

Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dewi Sulistiyo Rini^{1*}, Hasim As'ari²

¹Fakultas Ekionomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
dewisulistiyo191@gmail.com*

Received 8 Juni 2023 | Revised 15 Juni 2023 | Accepted 27 Juni 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh faktor sosial, ekspektasi kinerja, persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial dan ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Sedangkan persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

Keywords: Faktor Sosial; Ekspektasi Kinerja; Persepsi Kepercayaan

Abstract

The purpose of this research is to find out how social factors, performance expectations, perceived trust and perceived ease of use influence the interest in using accounting applications. The method used in this study is a quantitative method. The results of the study show that social factors and performance expectations have a positive effect on the interest in using accounting applications. Meanwhile, perceptions of trust and perceived ease of use do not affect interest in using accounting applications.

Keywords: Social Factors; Performance Expectations; Perception of Trust

PENDAHULUAN

Pengembangan bisnis melalui integrasi teknologi informasi adalah cara pelaku UMKM untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (Rohmah & Arisudhana, 2022). Kemajuan teknologi informasi ditandai dengan banyaknya aplikasi akuntansi yang diluncurkan oleh perusahaan pengembang yang dapat mempermudah pelaku UMKM. Aplikasi akuntansi atau sistem informasi akuntansi sangat penting untuk memberikan kemudahan dalam mengumpulkan, menyimpan dan mengelola data akuntansi dari transaksi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Laudon & Jane, 2014). Data dari Dinas Koperasi dan UKM DIY sampai bulan April 2023 di Kabupaten Kulon Progo ada sebanyak 35.918 UMKM (Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2021). Sedangkan pengguna aplikasi akuntansi melalui *smartphone* sebanyak 3.259 UMKM atau sebesar 9% dari keseluruhan UMKM di Kabupaten Kulon Progo. Hal ini menjadi dasar dari pertanyaan “kenapa pengguna aplikasi akuntansi sangat jauh berbeda dibandingkan dengan jumlah pelaku UMKM?”. Hal tersebut disebabkan oleh pelaku UMKM yang terdaftar belum semuanya mencatat laporan keuangan memakai aplikasi, banyak

kemungkinan salah satunya karena terkendala usia dan ilmu yang dimiliki, walaupun sudah mencatat laporan keuangan secara manual (Astiyah & Budiantara, 2023).

Ada empat faktor penentu di Teori Penerimaan Teknologi Terpadu yang dapat mempengaruhi keinginan pelaku UMKM untuk memakai aplikasi akuntansi yaitu faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya. Faktor penentu ini merangsang niat dan perilaku pengguna (Venkatesh et al., 2003). Beberapa faktor penentu lain yang dipaparkan oleh penelitian terdahulu yaitu persepsi kepercayaan (Chen et al., 2023), serta persepsi kemudahan penggunaan (Astiyah & Budiantara, 2023). Faktor pertama adalah pengaruh sosial yaitu pengaruh yang datang dari lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi pengguna teknologi untuk bersikap terbuka atau tidak ingin memakai teknologi tersebut (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu karena saran dari orang lain. Faktor yang kedua adalah ekspektasi kinerja yaitu gambaran dari manfaat yang dirasa oleh pengguna dari penggunaan teknologi (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari kinerja aplikasi akuntansi tanpa melakukan pencatatan secara manual akan mempengaruhi keinginan pelaku UMKM untuk memakai aplikasi akuntansi. Faktor ketiga adalah persepsi kepercayaan yaitu sejauh mana perilaku pengguna mempercayai informasi yang diberikan oleh teknologi (Chen et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelaku UMKM akan mempengaruhi keinginan untuk memakai aplikasi akuntansi. Faktor keempat adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan yaitu manfaat yang didapat oleh pengguna yang berasal dari penggunaan teknologi (von der Assen, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM akan mempengaruhi keinginan untuk memakai aplikasi akuntansi.

Hasil dari penelitian terdahulu yaitu pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi (Astiyah & Budiantara, 2023), pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk memakai teknologi digital (Chen et al., 2023), pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat memakai internet marketing (Hakim & Nurkamid, 2017). Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat pelanggan untuk memakai teknologi digital (von der Assen, 2023), ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku, pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku, (Alomari & Abdullah, 2023), ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat memakai internet marketing (Hakim & Nurkamid, 2017). Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penerapan aplikasi akuntansi (Prasetyo, 2021), persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi seluler (Astiyah & Budiantara, 2023). Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat memakai *go-pay* (Rahardja et al., 2023), persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat pengguna (Asnawati et al., 2022)..

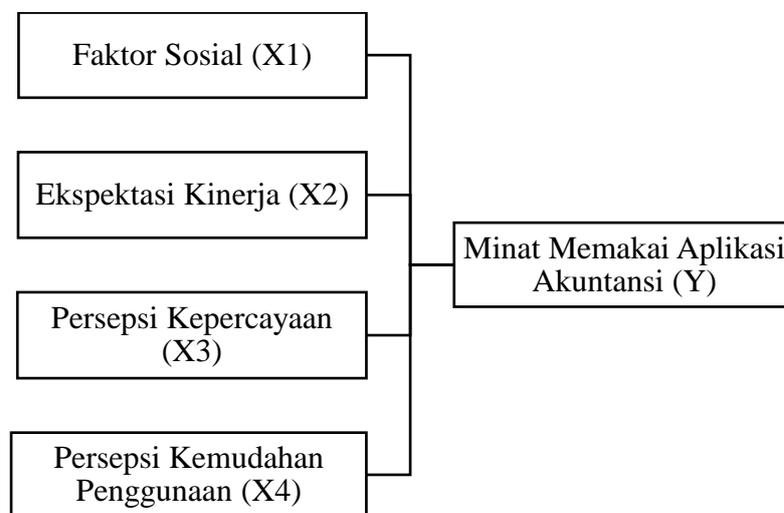
Motivasi dari penelitian ini adalah peneliti memakai konstruk dari teori UTAUT yaitu faktor sosial, ekspektasi kinerja dan melanjutkan penelitian dari Astiyah & Budiantara (2023) dengan menambahkan konstruk persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang diharapkan dapat memberikan hasil yang berbeda dan lebih terbaharui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Aplikasi Keuangan”.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Banyak teori dikembangkan guna mengukur keinginan pengguna memakai teknologi baru (Kar & Kushwaha, 2021). Contohnya Model Penerimaan Teknologi (TAM) (Davis, 1989), Teori Perilaku Terencana (TPB) (Ajzen, 1991), Model Pemanfaatan PC (MPCU) (Thompson et al., 1991), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003) dan Difusi Teori Inovasi (DOI) (Rogers, 2010) Penelitian ini menyarankan model konseptual dari minat memakai aplikasi akuntansi di Dusun Berenan memakai UTAUT sebagai landasan teori untuk penelitian ini. Teori UTAUT dapat mengukur taraf penerimaan dan penggunaan teknologi. Sedangkan minat adalah

ketertarikan akan satu hal, dengan adanya minat seseorang akan melakukan suatu hal, sebaliknya jika tidak memiliki minat maka seseorang tidak akan melakukan suatu hal. Model UTAUT ini digunakan dalam beberapa penelitian minat penggunaan aplikasi akuntansi berbasis seluler (Astiyah & Budiantara, 2023), niat perilaku untuk memakai *cryptocurrency* di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Arab Saudi (Alomari & Abdullah, 2023). Jika dibandingkan dengan teori penerimaan lain, teori UTAUT dapat menjelaskan lebih detail tentang penggunaan teknologi (Beh et al., 2021). Dalam teori UTAUT ada empat faktor penentu yaitu faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya. Faktor yang dipilih oleh penulis untuk digunakan pada penelitian ini adalah faktor social dan ekspektasi kinerja (Venkatesh et al., 2003). Faktor penentu lain yang dipilih dari penelitian terdahulu yaitu persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Astiyah & Budiantara, 2023).

Kerangka Pemikiran



Tabel 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
- H2 : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
- H3 : Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
- H4 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

METODE

Pada penelitian ini penulis memilih data kuantitatif, sedangkan data primer sebagai sumber data dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang ada di Dusun Berenan, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kulon Progo. Penulis memilih pelaku UMKM yang ada di Dusun Berenan, Kelurahan Bendungan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kulon Progo sebagai populasi. Metode *purposive sampling* dipilih penulis sebagai metode pengambilan sampel dengan kriteria pelaku UMKM yang belum memakai aplikasi akuntansi, dan termasuk jenis usaha mikro. Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung memakai rumus *Slovin* dan mendapatkan hasil 38 responden. Penulis memilih teknik regresi linier berganda dengan memakai aplikasi IBM SPSS Statistics 26. Uji yang digunakan pada penelitian ini adalah uji kualitas data (uji validitas, uji reliabilitas, uji statistic deskriptif), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas , uji t).

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner. Responden yang dipilih dalam uji validitas ini berjumlah minimal 30 pelaku UMKM yang lolos kriteria usaha mikro di Dusun Berenan. Saat melakukan pengujian penulis memadankan r hitung dan r tabel. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	t table (5%)	Keterangan
Faktor Sosial	FS_1	0,602	0,361	Valid
	FS_2	0,927	0,361	Valid
	FS_3	0,872	0,361	Valid
Espektasi Kinerja	EK_1	0,945	0,361	Valid
	EK_2	0,640	0,361	Valid
	EK_3	0,921	0,361	Valid
Perspesi Kepercayaan	PK_1	0,780	0,361	Valid
	PK_2	0,749	0,361	Valid
	PK_3	0,701	0,361	Valid
	PK_4	0,798	0,361	Valid
	PK_5	0,701	0,361	Valid
	PK_6	0,749	0,361	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP_1	0,672	0,361	Valid
	PKP_2	0,910	0,361	Valid
	PKP_3	0,755	0,361	Valid
	PKP_4	0,871	0,361	Valid
	PKP_5	0,860	0,361	Valid
Minat Memakai	MM_1	0,745	0,361	Valid
	MM_2	0,853	0,361	Valid
	MM_3	0,868	0,361	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Jumlah responden pada uji ini minimal 30 orang yang lolos kriteria usaha mikro di Dusun Berenan. Dari data pada tabel 1 menunjukkan bahwa pertanyaan setiap variabel memiliki r hitung > dari r tabel. Disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan setiap variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Penulis memakai *Cronbach's Alpha* pada penelitian ini. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 maka variabel dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbac's Alpha	Keterangan
Faktor Sosial	0,745	Reliabel
Espektasi Kinerja	0,792	Reliabel
Perspesi Kepercayaan	0,841	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,829	Reliabel
Minat Memakai	0,763	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,70. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	38	9,00	12,00	11,5789	0,79293
X2	38	8,00	12,00	10,7632	1,73102
X3	38	18,00	24,00	22,5000	1,85633
X4	38	10,00	20,00	18,5789	2,38952
X1	38	8,00	12,00	10,8421	1,46170
Valid N (listwise)	38				

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Uji ini bertujuan untuk melihat gambaran data secara umum. Skala likert 1 sampai 4 digunakan saat pengukuran data, pada setiap variabel memiliki jumlah pertanyaan yang bervariasi. Tabel 3 dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pada variabel faktor sosial (X1) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 9 dan nilai maximum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 9 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 11,5789 dan standar deviasi sebesar 0,79293, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 11,5789 dan ukuran penyebaran data sebesar 0,79293 dari 38 responden.

Pada variabel ekspektasi kinerja (X2) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 8 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 10,7632 dan standar deviasi sebesar 1,73102, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 10,7632 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,73102 dari 38 responden.

Pada variabel persepsi kepercayaan (X3) terdapat 6 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum 24, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 18 dan penilaian tertinggi sebesar 24. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 22,5000 dan standar deviasi sebesar 1,85633, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 22,5000 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,85633 dari 38 responden.

Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X4) terdapat 5 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum 20, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 10 dan penilaian tertinggi sebesar 20. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 18,5789 dan standar deviasi sebesar 2,38952, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 18,5789 dan ukuran penyebaran data sebesar 2,38952 dari 38 responden.

Pada variabel minat memakai (Y) terdapat 3 pertanyaan yang diujikan, nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum 12, diartikan bahwa penilaian terendah jawaban responden sebesar 8 dan penilaian tertinggi sebesar 12. Sedangkan rata-rata jawaban responden sebesar 10,8421 dan standar deviasi sebesar 1,46170, diartikan bahwa rata-rata penilaian jawaban responden sebesar 10,8421 dan ukuran penyebaran data sebesar 1,46170 dari 38 responden.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini memakai uji *Kolmogorov Smirnov*. Apabila probabilitas > 0,05 data dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	0,94054242
Most Extreme Differences	Absolute	0,127
	Positive	0,102



	Negative	- 0,127
Test Statistic		0,127
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,128 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig* pada penelitian ini adalah 0,128 artinya nilai tersebut > 0,05. Sehingga data yang digunakan dinyatakan terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 , dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,756	3,172		0,554	0,583		
Faktor Sosial	0,501	0,211	0,272	2,377	0,023	0,959	1,042
Espektasi Kinerja	0,641	0,097	0,759	6,631	0,000	0,957	1,045
Perspesi Kepercayaan	-0,112	0,094	-0,142	-1,186	0,244	0,874	1,144
Persepsi Kemudahan Yang Dirasakan	-0,059	0,074	-0,097	-0,798	0,431	0,854	1,171

- a. Dependent Variable: Y

Data pada tabel 5 menunjukan bahwa seluruh variabel independen mempunyai nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Sehingga tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ketidakserasian variansi antar residual pengamatan. Uji *Glejser* dipilih oleh penulis, apabila nilai signifikansinya $\geq 0,05$ artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	T		
1 (Constant)	2,253	1,570			1,435	0,161
Faktor Sosial	-0,207	0,102	-0,333		-2,032	0,050
Espektasi Kinerja	-0,084	0,049	-0,266		-1,704	0,098
Perspesi Kepercayaan	0,081	0,045	0,286		1,820	0,078
Persepsi Kemudahan Yang Dirasakan	-0,007	0,046	-0,025		-0,151	0,881

- a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Data pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari seluruh variabel independen $\geq 0,05$. Sehingga data pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis
Uji Statistik t**

Tabel 8. Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	1,693	2,961		0,572	0,571
Faktor Sosial	0,453	0,192	0,297	2,360	0,024
Ekspektasi Kinerja	0,539	0,093	0,700	5,818	0,000
Persepsi Kepercayaan	-0,063	0,084	-0,090	-0,747	0,460
	-0,020	0,087	-0,029	-0,225	0,823

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Berikut persamaan regresi dari hasil uji t diatas:

$$Y = 1,693 + 0,453X_1 + 0,539X_2 - 0,063X_3 - 0,020X_4 + e$$

Pembahasan

Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada faktor sosial, mendapatkan hasil H₁ diterima. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari faktor sosial terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan pelaku UMKM mendapat dorongan dari lingkungan sekitar seperti kerabat, teman, sesama pebisnis untuk memungkinkan pelaku UMKM memakai aplikasi akuntansi sebagai aplikasi pencatatan transaksi keuangan. Semakin besar pengaruh faktor sosial maka semakin besar juga minat untuk memakai aplikasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astiyah & Budiantara (2023), bahwa faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengguna.

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada ekspektasi kinerja, mendapatkan hasil H₂ diterima. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari ekspektasi kinerja terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM yakin aplikasi akuntansi dapat meningkatkan kinerja pengguna dengan tersedianya hasil laporan keuangan yang akurat dan mudah untuk dibuat. Semakin besar pengaruh ekspektasi kinerja aplikasi maka semakin besar juga minat untuk memakai aplikasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian von der Assen (2023), bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengguna.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada variabel persepsi kepercayaan, mendapatkan hasil H₃ ditolak. Dapat diartikan bahwa persepsi kepercayaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar rasa percaya responden tidak dapat memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Meskipun pelaku UMKM percaya aplikasi akuntansi akan memberikan dampak positif seperti kemudahan pencatatan laporan keuangan secara digital tetapi pelaku UMKM tidak berkeinginan untuk memakai aplikasi akuntansi, karena sebagian besar dari pelaku UMKM merasa tidak menutup kemungkinan bahwa aplikasi akuntansi tidak akan menyebarluaskan data yang tersimpan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Astiyah & Budiantara (2023), bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi seluler.



Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi

Dari uji t yang dilakukan pada persepsi kemudahan penggunaan, mendapatkan hasil H_4 ditolak. Dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kemudahan penggunaan aplikasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi. Meskipun pelaku UMKM yakin aplikasi akuntansi mempermudah pencatatan laporan keuangan secara digital tetapi pelaku UMKM tidak berkeinginan untuk memakai aplikasi akuntansi, karena sebagian besar dari pelaku UMKM merasa bahwa aplikasi akuntansi tidak semudah itu untuk mencatat laporan keuangan secara digital dan mereka lebih senang untuk mencatat laporan keuangan secara manual. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asnawati et al. (2022), bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat pengguna.

SIMPULAN

Berdasarkan penjabaran diatas, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
2. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.
4. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat memakai aplikasi akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alhassan, M. D., Kolog, E. A., & Boateng, R. (2020). Effect of gratification on user attitude and continuance use of mobile payment services: a developing country context. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(4), 351–378. <https://doi.org/10.1108/JSIT-01-2020-0010>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2178092. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/I.IJDNS.2021.10.001>
- Astiyah, A., & Budiantara, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Umkm Untuk Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Di Dusun Bugel Sampang Kabupaten Cilacap. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 28(1), 76–86. <https://doi.org/10.23960/jak.v28i1.792>
- Beh, P. K., Ganesan, Y., Iranmanesh, M., & Foroughi, B. (2021). Using smartwatches for fitness and health monitoring: the UTAUT2 combined with threat appraisal as moderators. *Behaviour & Information Technology*, 40(3), 282–299. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1685597>
- Chen, L., Jia, J., & Wu, C. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1096709>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dinas Koperasi dan UKM DIY. (2021). *Peta UKM DIY Per Kalurahan*. https://Sibakuljogja.Jogjaprovo.Go.Id/Publik/Diy_map.Php
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*. http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545

- Hakim, M., & Nurkamid, M. (2017). Model Adopsi Ukm Di Kudus Terhadap E-Commerce. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8, 339. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i1.974>
- Kar, A. K., & Kushwaha, A. K. (2021). Facilitators and Barriers of Artificial Intelligence Adoption in Business – Insights from Opinions Using Big Data Analytics. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10219-4>
- Laudon, K. C. ;, & Jane, P. L. (2014). *Sistem Informasi Manajemen : Mengelola Perusahaan Digital* (13th ed.). Jakarta : Salemba Empat .
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>
- Prasetyo, R. G. A. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Pada UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Rahardja, U., Hapsari, I. D., Putra, P. O. H., & Hidayanto, A. N. (2023). Technological readiness and its impact on mobile payment usage: A case study of go-pay. *Cogent Engineering*, 10(1), 2171566. <https://doi.org/10.1080/23311916.2023.2171566>
- Rakhmawati, S. (2013). Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. In *ASSETS: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* (Vol. 2, Issue 2).
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster.
- Rohmah, K. L., & Arisudhana, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Bantuan Pemerintah, Penggunaan Teknologi Dan Manajemen Krisis Terhadap Ketahanan Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Riset Akuntansi Mercuri Buana*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.26486/jramb.v8i1.2086>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <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*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Viana Pereira, F., Tavares, J., & Oliveira, T. (2023). Adoption of video consultations during the COVID-19 pandemic. *Internet Interventions*, 31, 100602. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.invent.2023.100602>
- von der Assen, L. (2023). Digitalization as a Provider of Sustainability?—The Role and Acceptance of Digital Technologies in Fashion Stores. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054621>
- Wu, I.-L., Chiu, M.-L., & Chen, K.-W. (2020). Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues. *International Journal of Information Management*, 52, 102099. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102099>