik.

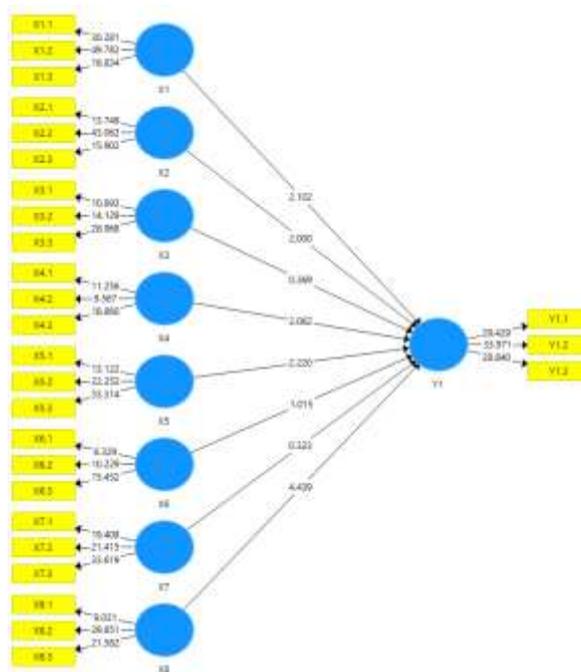
Goodness of Fit Index (GoF Index)

Nilai *Goodness of Fit* (GoF) digunakan untuk mengukur tingkat kecocokan model yang menunjukkan apakah terdapat perbedaan antara nilai yang diobservasi dengan nilai-nilai yang diharapkan dalam model penelitian. Rentang nilai *Goodness of Fit* (GoF) terbagi menjadi tiga yakni, untuk kategori kecil bernilai 0,00-0,24, kategori sedang bernilai 0,25-0,37, dan kategori tinggi bernilai 0,38-1,00. Berikut ini adalah perhitungan dari nilai *Goodness of Fit* (GoF).

$$\begin{aligned}
 GoF &= \sqrt{AVE \times R^2} \\
 &= \sqrt{(0.769 + 0.712 + 0.674 + 0.568 + 0.700 + 0.621 + 0.746 + 0.673 + 0.747) \times 0.621} \\
 &= \sqrt{6.210 \times 0.621} \\
 &= \sqrt{0.689948158 \times 0.621} \\
 &= \sqrt{0.428457806} \\
 GoF &= 0.654567
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Goodness of Fit* (GoF) model penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,654567 termasuk dalam kategori nilai *Goodness of Fit* (GoF) yang tinggi.

Pengujian Hipotesis Penelitian



Gambar 2. Model Diagram Jalur untuk Uji Hipotesis

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Tabel 14. Output Path Coefficients

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y1	0.160	0.153	0.076	2.102	0.036
X2 -> Y1	0.105	0.103	0.052	2.000	0.046
X3 -> Y1	0.028	0.026	0.077	0.369	0.712
X4 -> Y1	0.174	0.184	0.085	2.062	0.040
X5 -> Y1	0.228	0.224	0.103	2.220	0.027
X6 -> Y1	0.080	0.076	0.079	1.015	0.311
X7 -> Y1	0.028	0.043	0.088	0.323	0.747
X8 -> Y1	0.294	0.285	0.066	4.439	0.000

Sumber: Hasil Uji SmartPLS 3

Berdasarkan Gambar 2 dan Tabel 14 di atas, menunjukkan arah dan pengaruh dari masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil pengaruh tersebut akan dibahas pada bagian berikut ini:

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel ekspektasi kinerja memperoleh nilai T-Statistik sebesar 2,102 (lebih besar dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,036 (lebih kecil dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) pengguna terhadap teknologi tersebut. Jika penggunaan teknologi semakin dipercaya memberikan banyak manfaat dalam meningkatkan kinerja usaha pengguna, maka pengguna akan semakin berminat untuk tetap menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Pratiwi et al. (2022), Pratama & Renny (2022), serta Bajunaied et al. (2023) yang membuktikan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel ekspektasi usaha memperoleh nilai T-Statistik sebesar 2,000 (lebih besar dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,046 (lebih kecil dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) pengguna terhadap teknologi tersebut. Jika semakin mudah suatu teknologi digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha ketika menggunakannya, maka pengguna akan semakin berminat untuk tetap menggunakan teknologi tersebut akibat dari kemudahan yang ditawarkan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Renny (2022), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) yang membuktikan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

3. Pengaruh *Social Influence* (Pengaruh Sosial) terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel pengaruh sosial memperoleh nilai T-Statistik sebesar 0,369 (lebih kecil dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,712 (lebih besar dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh pengaruh sosial (*social influence*). Hal ini disebabkan karena penggunaan *software* akuntansi oleh para pelaku UMKM di Kota Mataram tidak berdasarkan saran atau pengaruh lingkungan sekitar, melainkan karena keinginan atau kesadaran dari diri mereka sendiri bahwa penggunaan *software* akuntansi akan memberikan mereka manfaat dan kemudahan dalam mencatat keuangan usaha. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Bajunaied et al. (2023) yang membuktikan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) tidak mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

4. Pengaruh Kondisi Yang Memfasilitasi terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel kondisi yang memfasilitasi memperoleh nilai T-Statistik sebesar 2,062 (lebih besar dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,040 (lebih kecil dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Jika semakin tersedianya dukungan berupa fasilitas ataupun bantuan dari orang lain dalam menggunakan suatu teknologi, maka semakin tinggi tingkat kesiapan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Dan hal ini dapat berpengaruh terhadap minat mereka untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Febriani et al. (2023), Bajunaied et al. (2023), serta Suharsono et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

5. Pengaruh Motivasi Hedonisme terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan *Software* Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel motivasi hedonisme memperoleh nilai T-Statistik sebesar 2,220 (lebih besar dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,027 (lebih kecil dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) pengguna terhadap teknologi tersebut. Jika pengguna semakin merasa senang, nyaman, dan tertarik untuk menggunakan suatu teknologi, mengindikasikan bahwa pengguna sudah merasa kompatibel dengan teknologi tersebut. Dan hal ini tentunya akan memengaruhi minat mereka untuk tetap menggunakannya. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan Febriani et al. (2023) dan Suharsono et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

6. Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel nilai harga memperoleh nilai T-Statistik sebesar 1,015 (lebih kecil dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,311 (lebih besar dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa nilai harga (*price value*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh nilai harga (*price value*) dari teknologi tersebut. Hal ini disebabkan karena penggunaan *software* akuntansi oleh para pelaku UMKM di Kota Mataram tidak berdasarkan harga, melainkan karena manfaat dan kegunaan dari *software* akuntansi tersebut dalam membantu meningkatkan kinerja usaha mereka. Sehingga, meskipun biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan *software* akuntansi itu tinggi ataupun rendah, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap minat mereka untuk menggunakan atau tidak menggunakan *software* akuntansi. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Suharsono et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi.

7. Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel kebiasaan memperoleh nilai T-Statistik sebesar 0,323 (lebih kecil dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,747 (lebih besar dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa minat penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh kebiasaan (*habit*) pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal ini disebabkan karena penggunaan *software* akuntansi oleh para pelaku UMKM di Kota Mataram belum menjadi prioritas utama dan masih belum menjadi kebiasaan bagi mereka, meskipun sudah menggunakannya beberapa kali. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian Febriani et al. (2023) yang mendapatkan hasil bahwa minat penggunaan QRIS oleh UMKM tidak bertambah meskipun UMKM telah menggunakan QRIS secara berulang. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Fatahudin (2020) dan Aldiansyah (2022) mendapatkan hasil bahwa kebiasaan (*habit*) juga tidak mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* dan *social commerce*.

8. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Software Akuntansi

Berdasarkan Tabel 14, variabel persepsi kepercayaan memperoleh nilai T-Statistik sebesar 4,439 (lebih besar dari ambang batas 1,96) dan nilai P-Values sebesar 0,000 (lebih kecil dari ambang batas 0,05). Sehingga, hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan (*perceived trust*) berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dapat diterima. Hasil ini sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein & Ajzen (1975) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Semakin tinggi rasa kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan, maka pengguna akan semakin berminat untuk tetap menggunakan teknologi tersebut. Hal ini disebabkan karena rasa percaya mereka terhadap teknologi tersebut yang dapat memberikan rasa aman dan dapat diandalkan pada saat digunakan, sehingga hal ini mampu menimbulkan sikap positif untuk tetap menggunakannya. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dakduk et al. (2020),

Prasetyo (2021), serta Pratama & Renny (2022) yang membuktikan bahwa *perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, dan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. Sedangkan, pengaruh sosial, nilai harga, dan kebiasaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi. Dan berdasarkan nilai *R-Square* yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sebesar 62% minat UMKM dalam menggunakan *software* akuntansi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi kepercayaan. Sedangkan, 38% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas objek penelitian dan tidak hanya sebatas di wilayah Kota Mataram saja. Adapun untuk penentuan jumlah sampel, peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengambil sampel dengan jumlah yang lebih besar, agar jumlah sampel tersebut dapat mewakili populasi (representatif). Peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menguji pengaruh dari variabel pemoderasi dalam model UTAUT 2 berupa umur (*age*), pengalaman (*experience*), dan jenis kelamin (*gender*). Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menambah teknik pengumpulan data seperti wawancara atau observasi. Hal ini dilakukan agar jawaban yang diberikan oleh responden sesuai dengan apa yang dialami atau dirasakan oleh responden tersebut.

REFERENSI

- Achadiyah, B. N. (2019). Otomatisasi Pencatatan Akuntansi Pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 188–206. <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10011>
- Aldiansyah, M. F. (2022). Analisis Niat Perilaku Konsumen Batik UMKM Di Yogyakarta Dalam Menggunakan Social Commerce: Pengembangan Model UTAUT 2. Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Alvian, S. (2019). Analisis Determinan Minat UMKM Dalam Adopsi Aplikasi SI APIK Sebagai Sistem Pencatatan Akuntansi Berbasis Teknologi. Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Dakduk, S., Santalla-Banderli, Z., & Siqueira, J. R. (2020). Acceptance of Mobile Commerce in Low-Income Consumers: Evidence from an Emerging Economy. *Heliyon*, 6(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05451>
- Farhan, M., Novriansa, A., Kalsum, U., & Mukhtaruddin, M. (2020). Pengenalan Akuntansi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan

- Iilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1).
<https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.11>
- Fatahudin, F. (2020). Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking Perbankan Syariah Indonesia Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Jawa Barat). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67–82.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research. *Addison-Wesley*.
- Hatta, M., Marietza, F., & Desthompson, R. Y. (2016). The Influence Of Intention Utilization And Use Of Accounting Software On Individual Performance: Unified Theory Approach Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Model. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 85-100. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.6.1.85-100>
- Hidayah, M. R., Probowulan, D., & Aspirandi, R. M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android SI APIK Untuk Menunjang Pelaporan Keuangan UMKMS Studi Kasus Pada Umkm Kerupuk Ikan Ibu Sulastri Besuki. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 67-78. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.471>
- Legina, X., & Sofia, I. P. (2020). Pemanfaatan Software Pembukuan Akuntansi Sebagai Solusi Atas Sistem Pembukuan Manual Pada UMKM. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 172–190. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4771>
- Lestari, B. A. H., Hendri, S., Jumaidi, L. T., & Nabila, D. T. Della. (2020). Akuntansi Perspektif Usaha Mikro Kecil Menengah (Survei Pada UMKM Di Kota Mataram). *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jaa.v4i2.78>
- Nurabiah, N., Pusparini, H., & Fitriyah, N. (2023). Determinan Penggunaan E-Money dengan Pendekatan Model UTAUT 2 dan Risiko yang Dirasakan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(1), 180. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i01.p14>
- Oktariyana, M. D., Ariyanto, D., & Made Dwi Ratnadi, N. (2019). Implementation of UTAUT and D&M Models for Success Assessment of Cashless System. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(12). <https://doi.org/10.7176/RJFA>
- Prasetyo, R. G. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Pada Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
- Pratama, R. R. D., & Renny, R. (2022). The Role Of Behavioral Intentions To Use Mobile Banking: Application Of The UTAUT2 Method With Security, Trust And Risk Factors. *International Journal of Management Science* 3(4), 728-741. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i4.1141>

- Pratiwi, N. P. D., Ariyanto, D., Putra, I. N. W. A., & Mimba, N. P. S. H. (2022). Penilaian Kesuksesan Penerapan Xero Accounting Software Dengan Model UTAUT dan Delone & McLean. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2). <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i02.p13>
- Pusparini, H., Nurabiah, & Mariadi, Y. (2020). Faktor-Faktor Kontijensi Yang Memengaruhi Pengimplementasian Praktik Akuntansi Manajemen Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Mataram. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(1), 72-89. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i1.91>
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Badan Penerbit Alfabeta.
- Suharsono, A. A., Hariadi, S., & Ariani, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome Di Kalangan Mahasiswa Universitas Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi*, 10(1), 13–30.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3). <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1). <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wardani, N. A. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention To Use Penggunaan Software Akuntansi Pada UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi Politala* (Vol. 5, Issue 2). <http://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/index>
- Zaini, W. H. A., Hamad, M. K., & Najim, A. S. (2020). Factors Affecting The Adoption of An Accounting Information System Based on UTAUT2 and Its Implementation in a Tourism Corporation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* (Vol. 9, Issue 1). <http://www.ajhtl.com>