



Pengaruh Social Influence, Facilitating Conditions, dan Self-Efficacy terhadap Minat UMKM Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile

Amanda Dwi Lestari*, Halimatusyadiah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Bengkulu, Bengkulu
Jl.WR Supratman, Kndang Limun, Kec. Muara Bangka Hulu 38371, Kota Bengkulu, Indonesia

Email: ^{1,*}amandadwilestari02@gmail.com, ²halimatusyadiah@unib.ac.id

Email Penulis Korespondensi: amandadwilestari02@gmail.com

Submitted: 31/08/2025; Accepted: 01/11/2025; Published: 02/11/2025

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Social Influence, Facilitating Conditions, dan Self Efficacy terhadap minat pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan mengumpulkan data dari 228 pelaku UMKM melalui kuesioner daring. Instrumen penelitian mengacu pada skala Likert 1–5 untuk mengukur setiap variabel, dan Pengolahan data dilakukan menggunakan teknik Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Social Influence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi. Selanjutnya, Facilitating Conditions tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, mengindikasikan bahwa ketersediaan infrastruktur saja tidak cukup untuk membentuk minat penggunaan teknologi. Dan Self-Efficacy juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menguasai teknologi berperan penting dalam mendorong adopsi aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas pendukung saja belum cukup untuk membangkitkan minat pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi, apabila tidak disertai dengan kesiapan individu serta pengaruh sosial yang mendukung. Dengan demikian, temuan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mendorong peningkatan penggunaan aplikasi akuntansi digital di lingkungan UMKM, melalui penguatan kemampuan personal seperti Self Efficacy dalam memanfaatkan teknologi, serta Social Influence yang positif, yang keduanya merupakan faktor penting dalam mendorong percepatan adopsi teknologi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Social Influence; Facilitating Conditions; Self Efficacy; Minat UMKM; Aplikasi Akuntansi Mobile

Abstract—This study aims to determine the influence of Social Influence, Facilitating Conditions, and Self-Efficacy on the interest of MSMEs in using mobile-based accounting applications. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique and collects data from 228 MSMEs through an online questionnaire. The research instrument refers to a Likert scale of 1–5 to measure each variable, and data processing is carried out using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) technique with the help of SmartPLS 4 software. The test results show that Social Influence has a positive and significant influence on the interest in using the application. Furthermore, Facilitating Conditions do not have a significant effect on the interest in using it, indicating that the availability of infrastructure alone is not enough to shape the interest in using technology. And Self-Efficacy also shows a positive and significant influence, which indicates that the confidence of MSMEs in mastering technology plays an important role in encouraging the adoption of mobile-based accounting applications. The results of this study indicate that the existence of supporting facilities alone is not enough to arouse the interest of MSMEs in adopting technology, if it is not accompanied by individual readiness and supportive social influences. Thus, these findings are expected to contribute to encouraging increased use of digital accounting applications in the MSME environment, through strengthening personal capabilities such as Self-Efficacy in utilizing technology, as well as positive Social Influence, both of which are important factors in driving the acceleration of sustainable technology adoption.

Keywords: Social Influence; Facilitating Conditions; Self-Efficacy; MSME Interest; Mobile Accounting

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha dengan jumlah terbesar di Indonesia, yang mencapai sekitar 64 juta unit (Badan Pusat Statistik [BPS], 2023). UMKM berperan sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan, termasuk menyerap hingga 99% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Meskipun UMKM terus berkembang, pelaku UMKM masih menghadapi tantangan. Salah satu masalah utamanya adalah kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi (Asri, 2018). UMKM yang belum beradaptasi dengan teknologi sering kali masih menggunakan metode pembukuan manual (Bakrie et al., 2024). Akibatnya, mereka kesulitan mendapatkan informasi akuntansi yang akurat. Padahal, informasi ini sangat penting untuk pengambilan keputusan dan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik [BPS] (2024), terdapat sebanyak 25.595 perusahaan industri skala mikro dan kecil di Provinsi Bengkulu, dari total data tersebut hanya 9,16% UMKM yang menggunakan teknologi, sementara 90,84% lainnya belum menggunakan teknologi (<https://bengkulu.bps.go.id/id>). Kondisi ini menunjukkan rendahnya adopsi teknologi di kalangan UMKM di provinsi Bengkulu. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM, yang membuat mereka kesulitan dalam menyusun laporan keuangan (Anisa et al., 2023). Lebih jauh, pencatatan manual juga rentan terhadap kesalahan input data dan risiko kehilangan dokumen (Legina & Sofia, 2020). Melalui perkembangan teknologi digital, terdapat peluang besar untuk mengatasi permasalahan tersebut. Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan, salah satunya peralihan dari sistem pembukuan manual ke sistem komputerisasi. Di tengah meningkatnya



persaingan global dan kompleksitas masalah keuangan, penggunaan aplikasi akuntansi tidak lagi sekadar pilihan, melainkan sudah menjadi kebutuhan mendesak untuk diterapkan (Nurhasanah et al., 2023).

Pemanfaatan aplikasi akuntansi berbasis mobile menjadi solusi yang semakin relevan. Saat ini telah tersedia berbagai aplikasi pembukuan yang mudah diakses, baik secara gratis maupun berbayar melalui Play Store atau App Store, seperti Teman Bisnis, Jurnal Mobile, Xero Accounting, Zahir Simply, Zoho Books, Buku Kas, Buku Warung, Qasir, LAMIKRO, Tokoku, hingga GROW Akuntansi & Keuangan UKM (Kholid, 2020). Dengan aplikasi-aplikasi tersebut, pelaku UMKM berpotensi meningkatkan efisiensi serta akurasi pengelolaan keuangan, sehingga dapat memperkuat daya saing mereka di era digital. Aplikasi-aplikasi tersebut akan mempercepat dan mempermudah proses data yang lebih akurat dibandingkan dengan pencatatan manual, serta lebih fleksibel dalam penggunaannya, sebab aktivitas ini dapat diakses kapan dan di mana saja, selama tersedia koneksi internet (Rahayu et al., 2023). Penggunaan aplikasi digital juga berperan dalam mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dan memperkuat keberlanjutan usaha UMKM. Meskipun begitu, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk tantangan dalam hal pemanfaatan teknologi (Asri, 2018).

Minat dalam mengadopsi teknologi baru dapat dijelaskan dengan teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Teori ini dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) bertujuan untuk memperkirakan seberapa besar seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi baru. Ada empat variabel utama dalam teori UTAUT yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions. Dalam penelitian ini, hanya dua variabel yang digunakan, yaitu social influence dan facilitating conditions, karena keduanya lebih relevan untuk menilai faktor pendorong awal sebelum keputusan adopsi dilakukan. Sementara itu, variabel lain seperti performance expectancy dan effort expectancy tidak digunakan, mengingat penelitian ini berfokus pada UMKM yang sebagian besar belum memiliki pengalaman langsung menggunakan aplikasi akuntansi.

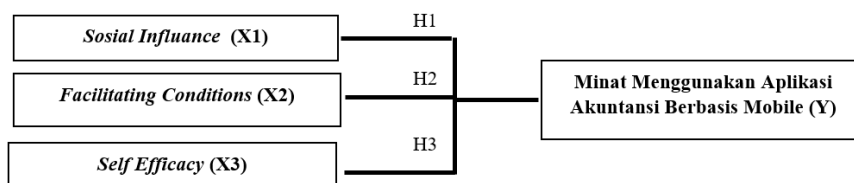
Social influence yang merupakan tingkat keyakinan seorang individu dalam menggunakan sistem informasi. Tingkat keyakinan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan, baik dari dalam maupun luar, serta persepsi yang terbentuk ketika menggunakan sistem informasi. Dengan demikian, hal ini akan berperan penting dalam menumbuhkan minat individu untuk memanfaatkan sistem informasi di lingkungan organisasi (Fiddin & Muhammad Arief, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriana & Amelia (2023) dan Astiyah & Budiantara (2023) menemukan bahwa Social Influence memiliki dampak signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile atau cloud accounting. Berbeda dengan hasil penelitian Fiddin & Muhammad Arief, (2022) dan Rahayu et al (2023), bahwa Social Influence tidak berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan cloud accounting atau software akuntansi. Facilitating Conditions mengacu pada sejauh mana individu meyakini bahwa infrastruktur organisasi serta bantuan teknis dan non-teknis yang tersedia dapat memfasilitasi penggunaan sistem, sehingga meningkatkan minat individu dalam penggunaan sistem teknologi (Fiddin & Muhammad Arief, 2022). Penelitian Astiyah & Budiantara (2023), Febriani et al (2023), dan Suharsono et al (2023), menemukan Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu teknologi. Sebaliknya, Kholid et al (2020) & Putri & Suardikha (2020) menemukan bahwa Facilitating Conditions tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, ditemukan adanya ketidakkonsistenan dalam temuan penelitian sebelumnya. Sehingga, fenomena ini menarik untuk diteliti kembali. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menambahkan variabel lain, yaitu Self Efficacy, sebagai faktor yang diduga dapat mempengaruhi minat penggunaan aplikasi akuntansi mobile. Self Efficacy merujuk pada kepercayaan seseorang mengenai kemampuan atau potensi dirinya untuk menguasai dan memperoleh hasil yang bermanfaat (Bandura, 1994). Jika seseorang merasa yakin dirinya mampu menguasai teknologi, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya, sehingga mendorong kepercayaan diri dalam menumbuhkan minat menggunakan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh social influence, facilitating conditions, dan self-efficacy terhadap minat pelaku UMKM di Provinsi Bengkulu dalam memanfaatkan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya, dan memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam mengadopsi teknologi di kalangan UMKM, sehingga bisa memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mengadopsi teknologi digital.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui pendekatan ini, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis menggunakan metode analisis statistik (Sugiyono, 2020). Data yang digunakan bersifat primer, diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner online yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM menggunakan platform Google Form. Untuk menguji model, digunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Hubungan antar variabel yang diteliti dalam penelitian ini digambarkan secara jelas pada Gambar 1.

**Gambar 1.** Kerangka Konseptual

Social Influence merupakan salah satu faktor utama dalam model UTAUT yang merujuk pada sejauh mana individu merasa terdorong oleh pandangan, saran, atau harapan dari orang-orang di sekitarnya untuk menggunakan suatu teknologi. Terdapat tiga indikator utama yang menggambarkan konsep social influence, yaitu norma subjektif, faktor sosial, dan citra atau status sosial (Venkatesh et al., 2003). Norma subjektif mengacu pada persepsi individu terhadap harapan sosial dari orang-orang penting di sekitarnya. Faktor sosial menekankan pada pengaruh budaya kelompok atau komunitas terhadap pengambilan keputusan individu. Sementara itu, citra sosial berkaitan dengan keyakinan bahwa penggunaan suatu inovasi dapat meningkatkan status atau pandangan orang lain terhadap diri seseorang.

Dalam konteks UMKM, social influence berperan penting dalam mendorong penggunaan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Ekspektasi dari lingkungan, seperti komunitas bisnis, keluarga, atau rekan kerja, serta dorongan untuk meningkatkan citra profesional, menjadi faktor yang memengaruhi minat pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi tersebut. Semakin kuat pengaruh sosial yang diterima, semakin besar pula kemungkinan pelaku UMKM untuk tertarik menggunakan aplikasi akuntansi. Penelitian yang dilakukan oleh Astiyah & Budiantara (2023), dan Fitriana & Amelia (2023) Social Influence berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi seluler. Dari pemaparan diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: “Social Influence berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile”

Facilitating conditions merupakan salah satu faktor dalam model UTAUT yang merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan sumber daya yang tersedia dapat mendukung penggunaan teknologi. Faktor ini mencakup persepsi terhadap dukungan pengetahuan, keterampilan, serta perangkat yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu teknologi, seperti aplikasi akuntansi berbasis mobile. Terdapat tiga indikator utama yang menggambarkan facilitating conditions. Kontrol perilaku mencerminkan kemampuan serta akses terhadap sumber daya dan bantuan teknologi. Kondisi yang memfasilitasi mencakup faktor objektif yang mendukung penggunaan sistem, seperti dukungan perangkat keras dan lunak. Sementara itu, kesesuaian merujuk pada sejauh mana teknologi dianggap sesuai dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman pengguna.

Dalam konteks UMKM, tersedianya fasilitas seperti smartphone, akses internet, dan bantuan teknis menjadi faktor pendukung utama dalam penggunaan aplikasi akuntansi. Ketika pelaku UMKM merasa memiliki dukungan infrastruktur yang memadai, kepercayaan diri dan minat untuk mengadopsi aplikasi berbasis mobile akan meningkat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Astiyah & Budiantara (2023), dan Fiddin & Muhammad Arief (2022) bahwa Facilitating conditions berpengaruh terhadap minat menggunakan software akuntansi. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: “ Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile”

Self Efficacy merupakan salah satu komponen utama dalam Social Cognitive Theory (Bandura, 1994). Tiga indikator utama yang mencerminkan self efficacy (Bandura, 1994). Tingkat kesulitan tugas (level), menggambarkan sejauh mana individu merasa mampu menghadapi tantangan teknologi yang bervariasi. Kekuatan keyakinan (strength), menunjukkan seberapa konsisten individu mempertahankan kepercayaan diri saat mengalami kendala, sedangkan generalisasi kemampuan (generality) menunjukkan bahwa keberhasilan dalam menggunakan satu jenis teknologi dapat meningkatkan kesiapan dalam mengadopsi teknologi lain yang serupa.

Self Efficacy diharapkan dapat mendorong minat UMKM untuk menggunakan aplikasi akuntansi, dengan meningkatkan keyakinan mereka terhadap kemampuan sendiri dalam mengelola kegiatan bisnis sehari-hari. Rasa percaya diri ini tidak hanya mempermudah pekerjaan yang sedang dijalankan, tetapi juga menumbuhkan keinginan untuk memulai sesuatu yang baru serta membuka diri terhadap penggunaan teknologi digital. Dengan demikian, self efficacy berperan penting dalam membantu UMKM menjadi lebih siap dan percaya diri dalam mengadopsi aplikasi akuntansi yang mendukung efisiensi dan pertumbuhan usaha mereka. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat self efficacy tinggi cenderung lebih berani mencoba, memahami, serta mengoperasikan aplikasi akuntansi. Penelitian Juliana & Janrosi (2023), dan Natalia & Wi (2021), Self Efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir di bidang perpajakan dan konsultan pajak. Dengan demikian, hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H3: “Self Efficacy berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile”

2.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Definisi operasional variabel disusun berdasarkan teori-teori yang telah dikembangkan dan diteliti sebelumnya. Setiap variabel diukur melalui beberapa indikator yang relevan dengan konteks penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:



Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel	Definisi	Skala	Indikator
Sosial Influence (X1)	Tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan sosialnya yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk menggunakan suatu teknologi baru (Venkatesh et al., 2003).	Likert 1-5	1. Norma Subjektif 2. Faktor Sosial 3. Image
Facilitating Conditions(X2)	Tingkat kepercayaan seseorang bahwa organisasi dan infrastruktur yang dimiliki dapat membantu dalam mendukung penggunaan teknologi baru. (Venkatesh et al., 2003).	Likert 1-5	1. Presepsi kontrol perilaku 2. Kondisi yang mendukung 3. Compatibility (kompatibilitas)
Self Efficacy (X3)	Kepercayaan terhadap kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi guna menyelesaikan pekerjaan atau tugas tertentu (Bandura, 1994)	Likert 1-5	1. Level (Tingkat Kesulitan) 2. Strength (Kekuatan Keyakinan) 3. Generality (Generalisasi Kemampuan)
Minat Menggunakan Aplikasi (Y)	Minat perilaku (behavioral intention) di definisikan sebagai keinginan individu dalam menggunakan suatu teknologi dengan tujuan untuk mencapai apa yang diharapkannya (Venkatesh et al., 2003).	Likert 1-5	1. Keinginan menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Berlanjut dimasa yang akan datang

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi fokus pada penelitian ini pelaku UMKM di Provinsi Bengkulu. Teknik untuk pengambilan sampel, yaitu teknik purposive sampling, di mana pemilihan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria tersebut adalah:

1. UMKM dari berbagai jenis usaha, bidang dan sektor.
2. UMKM yang belum menggunakan aplikasi Akuntansi.

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus (Lemeshow, 1997). karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2} \tag{1}$$

Berdasarkan rumus Lemeshow, *n* mempresentasikan ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, *Z* mempresentasikan Nilai standar distribusi normal yaitu 1.95, kemudian *p* mempresentasikan proporsi estimasi maksimum yaitu 0.5 atau 50 %, dan terakhir *d* mempresentasikan *d* tingkat kesalahan (eror margin) sebesar 0.1 atau 10% pada penelitian ini. Mengetahui sampel penelitian, perhitungannya:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,05 \cdot (1-0,5)}{(0,10)^2} = 96,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96,4 responden. Namun pada Tabel 2 menunjukkan distribusi kuesioner, dengan jumlah responden valid yang berhasil terkumpul dan dianalisis sebanyak 228 responden di Provinsi Bengkulu.

Tabel 2. Distribusi Kuesioner

Keterangan	Kuesioner
Kuesioner yang dibagikan secara online	250
Kuosiner yang kembali	244
Kuesioner yang tidak kembali	6
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	16
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	228

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Tujuannya untuk memperoleh data primer secara langsung dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi responden dalam penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui platform Google Form, sehingga memungkinkan responden untuk mengisi secara mandiri dalam waktu dan tempat yang fleksibel. Hal ini juga mempermudah peneliti dalam



menjangkau responden yang tersebar di berbagai wilayah di Provinsi Bengkulu. Setiap item pada kuesioner diukur menggunakan Skala Likert 1-5 poin, dengan rentang jawaban mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

2.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) berbasis Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Sebelum pengumpulan data utama, dilakukan uji coba instrumen terhadap 30 responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas kuesioner. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai loading factor $\geq 0,7$ dan AVE $> 0,5$, serta reliabel jika nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $\geq 0,7$. Data dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Tahapan analisis dilakukan dalam dua model:

2.5.1 Uji Outer Model

Outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dalam pengukuran konstruk laten. Dengan demikian, model ini memastikan bahwa indikator yang digunakan dapat dengan tepat merepresentasikan variabel laten yang sedang diukur (Imam Ghazali, 2015). Ringkasan hasil pengujian outer model ditampilkan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Outer Model

Uji Validitas dan Realibitas	Pengertian	Ringkasan Rule of Thumb
Convergent Validity (validitas konvergen)	Menilai sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki korelasi tinggi dengan konstruk yang diukurnya.	Standardized loading factor, menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Nilai loading factor ≥ 0.7 dianggap ideal, sedangkan ≥ 0.5 masih dapat diterima secara empiris. Nilai Average Variance Extracted (AVE) harus $> 0,5$ untuk memastikan konstruk memiliki validitas yang cukup.
Discriminant validity (validitas diskriminan)	Menilai apakah konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya.	Cross Loading diharapkan menunjukkan bahwa setiap indikator harus memiliki nilai loading lebih tinggi pada variabel laten yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading pada variabel laten lainnya. Fornell-Larcker, nilai akar Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari nilai korelasi antar variable laten
Reliability (reliabilitas)	Mengukur konsistensi internal indikator dalam satu konstruk	Cronbach's Alpha, nilai batas ≥ 0.7 dapat diterima, dan nilai ≥ 0.8 sangat memuaskan Composite Reliability (CR) nilai batas ≥ 0.7 dapat diterima, dan nilai ≥ 0.8 sangat memuaskan

2.5.2 Uji Inner Model

Inner model, atau model struktural, digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten dalam penelitian, serta melihat besarnya pengaruh antar variabel (Ghozali, 2015). Ringkasan uji inner model disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Inner Model

Uji Model	Pengertian	Ringkasan Rule of Thumb
R-Square (R ²)	Mengukur seberapa besar variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model tersebut.	Jika nilai R ² $\geq 0,67$ = model kuat, Jika nilai R ² $\leq 0,33$ maka model sedang (moderate), sebaliknya Jika nilai R ² $\leq 0,19$ maka model lemah (weak). Menguji hubungan antar variabel dengan melihat Signifikasinya dari nilai t-statistic dan p-value yang diperoleh dari proses bootstrapping method.
Koefisien Path (Path Coefficient)	Kekuatan dan arah (positif atau negatif) hubungan antar variabel laten dalam suatu penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi.	jika t-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$ → hubungan signifikan, jika t-statistic $\leq 1,96$ atau p-value $\geq 0,05$ → hubungan tidak signifikan



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil pengumpulan data kuesioner yang berhasil dikumpulkan dan siap untuk diolah. Penelitian ini berhasil mengumpulkan sebanyak 228 partisipan selama periode 2 bulan lebih, melalui pengisian formulir online (Google Form). Semua responden yang berpartisipasi telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Rincian karakteristik dari para responden dapat dilihat secara detail pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Profil Responden

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	Berdasarkan Bidang Usaha:		
a.	Fashion	17	7,4%
b.	Kerajinan	11	4,8%
c.	Jasa	36	15,7%
d.	Kuliner	68	29,8%
e.	Dagang	81	35,5%
f.	Pertanian atau Peternakan	7	3,7%
g.	Lainya	8	3,5%
	Total	228	100%
2.	Umur Usaha:		
a.	Kurang dari 1 tahun	10	4,3%
b.	1-2 Tahun	60	26,3%
c.	3-5 Tahun	91	39,9%
d.	Lebih dari 5 Tahun	64	28,7%
e.	Lainya	3	1,3%
	Total	228	100%
3.	Lokasi Usaha:		
a.	Bengkulu Selatan	17	7,4%
b.	Bengkulu Tengah	7	3,7%
c.	Bengkulu Utara	12	5,2%
d.	Kaur	35	15,3%
e.	Kepahiang	13	5,7%
f.	Lebong	10	4,3%
g.	Muko - Muko	10	4,3%
h.	Rejang Lebong	41	17,9%
i.	Seluma	19	8,3%
j.	Kota Bengkulu	64	28,7%
	Total	228	100%
4.	Kategori Usaha:		
a.	Usaha Mikro	147	64,4%
b.	Usaha Kecil	79	34,6%
c.	Usaha Menengah	2	0,8%
	Total	228	100%

Berdasarkan data dalam Tabel 5, menunjukkan bahwa bidang usaha, sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi responden bergerak di sektor perdagangan (35,5%) dan kuliner (29,8%), menandakan bahwa kedua bidang ini mendominasi aktivitas ekonomi responden. Sektor jasa menyumbang 15,7%, sedangkan fashion, kerajinan, pertanian atau peternakan, dan kategori lainnya masing-masing berada di bawah 10%. Selanjutnya dari segi umur usaha, sebagian besar responden memiliki usaha yang telah berjalan antara 3 hingga 5 tahun (39,9%), diikuti oleh usaha dengan umur 1–2 tahun (26,3%), dan lebih dari 5 tahun (28,7%). Hanya sebagian kecil usaha yang baru berjalan kurang dari 1 tahun (4,3%) dan lainnya (1,3%). Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas UMKM dalam penelitian ini telah melewati fase awal pembentukan usaha. Berdasarkan lokasi, sebagian besar usaha berlokasi di Kota Bengkulu (28,7%) dan Rejang Lebong (17,9%), sedangkan wilayah seperti Kaur (15,3%), Seluma, Kepahiang, dan Lebong mencatat persentase yang lebih rendah. Dari sisi kategori usaha, mayoritas responden berasal dari usaha mikro (64,4%), menunjukkan dominasi usaha kecil sebanyak (34,6%), sementara hanya (0,8%) yang merupakan usaha menengah.

3.1.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (outer model) pada penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dapat mengukur konstruk laten secara akurat. Pengujian outer model difokuskan pada dua aspek utama, yaitu validitas dan reliabilitas.



3.1.2 Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Uji validitas konvergen dilaksanakan dengan menguji nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), berikut penjelasannya:

Tabel 6. Nilai Outer Loading Factor

Variabel	Nilai Loading Factor
Social Influence (X1)	0.711-0.795
Facilitating Conditions(X2)	0.717-0.781
Self Efficacy (X3)	0.726-0.786
Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile (Y)	0.792-0.847

Dapat dilihat dari Tabel 6, seluruh indikator pada variabel Social Influence, Facilitating Conditions, Self Efficacy, dan Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile memiliki nilai loading factor di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat merefleksikan konstruksinya dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Selanjutnya, pengujian validitas konvergen dilanjutkan dengan melihat nilai Average Variance Extracted (AVE) yang disajikan pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Social Influence (X1)	0.547
Facilitating Conditions(X2)	0.552
Self Efficacy (X3)	0.569
Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile (Y)	0.665

Hasil pada Tabel 7, menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE yang berada pada rentang 0,547 hingga 0,665. Nilai tersebut telah melampaui batas minimum 0,50, yang berarti bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang bersangkutan. Dengan demikian, konstruk Social Influence, Facilitating Conditions, Self Efficacy, dan Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan, temuan dari uji outer loading factor dan AVE ini memperkuat kesimpulan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian sudah valid dalam merepresentasikan konstruksinya masing-masing. Dengan kata lain, model pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada tahap evaluasi model struktural (inner model).

3.1.3 Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Uji diskriminan validasi dilaksanakan dengan menguji nilai cross loading dan fornell-larcker berikut: penjelasannya:

3.1.4 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.

Tabel 8. Cross Loading

	X1	X2.	X3.	Y
X1	0,731	0,567	0,553	0,528
X2	0,718	0,531	0,556	0,545
X2.1	0,531	0,744	0,586	0,493
X2.2	0,527	0,718	0,567	0,506
X2.3	0,559	0,717	0,600	0,511
X2.4	0,633	0,746	0,612	0,513
X2.5	0,581	0,749	0,602	0,548
X2.6	0,614	0,781	0,660	0,562
X3	0,736	0,577	0,613	0,581
X3.1	0,611	0,658	0,750	0,518
X3.2	0,545	0,618	0,765	0,535
X3.3	0,553	0,646	0,741	0,588
X3.4	0,572	0,607	0,726	0,527
X3.5	0,650	0,566	0,757	0,636
X3.6	0,663	0,603	0,786	0,604
X4	0,744	0,572	0,613	0,645
X5	0,711	0,571	0,551	0,519



	X1	X2.	X3.	Y
X6	0,795	0,616	0,637	0,711
Y1	0,657	0,577	0,611	0,847
Y2	0,648	0,561	0,620	0,792
Y3	0,660	0,584	0,620	0,806

Berdasarkan hasil pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk asalnya dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lain. Misalnya, indikator X2.1 memiliki loading tertinggi pada konstruk Facilitating Conditions (X2) (0,744) dibandingkan dengan loading pada konstruk lain, begitu pula indikator Y1 yang memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile (Y) (0,847). Selain itu, semua nilai loading terhadap konstruk asalnya juga berada di atas 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator sudah tepat dalam mengukur variabel masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa model telah memenuhi syarat validitas diskriminan.

3.1.5 Fornell-Larcker

Fornell-Larcker Nilai akar Average Variance Extracted (AVE) > dari konstruk korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya.

Tabel 9. Fornell-Larcker

	X1.	X2.	X3.	Y.
X1.	0,740			
X2.	0,774	0,743		
X3.	0,796	0,815	0,754	
Y.	0,803	0,704	0,757	0,815

Berdasarkan Tabel 9, kriteria untuk menilai validitas Fornell-Larcker dianggap terpenuhi jika tiap indikator variabel mempunyai nilai lebih tinggi dibandingkan nilai dari variabel lainnya. Hasil analisis Fornell-Larcker menunjukkan bahwa validitas diskriminan untuk semua konstruk tergolong baik. Nilai akar AVE untuk X2 (0,743), X3 (0,754), dan Y (0,815). Masing-masing lebih tinggi dari nilai korelasinya dengan konstruk lain. Misalnya, X1 memiliki korelasi 0.774 dengan X2, 0.796 dengan X3, dan 0.803 dengan Y, yang semuanya lebih rendah dari nilai akar AVE-nya. Pola yang sama juga terlihat pada konstruk lainnya, di mana nilai diagonal (cetak tebal) selalu lebih besar dari nilai korelasi pada baris dan kolom yang sama. Hal ini membuktikan setiap konstruk benar-benar berbeda satu sama lain dan memenuhi kriteria validitas diskriminan Fornell-Larcker.

3.1.6 Reliabilitas Komposite (Composite Reality)

Pengujian Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha bertujuan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam suatu model penelitian. Apabila seluruh nilai variabel laten memiliki nilai Composite Reliability maupun Cronbach’s Alpha ≥ 0,70 hal itu berarti konstruk memiliki reliabilitas yang baik atau kuesioner yang digunakan sebagai alat dalam penelitian ini telah konsisten

Tabel 10. Hasil Uji Cronbach Alpha & Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)
X1.	0,835	0,842	0,879
X2.	0,837	0,839	0,881
X3.	0,849	0,851	0,888
Y.	0,747	0,747	0,856

Berdasarkan Tabel 10 diatas, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability lebih besar dari 0,70. Variabel Social Influence (X1), Facilitating Conditions (X2), Self Efficacy (X3), dan Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile (Y) masing-masing menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha berkisar antara 0,747–0,849, sedangkan nilai Composite Reliability (pc) berada pada kisaran 0,856–0,888. Hal ini mengindikasikan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang baik, sehingga instrumen yang digunakan konsisten dalam mengukur konstruk laten yang dimaksud. Dengan kata lain, kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya (reliable) untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Berdasarkan , seluruh variabel laten memiliki nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa masing-masing konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas.

3.1.7 Uji Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural (Inner Model) melibatkan perhitungan R2, dan path coefficient, sebagai berikut:

3.1.8 Coefficient Of Determination-R2



Uji coefficient of determination digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model structural. Berikut adalah tabel hasil estimasi nilai R-Square (R²) dalam penelitian ini.

Tabel 11. Coefficient Of Determination-R²

	R-square	R-square adjusted
Y.	0.684	0.680

Berdasarkan Tabel 11 diatas, hasil analisis Coefficient of Determination (R²) menunjukkan nilai R-square sebesar 0,684 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan sekitar 68,4% variasi dari variabel dependen, yaitu minat menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Sisa varians sebesar 31,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Sementara itu, nilai R-square adjusted sebesar 0,680 mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor, hasil tersebut mengindikasikan bahwa model struktural dalam penelitian ini memiliki daya prediksi yang kuat, karena nilai R² berada di atas 0,67. Nilai R² adjusted yang relatif sama dengan nilai R² juga menunjukkan bahwa model tidak mengalami bias akibat jumlah prediktor yang digunakan, sehingga hasil estimasi dapat dianggap stabil dan reliabel.

3.1.9 Path Coefficient

Uji path coefficient digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten (konstruk) dalam model struktural.

Tabel 12. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	H	Keterangan
X1. -> Y.	0,527	0,471	0,164	3,208	0,001	H1	Diterima
X2. -> Y.	0,064	0,122	0,171	0,376	0,353	H2	Ditolak
X3. -> Y.	0,285	0,286	0,117	2,429	0,008	H3	Diterima

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 12, analisis path coefficient menunjukkan Koefisien bahwa variabel Social Influence (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi berbasis mobile, dengan nilai t-statistic sebesar 3.208 (>1,96) dan p-value sebesar 0,001 (<0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar dorongan sosial yang diterima oleh pelaku UMKM, seperti saran dari orang-orang terdekat maupun pengaruh lingkungan sekitarnya, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tertarik menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Selanjutnya, variabel Facilitating Conditions (X2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi, dengan t-statistic sebesar 0.376 (< dari 1,96) dan p-value sebesar 0.353 (>0,05).

Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas pendukung seperti perangkat teknologi dan akses internet belum cukup memengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi tersebut. Di sisi lain, variabel Self-Efficacy (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi, ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 2.429 (>1,96) dan p-value sebesar 0,008 (<0,05). Hasil ini menggambarkan bahwa semakin tinggi rasa percaya diri pelaku UMKM dalam menguasai serta menjalankan teknologi, maka semakin besar pula minat mereka untuk mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis mobile.

Jika dibandingkan berdasarkan nilai path coefficient, Pengaruh Social Influence (0,321) lebih dominan dibandingkan dengan Self-Efficacy (0,287), sehingga dapat disimpulkan bahwa dorongan sosial dari lingkungan sekitar memiliki kontribusi yang lebih kuat dalam mendorong minat pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Dengan demikian, hipotesis H1 dan H3 diterima, sedangkan hipotesis H2 ditolak. Artinya, faktor sosial dan keyakinan diri terbukti sebagai determinan utama dalam membentuk minat UMKM, sementara kondisi yang memfasilitasi belum memberikan pengaruh yang berarti dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Social Influence terhadap Minat UMKM Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile

Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Social Influence berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat dorongan atau pengaruh dari lingkungan sosial, seperti teman sejawat, keluarga, atau partner bisnis, maka semakin tinggi pula minat pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Ketika mereka melihat rekan atau pesaing menggunakan aplikasi serupa dan mengalami peningkatan efisiensi, hal itu memicu dorongan untuk tidak tertinggal. Rekomendasi positif dari sesama pelaku usaha juga membangun kepercayaan dan reputasi, sehingga menumbuhkan minat untuk ikut mencoba. Selain itu, tren penggunaan yang tersebar luas melalui media sosial dan komunikasi antar UMKM juga meningkatkan daya tarik aplikasi tersebut, membuat semakin banyak UMKM tertarik untuk menggunakannya.



Temuan ini sejalan dengan teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003), yang menyebutkan bahwa Social Influence merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi baru. Dalam kerangka UTAUT, social influence diartikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa orang-orang yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem baru. Dalam konteks UMKM, hasil ini menunjukkan bahwa pandangan orang-orang di sekitar mereka dapat memengaruhi keputusan mereka dalam mengadopsi teknologi. Dukungan sosial, maupun rekomendasi dari pelaku usaha lain yang telah menggunakan aplikasi serupa terbukti dapat meningkatkan minat terhadap penggunaan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriana & Amelia (2023), dan Astiyah & Budiantara (2023), menemukan bahwa Sosial Influence berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis seluler.

3.2.2 Pengaruh Facilitating Conditions terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel Facilitating Conditions tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hasil ini tidak mendukung teori UTAUT dari Venkatesh et al. (2003), yang menyatakan bahwa dukungan teknis dan infrastruktur dapat meningkatkan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Meskipun UMKM memiliki akses teknologi, belum tentu mereka merasa terbantu atau percaya diri untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini justru sejalan dengan temuan Kholid et al. (2020) menemukan bahwa Facilitating Conditions tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi, dan penelitian Putri, N. K. R. D., & Suardikha (2020), menyatakan bahwa keberadaan fasilitas belum tentu meningkatkan minat jika tidak dibarengi dengan pelatihan atau pemahaman yang memadai.

Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) ditolak. Ini menunjukkan bahwa penyediaan sarana saja tidak cukup pendekatan lain seperti, pelatihan dan pendampingan teknis dibutuhkan agar UMKM benar-benar terdorong untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi aplikasi akuntansi berbasis mobile. Salah satu hambatan utama adalah persepsi dan pemahaman yang belum optimal, di mana mereka belum sepenuhnya menyadari manfaat aplikasi ini dalam menyederhanakan pekerjaan, meningkatkan efisiensi, serta meminimalkan kesalahan, sehingga dianggap hanya sebagai alat tambahan yang kurang penting. Selain itu, jika sistem pencatatan manual yang sudah ada masih dirasa cukup, meskipun tidak efisien, kebutuhan untuk beralih ke teknologi baru menjadi tidak mendesak. Kekhawatiran terkait keamanan data juga menjadi faktor lain, karena banyak UMKM masih ragu untuk menyimpan informasi keuangan mereka secara digital akibat risiko kebocoran maupun penyalahgunaan data. Dengan demikian, ketersediaan fasilitas dan dukungan teknis yang ada saat ini di kalangan UMKM Provinsi Bengkulu belum sepenuhnya mampu mendorong minat pelaku usaha untuk menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile, sehingga kondisi ini menjadi hambatan yang cukup berarti. Hambatan tersebut semakin diperkuat oleh resistensi terhadap perubahan, di mana sebagian pelaku UMKM merasa lebih nyaman dengan cara kerja tradisional dan enggan mempelajari teknologi baru, meskipun pada kenyataannya aplikasi tersebut dapat mempermudah pekerjaan mereka.

3.2.3 Pengaruh Self Efficacy terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri pelaku usaha terhadap kemampuan mereka dalam memahami dan mengoperasikan teknologi, maka semakin besar pula ketertarikan mereka untuk memanfaatkan aplikasi tersebut dalam kegiatan bisnis. Temuan ini selaras dengan Social Cognitive Theory yang dikembangkan oleh Bandura (1994), yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menjalankan suatu tindakan. Dalam konteks adopsi teknologi, pelaku UMKM yang merasa mampu mengelola dan menggunakan aplikasi akuntansi cenderung memiliki motivasi yang lebih kuat untuk mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam proses operasional usaha mereka.

Keyakinan ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk lebih mudah menghadapi tantangan, seperti keterbatasan sumber daya atau kendala teknis, karena mereka percaya bahwa hambatan tersebut dapat diatasi melalui proses belajar, uji coba, maupun adaptasi bertahap. Dengan demikian, self-efficacy tidak hanya berperan dalam membentuk minat awal, tetapi juga dalam menjaga konsistensi penggunaan aplikasi dalam jangka panjang. Lebih jauh, rasa percaya diri yang tinggi terhadap penguasaan teknologi menjadi salah satu penentu utama keberhasilan digitalisasi di sektor UMKM. Individu yang memiliki tingkat self-efficacy yang baik akan lebih terbuka terhadap inovasi digital karena tidak menganggap penggunaan teknologi sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas usaha. self-efficacy memengaruhi cara seseorang berpikir, bertindak, dan memotivasi dirinya dalam mencapai tujuan. Keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem operasional usaha. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan self-efficacy pelaku UMKM akan berdampak langsung dalam meningkatnya minat mereka terhadap penggunaan aplikasi akuntansi berbasis mobile sebagai alat bantu untuk pengelolaan keuangan usaha yang lebih efektif dan efisien.

4. KESIMPULAN



Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Influence, Facilitating Conditions, dan Self-Efficacy terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi akuntansi berbasis mobile. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua variabel, yakni Social Influence dan Self-Efficacy, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi digital. Hal ini menegaskan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sekitar serta keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya menjadi faktor determinan yang mendorong adopsi teknologi di kalangan UMKM. Sebaliknya, variabel Facilitating Conditions tidak berpengaruh signifikan, yang mengindikasikan bahwa ketersediaan infrastruktur maupun dukungan teknis belum cukup kuat untuk meningkatkan minat penggunaan apabila tidak didukung oleh faktor psikologis dan sosial. Temuan ini memperkuat kerangka teori UTAUT serta Social Cognitive Theory, yang menempatkan faktor sosial dan efikasi diri sebagai elemen penting dalam proses penerimaan teknologi. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya metode pengumpulan data yang masih terbatas pada survei daring, sehingga belum sepenuhnya mampu menangkap kondisi faktual di lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas metode pengumpulan data, misalnya melalui wawancara tatap muka, atau observasi langsung, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, penting untuk memperhatikan keragaman karakteristik responden, seperti tingkat pendidikan, pengalaman berwirausaha, dan pemahaman teknologi, karena faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi kesiapan serta motivasi dalam mengadopsi aplikasi digital. Penambahan variabel lain yang relevan, juga direkomendasikan agar dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat UMKM dalam menggunakan teknologi akuntansi berbasis mobile.

REFERENCES

- Anisa, D., Nadeak, C. S., Ayu Hafizah, & Hasyim, H. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Bakso Di Kota Medan yang Dimediasi Oleh Kompetensi Kewirausahaan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 24–34. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i01.278>
- Asri, D. P. B. (2018). Pengembangan industri kreatif UMKM asal Yogyakarta melalui pendaftaran “Jogja Co-Branding.” *Kosmik Hukum*, 18(2). <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/KOSMIK/article/view/3448>
- 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 (JAK)*, 28(1), 76–86. <https://doi.org/10.23960/jak.v28i1.792>
- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2023). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia 2023. <https://www.bps.go.id>
- Bakrie, R. R., Suri, S. A., Nabila, Sahara, A., Pratama, V. H., & Firmansyah. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Bandura, A., & Wessels, S. (1994). *Self-efficacy*. *Self Efficacy*, Cambridge: Cambridge University Press., (pp. 4-6). <https://doi.org/10.1002/9781118970843.ch243>
- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67. <https://doi.org/10.32815/jitika.v17i1.890>
- Fiddin, F. F., & Muhammad Arief. (2022). Pengaruh Computer Anxiety, Computer Attitude, Dan Computer Self Efficacy, Kondisi Yang Memfasilitasi Pemakai, Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Komputerisasi Akuntansi Menggunakan Software Akuntansi. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 86–94. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i1.182>
- Fitriana, A., & Amelia, S. R. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruh Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Seluler Pada Umkm Kabupaten Purbalingga. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 14–24. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1124>
- Ghozali, I. (2015). *Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*.
- Juliana, & Janrosi, V. S. E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Akuntansi untuk Berkarir sebagai Konsultan Pajak. *ECo-Buss*, 5(3), 921–934. <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.652>
- Kholid, M. N., Alvian, S., & Tumewang, Y. K. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi akuntansi mobile oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di indonesia. *Journal of Accounting and Strategic Finance Vol.3 No.1 June 2020*, Pp. 52–70. ISSN, 3(1), 52–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.74>
- 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. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4771>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of sample size in health studies*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Natalia, P., & Wi, P. (2021). Pengaruh Motivasi, Self Efficacy, Pertimbangan Pasar Kerja, Penghargaan Finansial, Pengakuan Profesional, dan Nilai – nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Berkarir di Bidang Perpajakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Unive. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Nurhasanah, S., Santoso, W. P., & Puri, P. A. (2023). Penerapan Aplikasi Akuntansi pada UMKM. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3548–3559. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5151>
- 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/https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>
- Rahayu, I., Kharisma, D. A. N., Setyono, P., & Cahyawati, N. E. (2023). Investigasi Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Menggunakan Cloud Accounting. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(1), 312–322. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol20.iss1.art1>
- Siswoyo Haryono. (2016). *Metode SEM AMOS LISREL PLS*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (M. 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.
- UKM, K. K. dan. (2022). Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM RI. <https://kemenkopukm.go.id>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Towar a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>