

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* PENGGUNAAN SOFTWARE AKUNTANSI PADA UMKM

Nina Ayu Kusuma Wardani¹⁾, Iwan Setya Putra²⁾

¹⁾ Program Studi Akuntansi, STIE Kesuma Negara Blitar
Jl. Mastrip No 59, Kota Blitar, Jawa Timur

²⁾ iwan@stieken.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui faktor yang berpengaruh pada niat untuk menggunakan dalam penggunaan *software* akuntansi pada UMKM di Kabupaten Blitar. Faktor-faktor itu adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan yang ada dalam *Technology Acceptance Model*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta teknik pengumpulan data memakai kuesioner yang diberikan ke pelaku UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Blitar. Dengan menggunakan rumus Slovin, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 400 responden. Metode analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisa jalur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude toward using* penggunaan *software* akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar secara signifikan, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention to use* penggunaan *software* akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar baik melalui perantara ataupun secara langsung, serta *attitude toward using* mempengaruhi *behavioral intention to use* penggunaan *software* akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar secara signifikan.

Kata kunci: *Software* akuntansi, *Technology Acceptance Model*, UMKM

Abstract

This study aims to know the factors influencing the behavioral intention to use accounting software in MSMEs in Blitar Regency. Those factors were perceived ease of use, perceived usefulness, and attitude toward using in the Technology Acceptance Model. This type of research used quantitative research and data collection techniques through a questionnaires given to MSME actors in the Blitar Regency area. Used the Slovin formula, the samples taken in this study were 400 respondents. Method of data analysis used validity test, reliability test and path analysis. The results of this study indicated that perceived ease of use and perceived usefulness significantly affected attitudes toward using the use of accounting software in MSMEs in Blitar Regency. The perceived ease of use and perceived usefulness also affected behavioral intention to use accounting software use in MSMEs in Blitar Regency either through intermediaries or direct. Lastly, attitude toward using significantly affected behavioral intention to use accounting software in MSMEs in Blitar Regency as well.

Keywords: *Accounting software, Technology Acceptance Model, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi sekarang begitu sangat pesat, baik dalam bidang pendidikan, ekonomi, politik, militer, serta bidang-bidang yang lainnya. Namun, dengan adanya teknologi yang terus berkembang, masih banyak masyarakat yang belum mengenal betul dengan teknologi modern saat ini, bahkan mereka masih menggunakan teknologi tradisional. Hal tersebut dikarenakan akses menuju wilayah masyarakat sangat sulit untuk dilalui terutama terhadap masyarakat dalam dan jauh letak keramaian. Teknologi informasi digunakan sebagai perantara komunikasi, pekerjaan, atau bahkan informasi terbaru bisa dengan mudah diakses dan dijangkau oleh seluruh masyarakat. Era revolusi 4.0 kini memainkan peran penting dalam penggunaan teknologi informasi saat ini. Salah satu peranan

penting tersebut adalah hal bisnis. Pada era revolusi 4.0 menggunakan teknologi berbasis digital untuk menunjang suatu pekerjaan agar lebih cepat dan mudah tanpa harus mengeluarkan banyak lembar kertas kerja, tetapi dengan menggunakan bantuan piranti teknologi seperti komputer akan lebih hemat dalam menggunakan lembar kertas kerja dan mudah untuk dilakukan editing ketika terjadi kesalahan menginput data.

Peran teknologi modern dianggap bisa mengembangkan perekonomian dengan menggerakkan roda perekonomian nasional seperti UMKM. Produk lokal yang dibuat oleh masyarakat tersebut bisa bersaing secara global dan mewujudkan suatu peluang usaha yang lebih kreatif atau biasa disebut dengan ekonomi kreatif. Hal tersebut membuat masyarakat akan semakin maju dalam bidang ekonomi yang didukung oleh peran teknologi media *online*, sehingga memberikan inovasi terhadap bisnis yang dijalankannya (Veronica, 2020). Meningkatnya penggunaan peran teknologi terutama *software* akuntansi memberikan keuntungan tersendiri dalam suatu perusahaan. Adanya *software* akuntansi memotivasi para pemilik usaha untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan yang dibuat agar mudah untuk digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan ketika terjadi penurunan pendapatan serta juga bisa menjadi bahan untuk mengambil suatu keputusan.

Pelaku UMKM memerlukan suatu laporan keuangan yang transparan dan akuntabel untuk menilai hasil kinerja usahanya, sehingga memerlukan suatu sistem pencatatan yang runtut mulai dari jurnal, buku besar hingga membentuk suatu laporan keuangan yang lengkap. Kemudian, di dalam suatu laporan keuangan terdapat akun-akun yang menyangkut aset dimiliki oleh pelaku usaha tersebut. Keandalan data-data akuntansi akan memberikan petunjuk terhadap perusahaan. Namun, di sisi lain terjadinya sistem pencatatan secara manual akan membuat pelaku usaha memakan banyak waktu dalam mengerjakan laporan keuangannya, sehingga akan mengurangi tingkat kedisiplinan pelaku usaha untuk melaporkan hasil keuangannya karena dikerjakan secara manual oleh manusia dengan menggunakan media cetak seperti lembar kertas kerja. Belum juga ketika terjadi kekeliruan dalam pencatatan atau terjadi kelupaan dalam mencatat akun, maka pencatatan laporan keuangan menjadi tidak runtut. Hal tersebut terkadang akan membuat kebingungan dalam evaluasi dan menyebabkan terjadinya pencatatan secara berulang-ulang. Pada era perkembangan teknologi akan lebih mudah pencatatan laporan keuangan menggunakan *software* akuntansi untuk mengurangi terjadinya kesalahan-kesalahan dalam pencatatan, dan mampu menyimpan bukti-bukti atas transaksi yang dilakukan. Sistem pencatatan secara *online* akan memberikan banyak manfaat bagi pelaku usaha. Namun, dilain sisi perilaku untuk tetap menggunakan *software* akuntansi masih lemah di kalangan pelaku usaha terutama UMKM. Ada banyak cara berbeda yang dilakukan pelaku bisnis mencatat laporan keuangannya. Di dalam penelitian ini, penulis memakai analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) guna menganalisa seberapa besar minat pelaku UMKM tetap menggunakan *software* akuntansi secara terus-menerus. Analisis TAM menurut (Davis, 1989) menggunakan beberapa faktor yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness* serta *attitude toward using*. Dengan digunakannya analisis *Technology Acceptance Model* (TAM), sehingga dapat memberikan gambaran terhadap pengaruh penggunaan *software* akuntansi di kalangan pebisnis. Banyak perusahaan yang bersaing dengan pesat untuk memberikan laporan keuangan yang telah dibuat dengan tepat waktu dan penulis memilih UMKM sebagai tempat penelitian karena terjadi penulisan sistem pencatatan laporan keuangan yang tidak teratur dalam memberikan laporan keuangannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Keuangan

2.1.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan ialah seni pencatatan, pengklasifikasian, pengukuran dan pelaporan transaksi yang runtut dalam hal isi dan atas dasar standar yang diakui secara global (Bahri, 2016). Akuntansi ialah suatu konsep serta teknik yang dipakai guna mengukur, mencatat, mengikhtisarkan, serta membicarakan informasi keuangan suatu pengusaha kepada pihak-pihak yang berperan penting bisa pihak internal ataupun pihak eksternal, sehingga pengguna informasi dapat menggunakannya dalam membuat keputusan (Nainggolan,

2014). Akuntansi didefinisikan sebagai seni mencatat, mengklasifikasi, meringkas, dan melaporkan tiap transaksi keuangan dalam suatu perusahaan (Rahman, 2013). Akuntansi biasa dikenal sebagai bahasa bisnis, hal ini didasarkan bahwa akuntansi memberikan data informasi sehingga berguna untuk menggambarkan kinerja berdasarkan situasi keuangan pada periode tertentu. Selanjutnya, informasi akuntansi akan dipakai untuk pihak yang berperan penting dan diharapkan bisa membantu dalam membuat prediksi kinerja masa depan (Martani, Dwi, 2016).

2.1.2 SIKLUS AKUNTANSI KEUANGAN

Siklus Akuntansi merupakan urutan kinerja yang wajib dikerjakan oleh akuntan mulai mula menganalisis transaksi penghasilan serta pengeluaran sampai menciptakan laporan keuangan industri guna transaksi periode selanjutnya (Rudianto, 2012). Akuntansi menyediakan data keuangan yang bisa bermanfaat untuk pengambilan keputusan oleh suatu perusahaan, sehingga guna menyediakan data tersebut, diperlukan informasi keuangan serta proses dengan metode tertentu. Tahapan – tahapan yang dapat dilalui dalam proses akuntansi disebut dengan siklus akuntansi yang mana tahapan tersebut harus dilakukan secara berurutan. Tahapan siklus akuntansi yaitu membuat atau menerima bukti transaksi. Kemudian melakukan pencatatan dalam jurnal umum (buku harian). Selanjutnya setelah jurnal umum dilakukan pemindah bukuan ke dalam buku besar (*posting*). Setelah itu dilakukan pemindahbukuan, maka akan dibuat neraca saldo (*trial balance*). Lalu pembentukan neraca lajur kemudian jurnal penyesuaian (*adjustment*). Setelah itu, penyusunan laporan keuangan (*financial statement*), pembentukan jurnal penutup (*closing entries*), pembentukan neraca saldo penutup (*post closing trial balance*) serta terakhir ialah pembentukan jurnal balik (*reversing entries*) (Bahri, 2016).

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan (Davis, 1989) menjelaskan tentang dua komponen utama dalam penerimaan pengguna adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Suatu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yaitu derajat keyakinan seseorang bahwa penggunaan informasi teknologi bisa dimudahkan dan tidak memerlukan kerja berat. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) yaitu derajat kepercayaan perseorangan pengguna informasi menumbuhkan kinerja baik dalam pekerjaannya (Adhiputra, 2015). TAM merupakan penyempurnaan model TRA (*Theory of Reasoned Action*), TAM umumnya mengambil perangkat statis dari TRA lalu menerapkan perangkat tersebut untuk bidang khususnya teknologi komputer bagi IT (Santoso, 2013). Namun, perbedaan TRA dengan TAM adalah posisi TRA, karena TAM menghadirkan dua variabel utama, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan, sangat penting untuk memperkirakan penerimaan pengguna terhadap teknologi komputer. Pemakai teknologi akan mempunyai pandangan positif pada teknologi yang ditawarkan. Kemudian timbul pandangan negatif penggunaan teknologi sehingga bentuk TAM dapat dijadikan sebagai fondasi untuk mengidentifikasi hal-hal yang dibutuhkan untuk menyongsong kesediaan penggunaan teknologi (Ahmad, 2014). TAM adalah suatu materi sistem informasi teknologi yang digambarkan guna menerangkan cara agar pengguna mengerti dalam menggunakan teknologi informasi (Rahayu, 2013).

2.3 Perceived Ease Of Use (PEU)

Perceived ease of use yaitu derajat seberapa percaya diri seorang individu untuk dapat mempelajari, menggunakannya, dan memudahkan pengguna teknologi (Naufaldi, 2020). *Perceived ease of use* merupakan derajat seberapa yakin individu penggunaan teknologi bisa mengecilkan kegiatan berlebihan (Indarsin, T., & Ali, 2017). Di sisi lain, *perceived ease of use* yakni derajat dimana seseorang seberapa percaya dengan penggunaan teknologi bisa terbebas kegiatan yang menguras tenaga dan waktu (Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Nyanyofio, 2015).

Pada penelitian terdahulu (Regita et al., 2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude toward using* secara positif serta signifikan. Dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan (Yuliani, Budiman, A., & Dewi, 2016) menyatakan *perceived ease of use* terbukti mempengaruhi *attitude toward using* dengan nilai positif serta signifikan.

Kemudian, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Naufaldi, 2020) menyatakan *perceived ease of use* terdapat pengaruh pada *behavioral intention to use* dengan nilai positif. Kemudian, (Leon, 2018) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* juga mempengaruhi terhadap *behavioral intention to use* dengan hasil positif.

2.4 Perceived Usefulness (PU)

Perceived usefulness dapat dijelaskan bahwa persepsi subjektif pengguna atau evaluasi kemampuan dapat diterima oleh teknologi (Naufaldi, 2020). *Perceived usefulness* yakni kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi, percaya bahwa teknologi membantu pengguna meningkatkan pekerjaan mereka (Indarsin, T., & Ali, 2017). *Perceived usefulness* diartikan bahwa seseorang yakin kinerja mereka meningkat jika diimbangi dengan penggunaan teknologi (Chawla, D., & Joshi, 2019).

Penelitian terdahulu yang dikerjakan (Regita et al., 2020) menyatakan hasilnya *perceived usefulness* mempengaruhi pada *attitude towards using* dengan nilai yang positif. Penelitian lain dikerjakan (Setiawan et al., 2018) memiliki hasil *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude towards using* dengan nilai signifikansi positif. Pada penelitian terdahulu, (Naufaldi, 2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh pada *behavioral intention to use* dengan nilai positif. Penelitian selanjutnya dikerjakan (Leon, 2018) menjelaskan *perceived usefulness* mempunyai pengaruh pada *behavioral intention to use* dengan nilai positif.

2.5 ATTITUDE TOWARD USING

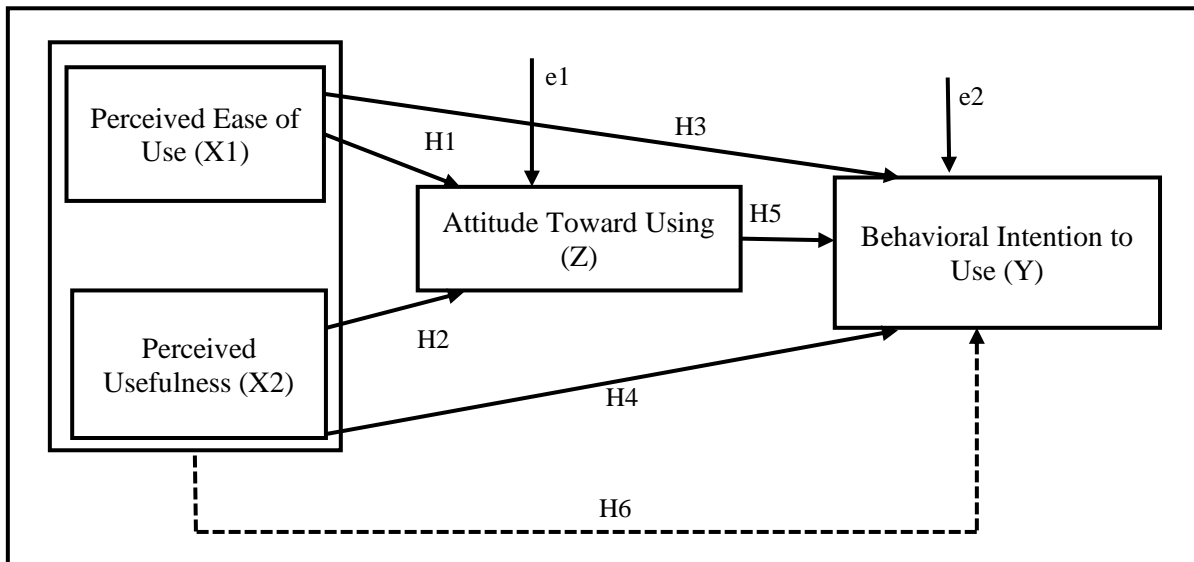
Attitude toward using diartikan suatu prasangka positif dan negatif pengguna untuk melakukan tindakan tertentu (Destiana, 2012). *Attitude toward using* di dalam TAM dihubungkan dengan suatu perilaku pada penggunaan sistem ke bentuk persetujuan atau penolakan sebagai perakibatan penggunaan teknologi yang dilakukan oleh seseorang terkait pekerjaannya (Hariyo, 2013). *Attitude Toward Using* adalah perilaku pada penggunaan teknologi kemudian dianggap suatu perilaku individu terhadap penggunaan sistem teknologi berupa diterima atau ditolaknya individu terhadap akibat penggunaan teknologi untuk mencapai tujuannya (Setyawati, 2020).

Penelitian yang dikerjakan (Regita et al., 2020) menyatakan *perceived ease of use* mempunyai pengaruh pada *behavioral intention to use* dengan nilai positif. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menyatakan *attitude towards using* mempengaruhi *behavioral intention to use*, hal ini diteliti oleh (Handayani & Harsono, 2016). Penelitian berikutnya menyatakan *attitude towards using* mempengaruhi *behavioral intention to use* secara positif serta signifikan (Setiawan et al., 2018).

2.6 BEHAVIORAL INTENTION TO USE

Behavioral intention to use ialah istilah kekuatan niat pengguna mengerjakan tindakan yang diinginkan (Naufaldi, 2020). Selain itu, berdasarkan pendapat lain menyatakan bahwa *behavioral intention to use* yakni suatu keinginan individu dalam mengerjakan suatu tindakan (Omotayo, F. O., & Adebayo, 2015). Menurut peneliti terdahulu, *behavioral intention to use* ialah tempat dimanakah orang bersedia untuk berbuat dan mengerjakan tindakan yang diimpikan secara terus menerus (Chemingui, H., & Ben Lallouna, 2013). Kemudian, *behavioral intention to use* ialah keinginan dan kesediaan individu guna mengerjakan tindakan tertentu (Yadav, R., & Pathak, 2017). Pendapat lain menyatakan bahwa teori dasar TAM yaitu bahwa saat pengguna mempunyai tindakan yang positif dan besar terhadap penggunaan suatu teknologi baru, maka *behavioral intention to use* akan semakin bertambah juga (Putra, 2021).

2.7 KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1 Model Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 1 model kerangka penelitian di atas menjelaskan *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* memiliki pengaruh pada *attitude toward using* penggunaan *software* akuntansi. *Attitude toward using* memiliki pengaruh pada *behavioral intention to use* dalam menggunakan *software* akuntansi. Selain itu, variabel *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention to use* melewati *attitude toward using*. Selain itu, berdasarkan gambar di atas hubungan antar variabel ialah menggunakan sistem aliran searah atau linier, yang mana hubungan antara ϵ_i dan dengan variabel tersebut tidak ada pengaruh bolak-balik dan saling bebas.

Persamaan kerangka konseptual di atas juga pernah diteliti oleh (Bangkara et al., 2016) tetapi ada perbedaan dalam penjabarannya. Di dalam penelitian sebelumnya, diketahui bahwa variabel (X1) *perceived ease of use* dengan variabel (X2) *perceived usefulness* memiliki pengaruh pada *intention* (minat) dimana (Z) *attitude toward using* digunakan sebagai variabel intervening. Tetapi, di dalam penelitian ini variabel (X1) *perceived ease of use* dengan variabel (X2) *perceived usefulness* mempunyai pengaruh secara bersamaan pada variabel (Y) *behavioral intention to use* yang mana variabel (Z) *attitude toward using* digunakan sebagai penghubung. Jadi dapat diketahui bahwa pada penelitian sebelumnya hanya mengukur minat penggunaan internet *banking* saja, sedangkan di dalam penelitian ini mengukur minat penggunaan untuk tetap menggunakannya secara terus menerus terhadap *software* akuntansi.

2.8 HIPOTESIS

Berdasarkan ulasan dari hubungan antar variabel di atas, maka dapat diambil hipotesis berikut :

- H1 : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*
- H2 : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*
- H3 : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*
- H4 : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*
- H5 : *Attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*
- H6 : *Attitude toward using* memediasi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*

3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan pada penelitian sekarang yakni jenis penelitian kuantitatif. Pada pengujian ini data atau hasil yang diolah yaitu data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu para penggerak UMKM di Kabupaten Blitar. Jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah

20.252 orang, dimana jumlah tersebut diperoleh dari jumlah pelaku UMKM yang terdata pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Blitar. Teknik pengambilan data yang dipakai yaitu melalui kuesioner untuk disebarkan ke responden. Kemudian, dalam pengambilan data sampel, pendistribusian kuesioner ini dilakukan dengan cara kuesioner elektronik. Teknik perhitungan sampel yang digunakan ialah menggunakan rumus Slovin. Hasil perhitungan sampel berdasarkan rumus Slovin menggunakan derajat kesalahan sebesar 5%. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan jumlah dari sampel yang dapat dipakai sebesar 392 sampel yang dibulatkan menghasilkan 400 sampel. Metode analisa yang digunakan merupakan analisa jalur (*path*), dimana pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan komputer melalui program IBM SPSS v 24 dan SPSS Amos v 24.

Terdapat empat indikator penggunaan skala likert variabel *Perceived ease of use* yang berguna untuk mengevaluasi variabel lain, indikator itu adalah kemudahan mempelajari, kemudahan melakukan, kemudahan dimengerti serta kemudahan untuk menggunakannya, keempat indikator tersebut peneliti ambil dari penelitian terdahulu (Cholifah, 2020). Ada tiga indikator penilaian menggunakan skala likert *perceived usefulness*, indikator tersebut yakni penggunaan lebih cepat, lebih efisien serta bermanfaat dalam keseharian (Cholifah, 2020). *Attitude toward using* sebagai variabel intervening (independen dan dependen) memiliki lima indikator, yakni digunakan akan menyenangkan pengguna, teknologi ialah gagasan yang baik, menggunakan teknologi diperlukan, memberi pengarahan untuk menggunakan teknologi kepada semua orang, dan teknologi ialah suatu gagasan yang cerdas, kelima indikator tersebut peneliti ambil dari penelitian terdahulu (Widyaprabha et al., 2016). Terdapat empat indikator *behavioral intention to use* yang digunakan untuk mengevaluasi variabel, indikator tersebut adalah keinginan digunakan di masa mendatang, keinginan sering menggunakan, keinginan penggunaan dalam keseharian, serta keinginan menggunakannya secara rutin (Naufaldi, 2020).

Bersumber pada penelitian sebelumnya yang dikerjakan (Bangkara et al., 2016), mengatakan satu diagram jalur bisa membantu dalam menganalisa dan menjelaskan hubungan yang dihipotesiskan, yang di rumuskan persamaannya sebagai berikut :

Substruktur 1 :

$$Y_1 = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \varepsilon_1 \dots \dots \dots (1)$$

Substruktur pertama (Y_1) digunakan untuk mengetahui nilai persamaan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada *attitude toward using*.

Substruktur 2

$$Y_2 = \gamma Y_1 + \varepsilon_2 \dots \dots \dots (2)$$

Substruktur kedua (Y_2) digunakan untuk mengetahui nilai persamaan *attitude toward using* pada *behavioral intention to use*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Kualitas Data

4.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas berguna untuk menilai suatu kuesioner, apakah kuesioner itu bisa dikatakan valid atau tidak valid, kuesioer dibilang valid apabila pernyataan dalam kuesioner cenderung menerangkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan atas pemeriksaan keabsahan yaitu nilai product moment (r hitung) harus lebih tinggi daripada nilai r tabel. Menggunakan *degree of freedom* (df) = $n-2$ bertujuan untuk mencari validitas, dikerjakan dengan mempertimbangkan nilai r hitung bersama r tabel. Apabila r hitung lebih tinggi daripada r tabel, pernyataan atau indikator dibilang valid, begitu pula dengan kebalikannya (Ghozali, 2016). Pengujian validitas menggunakan derajat kesalahan 5% atau 0.05.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Item	Nilai <i>r Product Moment</i>	Nilai <i>r Tabel</i>	Keterangan
1	X1P1	0,699	0,098	Valid
2	X1P2	0,760	0,098	Valid
3	X1P3	0,660	0,098	Valid
4	X1P4	0,778	0,098	Valid
5	X2P1	0,704	0,098	Valid
6	X2P2	0,774	0,098	Valid
7	X2P3	0,759	0,098	Valid
8	ZP1	0,747	0,098	Valid
9	ZP2	0,663	0,098	Valid
10	ZP3	0,754	0,098	Valid
11	ZP4	0,717	0,098	Valid
12	ZP5	0,717	0,098	Valid
13	YP1	0,646	0,098	Valid
14	YP2	0,667	0,098	Valid
15	YP3	0,726	0,098	Valid
16	YP4	0,691	0,098	Valid

Hasil tabel di atas merupakan hasil pengujian validitas yang diolah dari aplikasi IBM SPSS v 24. Pada data hasil pengujian dapat diamati bahwa sejumlah 16 *product moment* (*r* hitung) yang dimiliki setiap item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai yang lebih tinggi daripada *r tabel* 0.098, dan dapat diketahui semua item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid.

4.1.2 UJI RELIABILITAS

Pengujian reliabilitas merupakan suatu pernyataan yang menunjukkan sebuah hasil penelitian yang bisa dipercaya. Reliabilitas mengukur kuesioner dari indikator dalam variabel maupun faktor penelitian tersebut (Ghozali, 2016). Ketika kuesioner bisa dibidang reliabel apabila hasil responden konsisten atau stabil. Uji reliabilitas dilihat pada tabel *Cronbach Alpha* (α) untuk keseluruhan variabel. Suatu variabel dibidang reliabel apabila *Cronbach Alpha* (α) memiliki nilai $> 0,70$ (Ghozali, 2016).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Parameter	Keterangan
X1P1	0,945	0,70	Reliabel
X1P2	0,944	0,70	Reliabel
X1P3	0,946	0,70	Reliabel
X1P4	0,944	0,70	Reliabel
X2P1	0,945	0,70	Reliabel
X2P2	0,944	0,70	Reliabel
X2P3	0,944	0,70	Reliabel
Z1	0,945	0,70	Reliabel
Z2	0,946	0,70	Reliabel
Z3	0,944	0,70	Reliabel
Z4	0,945	0,70	Reliabel
Z5	0,945	0,70	Reliabel
Y1	0,947	0,70	Reliabel
Y2	0,946	0,70	Reliabel
Y3	0,945	0,70	Reliabel
Y4	0,945	0,70	Reliabel

Hasil tabel 2 memaparkan hasil pengujian reliabilitas yang diolah dari aplikasi IBM SPSS v 24. Pada data hasil pengamatan menunjukkan bahwa hasil *Cronbach Alpha* secara keseluruhan memiliki nilai 0,945. Nilai tersebut lebih dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Selain itu, pada masing-masing pertanyaan pada kuesioner penelitian ini mempunyai nilai lebih tinggi daripada 0,70 sehingga dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner penelitian dinyatakan reliabel.

4.2 UJI REGRESI

Tabel 3 Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ATTU <--- PEU	,595	,031	18,980	***	
ATTU <--- PU	,497	,040	12,328	***	
BITU <--- PEU	,096	,039	2,470	,013	
BITU <--- PU	,288	,042	6,776	***	
BITU <--- ATTU	,515	,045	11,484	***	

Tabel 4 Standardized Regression Weights

	Estimate
ATTU <--- PEU	,629
ATTU <--- PU	,408
BITU <--- PEU	,110
BITU <--- PU	,257
BITU <--- ATTU	,559

Berdasarkan tabel *regression weights* nilai signifikansi tiap variabel dapat dilihat pada nilai P masing-masing variabel. Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai P *perceived ease of use* (X1) pada *attitude toward using* (Z) adalah *** serta nilai P *perceived ease of use* (X1) pada *behavioral intention to use* (Y) ialah 0,013, yang bermakna variabel tersebut berpengaruh signifikan pada *attitude toward using* juga *behavioral intention to use* karena bernilai kurang dari 0,05. Kemudian, nilai P dari *perceived usefulness* (X2) pada *attitude toward using* (Z) adalah *** dan P pada *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) adalah ***, maknanya variabel tersebut mempengaruhi signifikan terhadap *attitude toward using* serta *behavioral intention to use* alasannya bernilai kurang dari 0,05. Selanjutnya, nilai P *attitude toward using* (Z) pada *behavioral intention to use* (Y) ialah ***, artinya variabel tersebut mempengaruhi signifikan *behavioral intention to use* karena bernilai kurang dari 0,05.

Tabel 5 Intercepts

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ATTU	4,146	,707	5,866	***	
BITU	,273	,659	,414	,679	

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui konstanta dari *attitude toward using* (Z) bernilai 4,146, sedangkan *behavioral intention to use* (Y) bernilai 0,273.

Tabel 6 Standardized Direct Effects

	PU	PEU	ATTU
ATTU	,408	,629	,000
BITU	,257	,110	,559

Tabel 7 Standardized Indirect Effects

	PU	PEU	ATTU
ATTU	,000	,000	,000

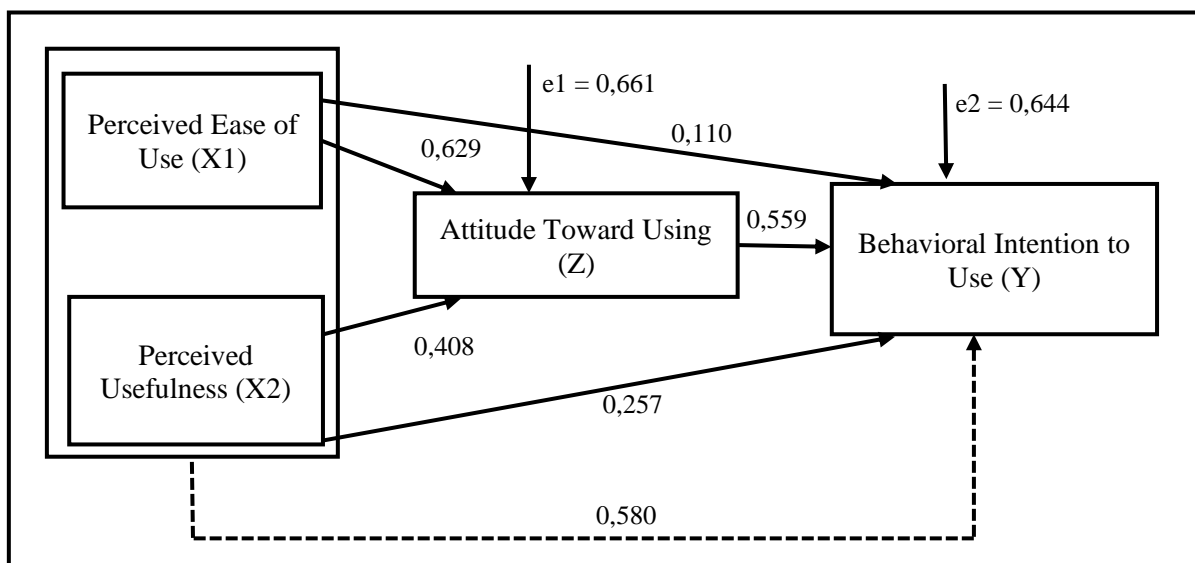
	PU	PEU	ATTU
BITU	,228	,352	,000

Kemudian di tabel selanjutnya diketahui bahwa nilai koefisien hubungan variabel secara langsung antara *perceived ease of use* (X1) pada *attitude toward using* (Z) bernilai 0,629 yang dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh variabel adalah bernilai 62,9%, sementara sisanya bernilai 37,1% merupakan pengaruh variabel lainnya. Selanjutnya, hubungan variabel secara langsung antara *perceived ease of use* (X1) pada *behavioral intention to use* (Y) bernilai 0,110 yang dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh variabel adalah sebesar 11%, sementara sisanya sebesar 89% merupakan pengaruh variabel lain. Kemudian, hubungan variabel secara langsung antara *perceived usefulness* (X2) pada *attitude toward using* (Z) bernilai 0,408 yang dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh variabel adalah sebesar 40,8%, sementara sisanya bernilai 59,2% merupakan pengaruh variabel lainnya. Selain itu, hubungan variabel secara langsung antara *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) bernilai 0,257 dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh variabel yaitu bernilai 25,7%, sementara sisanya bernilai 74,3% merupakan pengaruh dari variabel lainnya. Dilanjutkan hubungan variabel secara langsung antara *attitude toward using* (Z) pada *behavioral intention to use* (Y) bernilai 0,559 yang dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh variabel adalah sebesar 55,9%, sementara sisanya senilai 44,1% merupakan kontribusi dari variabel lain.

Tabel 8 Squared Multiple Correlations

	Estimate
ATTU	,562
BITU	,585

Tabel diatas merupakan nilai R^2 (*R square*) untuk menghitung nilai error yang mempengaruhi analisa. Dapat dirumuskan bahwa nilai $e1 = \sqrt{1 - \text{nilai sig}} = \sqrt{1 - 0,562}$, sehingga diperoleh nilai $e1$ sebesar 0,661. Kemudian, untuk mencari nilai $e2 = \sqrt{1 - \text{nilai sig}} = \sqrt{1 - 0,585}$, sehingga diperoleh nilai $e2$ sebesar 0,644. Berikut ini merupakan gambar analisis jalur berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS Amos versi 24 :



Gambar 2 Hasil Pengujian Model Kerangka Konseptual

Berdasarkan hasil pada tabel diatas serta gambar yang ditunjukkan maka dapat ditulis persamaannya sebagai berikut ini :

Sub struktur persamaan 1 :

$$Y_1 = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \varepsilon_1 \dots\dots\dots(1)$$

$$Y_1 = 0,629X_1 + 0,408X_2 + \varepsilon_1$$

$$= 0,629X_1 + 0,408X_2 + 0,661$$

Sub struktur persamaan 2 :

$$Y_2 = \gamma Y_1 + \varepsilon_2 \dots\dots\dots(2)$$

$$Y_2 = 0,110X_1 + 0,257X_2 + 0,559Z + \varepsilon_2$$

$$= 0,110X_1 + 0,257X_2 + 0,559Z + 0,644$$

4.3 UJI HIPOTESIS

Pengaruh Langsung *Perceived Ease of Use* dengan *Attitude Toward Using*

H1 : *Perceived ease of use* (X1) mempunyai pengaruh dengan nilai positif pada *attitude toward using* (Z) penggunaan aplikasi akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar. Dari hasil analisa diketahui bahwa hipotesis ini diterima, dikarenakan *perceived ease of use* (X1) memiliki nilai signifikan senilai $0.001 < 0.05$, sehingga dijelaskan secara langsung memiliki hubungan signifikan antara *perceived ease of use* (X1) pada *attitude toward using* (Z). Hasil pengujian mendukung (Regita et al., 2020) menunjukkan *perceived ease of use* mempengaruhi secara positif signifikan pada *attitude towards using*. Selanjutnya, (Yuliani, Budiman, A., & Dewi, 2016) menyatakan *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude towards using* dengan nilai positif serta signifikan. Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian (Tjini, 2012) serta penelitian (Juhri, K. K., & Dewi, 2017) keduanya mengatakan bahwa variabel *perceived ease of use* tidak mempengaruhi *attitude towards using*.

Pengaruh Langsung *Perceived Usefulness* dengan *Attitude Toward Using*

H2 : *Perceived usefulness* (X2) memiliki pengaruh positif pada *attitude toward using* (Z) penggunaan aplikasi akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar. Dari hasil analisa menunjukkan bahwa hipotesis diterima, dikarenakan variabel *perceived usefulness* (X2) memiliki nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan secara langsung terdapat pengaruh antara variabel *perceived usefulness* (X2) pada *attitude toward using* (Z). Hasil pengujian didasari penelitian (Regita et al., 2020) menyebutkan *perceived usefulness* berpengaruh positif pada *attitude towards using*. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Setiawan et al., 2018) menyatakan *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude towards using*. Pernyataan ini terbalik dengan penelitian (Tjini, 2012) dan (Juhri, K. K., & Dewi, 2017) menunjukkan ternyata *perceived usefulness* tidak berpengaruh pada *attitude towards using*.

Pengaruh Langsung *Perceived Ease of Use* dengan *Behavioral Intention to Use*

H3 : *Perceived ease of use* (X1) mempengaruhi *behavioral intention to use* (Y) penggunaan aplikasi akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar dengan nilai positif. Dari hasil analisis menjelaskan bahwa hipotesis diterima, dikarenakan variabel *perceived ease of use* (X1) memiliki nilai signifikansi $0.013 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh signifikan antara *perceived ease of use* (X1) pada *behavioral intention to use* (Y) secara langsung . Hasil penelitian didasari penelitian yang dikerjakan (Naufaldi, 2020) mengatakan jika *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention to use*. Selanjutnya, (Leon, 2018) menyatakan *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention to use* dengan nilai positif.

Pengaruh Langsung *Perceived Usefulness* dengan *Behavioral Intention to Use*

H4 : *Perceived usefulness* (X2) mempengaruhi positif pada *behavioral intention to use* (Y) penggunaan *software* akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar. Berdasarkan hasil analisa dijelaskan bahwa hipotesis diterima, dikarenakan *perceived usefulness* (X2) memiliki nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat

hubungan antara variabel *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) secara langsung dan signifikan. Hasil penelitian terdahulu, (Naufaldi, 2020) menyatakan *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention to use* bernilai positif. Pengujian (Leon, 2018) menunjukkan *perceived usefulness* juga memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention to use*. Hal tersebut berlawanan dari penelitian (Juhri, K. K., & Dewi, 2017) keduanya menghasilkan variabel *perceived usefulness* tidak mempunyai pengaruh pada *behavioral intention to use*.

Pengaruh Langsung *Attitude Toward Using* dengan *Behavioral Intention to Use*

H5 : *Attitude toward using* (Z) mempengaruhi *behavioral intention to use* (Y) penggunaan *software* akuntansi pada UMKM Kabupaten Blitar. Berdasarkan hasil analisa menunjukkan bahwa hipotesis diterima, dikarenakan variabel *attitude toward using* (Z) mempunyai nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dinyatakan secara langsung *attitude toward using* (Z) mempengaruhi *behavioral intention to use* (Y) dengan menghasilkan positif signifikan. Hasil penelitian ini didasari penelitian (Regita et al., 2020) menunjukkan *attitude towards using* mempengaruhi *behavioral intention to use* dengan hasil positif signifikan, penelitian yang telah dilakukan (Handayani & Harsono, 2016) menyebutkan *attitude towards using* mempengaruhi *behavioral intention to use*. Penelitian selanjutnya yang dikerjakan (Setiawan et al., 2018) menunjukkan *attitude towards using* mempengaruhi *behavioral intention to use* dengan signifikan.

Pengaruh Tidak Langsung antara *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* dengan *Behavioral Intention to Use* yang dimediasi *Attitude Toward Using*

H6 : *Attitude toward using* (Z) menjadi penghubung yang mempengaruhi *perceived ease of use* (X1) dengan *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) menggunakan aplikasi akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar, dimana hasil analisa menunjukkan bahwa hipotesis diterima, dikarenakan variabel *perceived ease of use* (X1) dengan variabel *perceived usefulness* mempengaruhi secara langsung pada variabel *behavioral intention to use* (Y) dengan nilai $0.110 + 0.257 = 0.367$. Sedangkan nilai pengaruh tidak langsung variabel *perceived ease of use* (X1) dengan variabel *perceived usefulness* pada variabel *behavioral intention to use* (Y) melewati mediasi variabel *attitude toward using* (Y) dapat diperoleh dari hasil mengalikan nilai beta variabel *perceived ease of use* (X1) sama variabel *perceived usefulness* (X2) pada variabel *attitude toward using* (Z). Hasil perkaliannya adalah $(0.110 + 0.257) \times 0.559 = 0.205$. Berdasarkan hasil tersebut, sehingga pengaruh keseluruhan yang diberikan *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) yaitu penjumlahan hubungan langsung dan tidak langsung, dengan nilai $0.110 + 0.257 + 0.205 = 0.572$. Hasil pengamatan dapat disimpulkan bahwa hasil hubungan secara langsung lebih besar dibandingkan hasil hubungan tidak langsung ditulis menjadi $0.367 > 0.205$. Kesimpulan yang diperoleh adalah secara tidak langsung terdapat hubungan saling mempengaruhi antara variabel *perceived ease of use* (X1) dengan variabel *perceived usefulness* (X2) pada *behavioral intention to use* (Y) dimediasi *attitude toward using* (Z) bernilai positif signifikan. Hasil pengujian mendukung penelitian (Bangkara et al., 2016).

4.4 PEMBAHASAN

Perceived Ease of Use* Mempunyai Pengaruh Pada *Attitude Toward Using

Perceived ease of use yakni suatu persepsi kemudahan ketika pemakaian suatu teknologi. *perceived ease of use* memiliki pengaruh pada *attitude toward using* karena dengan pengguna merasakan bahwa *software* akuntansi itu lebih fleksibel, dalam artian mudah dan bisa untuk diakses dimanapun dan kapanpun pengguna berada. Dengan kata lain, pelaku UMKM di Kabupaten Blitar ini dituntut untuk menggunakan *software* akuntansi yang mana penggunaannya bisa mendukung sistem pencatatan laporan keuangan lebih mudah tanpa terbtas pada tempat dan waktu. Selain itu, adanya kemudahan dalam menggunakan *software* akuntansi para pengguna juga merasa senang ketika teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Semakin tinggi nilai kemudahan

teknologi bisa diterima akan semakin tinggi juga sikap dilakukan pengguna teknologi. Hasil dari pengujian sejalur sama hasil (Regita et al., 2020) serta (Yuliani, Budiman, A., & Dewi, 2016) dengan kesimpulan *perceived ease of use* memiliki pengaruh pada *attitude towards using* dan berjalan searah. Hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Tjini, 2012) yang menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* ini tidak mempengaruhi *attitude towards using*.

Perceived Usefulness Mempunyai Pengaruh Pada Attitude Toward Using

Perceived usefulness merupakan suatu persepsi kegunaan teknologi terhadap sikap yang ditunjukkan oleh pengguna teknologi tersebut. *Perceived usefulness* mempunyai pengaruh pada *attitude toward using* karena menggunakan *software* akuntansi seperti myob, excell, accurate, dan aplikasi yang lainnya dapat memungkinkan untuk menyelesaikan kinerja lebih cepat dalam membuat laporan keuangan. Dengan kata lain, bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Blitar menyadari bahwa kegunaan *software* akuntansi ini akan membantu kinerja mereka lebih cepat terutama dalam melakukan pencatatan laporan keuangan. Kegunaan teknologi ini akan semakin bermanfaat dan membuat pengguna semakin merasa senang. Semakin tinggi nilai kegunaan teknologi bisa diterima semakin tinggi juga sikap untuk dilakukan pengguna teknologi. Hasil penelitian sejalur dengan penelitian (Regita et al., 2020) dan (Setiawan et al., 2018) menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude towards using*. Hasil pengujian tidak sejalur sama (Tjini, 2012) menyimpulkan *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh pada *attitude towards using*.

Perceived Ease of Use Mempunyai Pengaruh Pada Behavioral Intention to Use

Perceived ease of use mempengaruhi *behavioral intention to use* karena dengan pengguna merasakan bahwa *software* akuntansi itu tidak menyusahkan, dalam artian mudah untuk dipahami oleh pemakai, sehingga tidak merasa kesulitan. Dengan kata lain, pelaku UMKM di Kabupaten Blitar ini dituntut untuk menggunakan *software* akuntansi karena kemudahannya dan tidak menyulitkan pengguna untuk melakukan sistem pencatatan laporan. Semakin tinggi nilai kemudahan teknologi bisa diterima semakin tinggi juga penggunaan teknologi dilakukan secara berlanjut. Hasil penelitian sejalur dengan (Naufaldi, 2020) dan (Leon, 2018) menyimpulkan *perceived ease of use* mempengaruhi pada *behavioral intention to use*.

Perceived Usefulness Mempunyai Pengaruh Pada Behavioral Intention to Use

Perceived usefulness mempengaruhi *behavioral intention to use* karena menggunakan *software* akuntansi seperti myob, excell, accurate, dan aplikasi yang lainnya tidak menyusahkan pengguna. Dengan kata lain, bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Blitar mendukung adanya *software* akuntansi ini akan membantu pengguna teknologi apabila penggunaannya tidak menyusahkan. Semakin tinggi nilai kegunaan teknologi bisa diterima semakin tinggi juga keminatan untuk penggunaan teknologi itu secara terus-menerus. Hasil penelitian sejalur dengan penelitian (Naufaldi, 2020) serta (Leon, 2018) menyatakan *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention to use*. Hasil penelitian tidak sejalur dengan (Juhri, K. K., & Dewi, 2017) yang menyimpulkan *perceived usefulness* tidak mempengaruhi pada *behavioral intention to use*.

Attitude Toward Using Mempunyai Pengaruh Pada Behavioral Intention to Use

Attitude toward using mempengaruhi *behavioral intention to use* karena dengan memakai *software* akuntansi yang menyenangkan berarti pengguna tidak merasa kesusahan dalam mengakses, mempelajari, dan memahami *software* tersebut. Jadi semakin besar rasa senang penggunaan *software* akuntansi maka rasa sulit penggunaannya akan semakin mengecil. Hasil penelitian sejalur sama penelitian (Bangkara et al., 2016) yang menyatakan bahwa *attitude toward using* mempunyai pengaruh pada *behavioral intention to use*.

Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Mempunyai Pengaruh Pada Behavioral Intention to Use yang Dimediasi Attitude Toward Using

Perceived ease of use dengan *perceived usefulness* secara langsung berpengaruh

pada minat pemakaian teknologi terus menerus karena teknologi tersebut tidak menyusahkan pengguna ditinjau sisi kemudahan maupun sisi kegunaan. Selain dari segi kemudahan dan kegunaan, sikap pelaku pengguna juga akan mempengaruhi minat penggunaan teknologi secara terus menerus. Artinya, pelaku UMKM di Kabupaten Blitar ini merasakan dengan adanya kemudahan dan kegunaan teknologi serta sikap yang dilakukan akan mempengaruhi minat penggunaan teknologi secara terus menerus khususnya dalam penggunaan *software* akuntansi seperti myob, excel, accurate dan *software* lainnya yang memudahkan dan membantu sistem kinerja mereka. Jadi, semakin tinggi tingkat kemudahan, kegunaan, dan sikap pengguna semakin besar juga tingkat keminatan pengguna teknologi untuk memakai berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan sama penelitian (Bangkara et al., 2016).

5. KESIMPULAN

Ditinjau berdasarkan data setelah dianalisis, maka hasil penelitian bisa ditarik kesimpulan berupa capaian yang diteliti guna menguji berdasarkan pengamatan bahwa *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* berpengaruh pada *behavioral intention to use* tanpa perantara ataupun saat dimediasi oleh *attitude toward using* yang memakai metode *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah diperbaiki ulang. Secara umum, hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel-variabel dari *Technology Acceptance Model* (TAM) baik itu hubungan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif serta signifikan pada *attitude toward using* serta pada *behavioral intention to use* juga mempunyai hubungan positif dan signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa pengguna aplikasi akuntansi di UMKM Kabupaten Blitar memiliki pilihan untuk terus menggunakannya jika dilihat dari segi kemudahan dan keinginan serta sikap perilaku. Artinya, semakin mudah penggunaan aplikasi akuntansi maka semakin tinggi keinginan untuk menggunakannya. Selain itu, terdapat juga sikap perilaku yang ikut serta mempengaruhi dalam penggunaan yang terus menerus terhadap *software* akuntansi. Kemudian, begitu juga dari sisi kegunaannya semakin aplikasi akuntansi ini berguna untuk menunjang pembuatan sistem laporan keuangan maka semakin tinggi keinginan untuk menggunakannya, apalagi bila *software* akuntansi ini mudah dalam penggunaannya yang dilandasi juga oleh sikap perilaku.

6. SARAN

BAGI PENGGUNA

Bagi pengguna *software* akuntansi sebaiknya menggunakan teknologi yang bisa untuk mendukung sistem kinerja terutama untuk melakukan pencatatan laporan keuangan. Kemudian, pengguna juga harus lebih familiar dengan berbagai teknologi yang digunakan beserta manfaat yang bisa dirasakan. Contoh *software* akuntansi yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM yaitu Microsoft Excel, Accurate, Myob, dan masih banyak *software* yang lainnya.

Bagi Pengembang Software Akuntansi

Bagi pengembang *software* akuntansi lebih menerapkan atau meluncurkan versi terbaru agar pengguna bisa merasakan kemudahan dan kemanfaatan dari teknologi yang dihasilkan. Selain itu, pentingnya pengenalan *software* akuntansi terhadap para pelaku UMKM agar dapat mempengaruhi minat penggunaan *software* akuntansi secara terus menerus dan bisa membantu memaksimalkan sistem kinerja di UMKM khususnya terkait sistem pencatatan laporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiputra, W. M. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2(1), 52–63.
- Ahmad, P. S. B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1–11.

- Bahri, S. (2016). *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS*. CV Andi Offset.
- Bangkara, R. P., Putu, N., & Harta, S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16, 2408–2434.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India—An Empirical Study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618.
- Chemingui, H., & Ben Lallouna, H. (2013). Resistance, Motivations, Trust and Intention to Use Mobile Financial Services. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 574–592.
- Cholifah, R. N. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust Terhadap Intention to Use (Studi Kasus Pengguna Dana Pada TIX ID di Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan)*.
- Cudjoe, A. G., Anim, P. A., & Nyanyofio, J. G. N. T. (2015). Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: a Case of Access Bank Ghana Limited. *Journal of Computer and Communications*, 3(02), 1.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Destiana, B. (2012). Analisis Penerimaan Pengguna Akhir Terhadap Penerapan Sistem E-Learning Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di SMAN 1 Wonosari. *Skripsi*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, W. P. P., & Harsono, M. (2016). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Komputersasi Kegiatan Pertahanan. *Jurnal Economica*, 12, 13–22.
- Hariyo, S. (2013). Analisis Penggunaan Elena Untuk Meningkatkan Efektifitas Belajar Berdasarkan Pendekatan Technology Acceptance Model Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Skripsi*.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2, 995–1007.
- Juhri, K. K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan dan penerimaan layanan mobile money T-cash di Bandung dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Leon, S. (2018). *Service mobile apps: a millennial generation perspective*. *Industrial Management & Data Systems*. 118(9), 1837–1860.
- Martani, Dwi, et al. (2016). *Akuntansi Keuangan Menengah* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Nainggolan, K. (2014). *Pengantar Akuntansi*. Universitas Medan Area.
- Naufaldi, I. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use*. II(3), 715–722.
- Omotayo, F. O., & Adebayo, A. K. (2015). Factors Influencing Intention to Adopt Internet Banking by Postgraduate Student of the University of Ibadan, Nigeria. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(3).
- Putra, I. S. (2021). *Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap User Intention to Use Melalui Perceived Usefulness Pada Penggunaan E-Learning Dengan Aplikasi Moodle di Perguruan Tinggi*.
- Rahayu, A. G. (2013). Pengaruh Teknologi Informasi (Pendekatan Technology Acceptance Model) dan e-filling terhadap User Satisfaction (Survey pada Wajib Pajak Badan di Wilayah KPP Madya Bandung). *Skripsi Universitas Komputer Indonesia*.
- Rahman, P. (2013). *Pengantar Akuntansi 1 Pendekatan Siklus Akuntansi*. Salemba Empat.
- Regita, A., Santoso, T., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2020). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Attitude Towards Using Terhadap Behavioural Intention to Use Pada Aplikasi OVO*. 8(1).
- Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi : Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan Adaptasi IFRS*. Erlangga.
- Santoso, B. (2013). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris di Kabupaten Sragen)*.

- Setiawan, N., Nurhadi, M., Djuwito, & Diptyana, P. (2018). Analisis Perilaku Penggunaan Learning Management System. *Spirit Pro Patria*, IV(34), 138–153.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39–51.
- Tjini, S. S. . & B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–21.
- Veronica, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Billindo Utama di Kota Batam.*
- Widyaprabha, E., Susanto, T. D., Herdiyanti, A., Informasi, J. S., Informasi, F. T., Teknologi, I., Nopember, S., Arief, J., Hakim, R., & Indonesia, S. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Untuk Menggunakan Aplikasi Daftar Onine Rumah Sakit (Studi Kasus : RSUD Gambiran Kediri).*
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of Consumers' Green Purchase Behavior in a Developing Nation: Applying and Extending the Theory of Planned Behavior. *Ecological Economics*, 134, 114–122.
- Yuliani, Budiman, A., & Dewi, M. S. (2016). Generasi Y dan Adopsi Terhadap Internet Banking pada Nasabah di Indonesia Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Wawasan Manajemen*, 4(3), 231–245.

BIODATA PENULIS



Nina Ayu Kusuma Wardani, lahir di Blitar, Jawa Timur. Saat ini sedang menempuh Pendidikan Sarjana Akuntansi STIE Kesuma Negara Blitar. Penulis dapat dihubungi melalui email : ninaayu35@gmail.com



Iwan Setya Putra, lahir di Malang, Jawa Timur. Saat ini menjadi dosen program studi Akuntansi di STIE Kesuma Negara Blitar. Penulis dapat dihubungi melalui email : iwan@stieken.ac.id