

Adopsi E-Katalog Pengadaan Barang dan Jasa Pada UMKM Kabupaten Banjar Menggunakan *Technology Accaptence Model*

Ahyar Rahmatullah^{1*}

¹Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
Jl. Brig Jend. Hasan Basri, Banjarmasin, 70123, Indonesia

Arief Budiman²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. Brig Jend. Hasan Basri, Banjarmasin, 70123, Indonesia

* E-mail: rahmatullahahyar601@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to explain and analyze the Adoption of E-Catalog in Banjar Regency MSMEs using the Technology Acceptance Model (TAM) consisting of exogenous variables, namely Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and endogenous variables, namely Attitude Toward Using, Behavioral Intention and Actual Use. Respondents in this study were 341 MSMEs registered in the Banjar Regency E-Catalog. This study uses the SEM (Structural Equation Model) analysis method. The results of the study indicate that Perceived usefulness has a significant effect on Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Behavioral Intention, and Behavioral Intention has a positive and significant effect on Actual Usage. While Perceived Usefulness does not have a significant effect on Behavioral Intention and Attitude Toward Using does not have a significant effect on Behavioral Intention E-Catalog of Banjar Regency MSMEs.

Keyword: Behavioral Intention, e-catalogue procurement, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, and Technology Acceptance Model

Abstraks

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis Adopsi E- Katalog pada UMKM Kabupaten Banjar menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yang terdiri dari variabel eksogen yaitu Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan variabel endogen yaitu Attitude Toward Using, Behavioral Intention dan Actual Use. Responden dalam penelitian ini sebanyak 341 UMKM yang terdaftar di E-Katalog Kabupaten Banjar. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM (Structural Equation Model). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention, dan Behavioral Intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap Actual Usage. Sedangkan Perceived Usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dan Attitude Toward Using tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar

Kata kunci: Model Penerimaan Teknologi, Niat Perilaku, pengadaan e-katalog, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Penggunaan

Sitasi: Rahmatullah, Ahyar dan Budiman, Arief. (2024). Adopsi E-Katalog Pengadaan Barang Dan Jasa Pada Umkm Kabupaten Banjar Menggunakan Technology Accaptence Model. Jurnal Wawasan Manajemen, 12(3): 193-204

1. Pendahuluan

UMKM di Indonesia selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting dalam penggerak perekonomian Negara (Suhaili & Sugiharsono, 2019; Maksun dkk., 2020; Hernita dkk., 2021; Juanda dkk., 2023; dan Putritamara dkk., 2023). Di Indonesia besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah, hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern, dan ada pula yang melanjutkan bisnis keluarga secara turun temurun. Namun, walaupun pertumbuhan UKM di Indonesia dan beberapa Negara Asean semakin tinggi, tetapi jumlah pertumbuhan yang dialami oleh Indonesia masih tertinggal dari beberapa Negara Asia. Namun, kenaikan tersebut dinilai masih jauh dibandingkan beberapa negara lain seperti Singapura (41%), Thailand (41%), dan Tiongkok (60%). Jadi, target kontribusi ekspor UMKM diharapkan meningkat menjadi 17% di 2024. Sebagai contohnya dari Negara Filipina dan Vietnam yang memiliki pertumbuhan lebih tinggi dari Indonesia.

Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia pada tahun 2020 mengalami terpaan dari dampak lesunya perekonomian nasional yang pada kuartal ke II tahun 2020 Indonesia ke arah resesi dengan pertumbuhan minus 5.32% (www.money.kompas.com). Lesunya perekonomian diakibatkan karenakan dampak dari adanya pandemi Covid-19. Banyak UMKM yang bangkrut dan menurun pendapatannya. Sedikitnya 39,9% usaha kecil menengah (UKM) memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat Covid-19. Sementara itu, 16,1% UKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup (www.ekonomi.bisnis.com).

Banyak sekali kendala saat ini yang harus dihadapi UMKM diantaranya kekurangan modal usaha, kekurangan akses terhadap teknologi yang tidak sebanding dengan perkembangan teknologi (Billah & Nuntupa, 2021; Juliannisa & Siswantini, 2021; Ertiyant & Latifah, 2022; dan Harmadji & Sunardi, 2023). Selain itu UMKM memiliki keterbatasan dalam pemasaran produk, kurangnya kualitas sumber daya manusia. Terlebih lagi pengelolaan manajemen UMKM yang masih bersifat tradisional belum ke arah modern.

Pengadaan barang dan jasa pemerintah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam mewujudkan pembangunan. Dilihat dari berbagai perspektif, kemajuan Indonesia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas tersebut. Di bidang perekonomian, pembangunan sarana dan prasarana penunjang pertumbuhan perekonomian terwujud melalui mekanisme pengadaan barang dan jasa pemerintah di bidang sosial, pengadaan barang dan jasa pemerintah untuk peningkatan fasilitas kesehatan, pendidikan, dan pengentasan kemiskinan juga membantu mengatasi sebagian masalah sosial.

Guna mengikuti perkembangan teknologi dan informasi khususnya dalam sektor pengadaan barang/jasa pemerintah, untuk mendapatkan pengadaan barang/jasa pemerintah secara cepat, tepat, transparansi dan efisien, maka pemerintah mengeluarkan Aturan terbaru mengenai Katalog Elektronik adalah Peraturan Presiden No. 12 tahun 2021 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah dan Peraturan LKPP No. 9 tahun 2021 tentang Toko Daring dan Katalog Elektronik dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Melalui Perpres tersebut telah diatur pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik atau e-katalog sedikit banyak memberikan dampak yang cukup signifikan dalam perbaikan proses pengadaan/barang/jasa. Terjadi peningkatan efisiensi penghematan uang negara dan meningkatnya transparansi dalam proses pengadaan barang/jasa dibanding sebelumnya

Guna menindaklanjuti Instruksi Presiden Republik Indonesia No 02 Tahun 2022 Tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Produk Mikro, Usaha Kecil dan Ko-perasi, Pemerintah Kabupaten Banjar mengeluarkan Instruksi Bupati Banjar Nomor D6.02/719/ DKUMPP Tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Produk Mikro, Usaha Kecil dan Koperasi dalam menyukseskan Gerakan nasional bangga buatan Indonesia pada pelaksanaan pengadaan barang/jasa pemerintah dilingkungan pemerintah kabupaten Banjar.

UMKM di Kabupaten Banjar yang terdaftar di E-Katalog berjumlah 341 UMKM. Namun tidak semuanya pernah bertransaksi di E-Katalog, sedangkan etalase berjumlah 23 jenis etalase. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM yang terdaftar dan tidak terdaftar bahwa banyak dari mereka yang masih gagap teknologi karena dari mereka banyak yang sudah berumur dan juga menurut pengakuan UMKM yang terdaftar banyak dari mereka yang kurang bisa fast respon bila ada notifikasi pengadaan permintaan barang/jasa sehingga terlewatkan. Kurangnya sosialisasi dari pemerintah juga menjadi salah satu faktor kurangnya UMKM yang terdaftar. Banyak UMKM yang protes karena pertimbangan pemilihan di setiap pengadaan padahal mereka sudah memberikan harga terbaik hal inilah yang membuat UMKM kurang tertarik mengupdate dan melihat pengadaan apa saja yang ada di E-Katalog.

Research Gap dari penelitian-penelitian tersebut belum menemukan kesepakatan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi internet banking. Penyebab utama dari perbedaan hasil penelitian-penelitian tersebut adalah perbedaan model yang digunakan. Salah satu model yang banyak digunakan sebagai dasar penelitian mengenai pengadopsian teknologi oleh pengguna akhir (*end user*) adalah *Technology Acceptance Model* (Davis, 1986). Banyaknya penelitian yang menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai model dasar dikarenakan kesederhanaan dan kemampuan dalam menjelaskan hubungan sebab akibat (Ayaz & Yanartaş, 2020; Bansah & Darko Agyei, 2022; Alwi & Said, 2023; dan Renaldy & Susilowati, 2024). Tujuan utama TAM adalah memberikan kerangka dasar untuk mencari tahu pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna (Davis, 1989). TAM menganggap bahwa dua keyakinan individual, yakni persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sebagai faktor utama perilaku dalam menggunakan teknologi. Pada penelitian ini menggunakan TAM sebagai model dasar, namun variabel perilaku niat untuk menggunakan (*behavioral intention*) dan sikap (*attitude toward using*) dan ukuran-ukuran penggunaan sesungguhnya (*Actual Use*) yang tersedia (Davis, 1989; Davis, 1993; Davis, Bagozzi, Warshaw, 1989; Lah et al., 2020).

Hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H₁: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use E-Katalog*
- H₂: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention E-Katalog*
- H₃: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use E-Katalog*
- H₄: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention E-Katalog*
- H₅: *Attitude of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention E-Katalog*
- H₆: *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use E-Katalog*

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatory. Pemilihan jenis penelitian tersebut adalah untuk menjelaskan pengaruh variable *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *Attitude of Use*, *Behavioral Intention* dan *Actual Use*.

Menurut Singarimbun & Effendi (2011), penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Karena alasan utama dari penelitian eksplanatori adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan maka diharapkan melalui penelitian ini dapat dijelaskan hubungan dan pengaruh dari variabel-variabelnya. Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik sampling jenuh*. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan populasi atau seluruh responden yang berjumlah 341 UMKM.

Definisi Operasional

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian dan pemetaan teori yang dijelaskan sebelumnya, dapat dihasilkan indikator-indikator variabel. Indikator-indikator variabel diadopsi dari Davis (1989), serta beberapa modifikasi atas indikator tersebut sehingga operasional variabel disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Penjelasan	Indikator	Sumber
<i>Perceived usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	<i>Perceived usefulness</i> didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana penggunaan E-Katalog dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya	1. Kerja lebih cepat ($X_{1.1}$) 2. Meningkatkan Kinerja ($X_{1.2}$) 3. Meningkatkan produktivitas ($X_{1.3}$) 4. Meningkatkan Efektivitas ($X_{1.4}$) 5. Pekerjaan lebih mudah ($X_{1.5}$) 6. Bermanfaat ($X_{1.6}$)	Davis (1989), Gefen <i>et al.</i> (2003) dan Yahyapour (2008)
<i>Perceived ease of use</i> (Persepsi Kemudahan)	<i>Perceived ease of use</i> didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa E-Katalog membawa suatu kemudahan bagi pengguna	1. Mudah dipelajari ($X_{2.1}$) 2. Mudah dipahami ($X_{2.2}$) 3. Mudah sehingga mahir ($X_{2.3}$) 4. Mudah diingat ($X_{2.4}$) 5. Mudah dikendalikan ($X_{2.5}$) 6. Mudah digunakan ($X_{2.6}$)	
<i>Attitude of Use</i> (Sikap)	<i>Attitude of Use</i> dikonsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.	1. Menyenangkan ($Y_{1.1}$) 2. Menikmati ($Y_{1.2}$) 3. Dinilai perlu ($Y_{1.3}$) 4. Semua UMKM harus menggunakan ($Y_{1.4}$) 5. Ide yang bijaksana ($Y_{1.5}$)	Kusuma dan Susilowati (2007); Yahyapour (2008)
<i>Behavioral Intention</i>	<i>Behavioral Intention</i> suatu	1. Rencana ($Y_{2.1}$)	

Variabel	Penjelasan	Indikator	Sumber
<i>Actual Use</i> (Penggunaan Sesungguhnya)	indikasi dari bagaimana orang bersedia untuk mencoba dan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri	2. Niat ($Y_{2,2}$) 3. Prediksi ($Y_{2,3}$)	Rigopoulos dan Askounis (2007), dan Eriksson (2005)
	<i>Actual Use</i> dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan	1. Kontinu ($Y_{3,1}$) 2. Frekuensi Penggunaan ($Y_{3,2}$) 3. Menggunakan untuk mengembangkan usaha ($Y_{3,3}$)	

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan responden Perempuan sebesar 179 orang atau 52,5%. Sedangkan responden laki-laki yaitu sebesar 162 orang atau 47,5%. Hal ini karena kebanyakan bidang usaha makanan dan minuman hingga ATK dimiliki oleh kaum perempuan di Kabupaten Banjar.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gender	Jumlah	Persentase
Laki-laki	162	9,7%
Perempuan	179	61,3%
Total	341	100%

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan sebagian besar responden berusia 31 tahun sampai dengan 40 tahun yaitu 209 responden atau 61,3%. Sedangkan karakteristik usia terendah yaitu responden berusia lebih dari 50 tahun yaitu 6 orang atau 1,8%. Hal ini karena pada usia 31-40 tahun merupakan usia dimana seseorang sudah memiliki niat dan pengalaman dalam menjalankan usaha terlepas mereka sambil bekerja dilain ataupun sudah tidak bekerja lagi.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-30 tahun	33	9,7%
31-40 tahun	209	61,3%
41-50 tahun	93	27,3%
50 tahun	6	1,8%
Total	341	100%

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan lama usaha yang paling banyak 4 sampai 6 tahun sebanyak 150 orang atau 44%. Sedangkan yang terendah yaitu kurang dari 1 tahun yaitu 25 orang atau 7,3%. Hal ini karena kebanyakan usaha yang terdaftar di Ka-

bupaten Banjar sudah berusia 4-6 tahun, ini merupakan umur usaha yang sudah cukup matang karena bisa bertahan selama ini.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	25	7,3%
1 - 3 tahun	108	31,7%
4 - 6 tahun	150	44%
6 tahun	58	17%
Total	341	100%

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan Pendidikan terakhir yang paling banyak yaitu SMA sebanyak 197 orang atau 57,8%. Sedangkan yang terendah yaitu SMP sebanyak 8 orang atau 2,3%. Hal ini dikarenakan banyak pelaku usaha yang setelah lulus sekolah menengah atas berkeinginan membuka usaha dan juga beberapa ada yang meneruskan usaha orang tuanya.

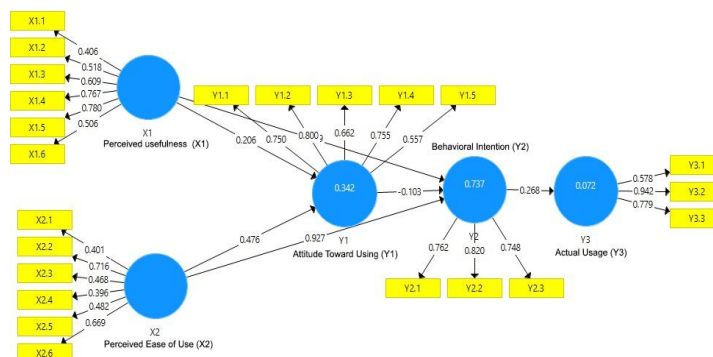
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	8	2,3%
SMA	197	57,8%
Diploma	45	13,2%
Strata 1	90	26,4%
Total	341	100%

Inner Model

Dalam analisis SEM-PLS ada evaluasi *measurement model* (*outer model*) dan *structural model* (*inner model*). *Measurement model* digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu indikator yang diuji, sedangkan *structural model* digunakan untuk menguji signifikansi parameter yang dirumuskan dalam hipotesis. Uji validitas pada *measurement model* meliputi *convergent validity* dengan kriteria nilai faktor loading sebesar $> 0,7$ dan nilai *average variance extracted* (AVE) $> 0,5$ dan *discriminant validity* dengan nilai akar kuadrat AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel Uji reliabilitas pada *measurement model* yaitu dengan kriteria dilihat dari *composite reliability* $> 0,70$ dan *cronbach alpha coefficient* $> 0,7$ (Ghozali, 2012: 38).

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disusun, model struktural dalam penelitian ini sebagaimana disajikan pada gambar 1.



Gambar 1 Hasil Pengujian Model Penelitian

Tabel 6. Outer Models Setelah Penghapusan

Item Indikator	Outer Loadings	AVE	Composite Reliability	Cronbach Alpha
<i>Perceived usefulness</i> (X ₁)				
X _{1.4}	0,895	0,701	0,823	0,583
X _{1.5}	0,775			
<i>Perceived Ease of Use</i> (X ₂)				
X _{2.2}	1,000	1,000	1,000	1,000
<i>Attitude of Use</i> (Y ₁)				
Y _{1.2}	0,846	0,730	0,844	0,630
Y _{1.4}	0,863			
<i>Behavioral Intention</i> (Y ₂)				
Y _{2.1}	0,946	0,704	0,823	0,622
Y _{2.2}	0,716			
<i>Actual Usage</i> (Y ₃)				
Y _{3.2}	0,960	0,768	0,868	0,733
Y _{3.3}	0,784			

Catatan: *) indikator valid apabila *outer loadings* > 0,70

**) indikator reliabel apabila AVE > 0,50, *composite reliability* > 0,60 dan *cronbach alpha* > 0,70

Berdasarkan sajian data dalam tabel 6 setelah penghapusan atau *outlier*, diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak yang memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,50 maka dapat dikatakan memenuhi *convergent validity*. Sehingga indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Discriminant Validity

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui keseluruhan indikator memenuhi kriteria *discriminant validity*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode yaitu dengan melihat nilai FLC dan *cross loadings* untuk masing-masing variabel dan dipersyaratkan AVE nilainya harus > 0,5 untuk model yang baik.

Tabel 7 Nilai FLC Discriminant Validity

	<i>Actual Usage</i>	<i>Attitude of Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Actual Usage</i>	0,876				
<i>Attitude of Use</i>	0,347	0,854			
<i>Behavioral Intention</i>	0,300	0,320	0,839		
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,311	0,295	0,946	1,000	
<i>Perceived Usefulness</i>	0,314	0,307	0,234	0,205	0,837

Tabel 8 Nilai Average Variant Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₁)	0,701
<i>Perceived Ease of Use</i> (X ₂)	1,000
<i>Attitude of Use</i> (Y ₁)	0,730
<i>Behavioral Intention</i> (Y ₂)	0,704
<i>Actual Usage</i> (Y ₃)	0,768

Berdasarkan hasil dimana konstruk *Perceived usefulness* (X₁) memiliki nilai 0,701 > 0,50, konstruk *Perceived Ease of Use* (X₂) memiliki nilai 1,000 > 0,50, konstruk *Attitude*

of Use (Y_1) memiliki nilai $0,730 > 0,50$, konstruk *Behavioral Intention* (Y_2) memiliki nilai $0,704 > 0,50$, konstruk *Actual Usage* (Y_3) memiliki nilai $0,768 > 0,50$ (Tabel 8).

Hasil Composite Reliability

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas konstruk yang dapat dilihat dari *composite reliability* $> 0,60$. Dari Tabel 9 berdasarkan hasil dimana konstruk *Perceived usefulness* (X_1) memiliki nilai $0,823 > 0,60$, konstruk *Perceived Ease of Use* (X_2) memiliki nilai $1,000 > 0,60$, konstruk *Attitude of Use* (Y_1) memiliki nilai $0,844 > 0,60$, konstruk *Behavioral Intention* (Y_2) memiliki nilai $0,823 > 0,60$, konstruk *Actual Usage* (Y_3) memiliki nilai $0,868 > 0,60$ dapat diketahui nilai *composite reliability* $> 0,60$ sehingga keseluruhan variabel telah memenuhi *composite reliability*. Berdasarkan sajian data pada tabel 5 dan 6, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,6$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite realibility* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

Tabel 9 Nilai Composite Reliability

Variabel	Nilai Composite Reliability
<i>Perceived Usefulness</i> (X_1)	0,823
<i>Perceived Ease of Use</i> (X_2)	1,000
<i>Attitude of Use</i> (Y_1)	0,844
<i>Behavioral Intention</i> (Y_2)	0,823
<i>Actual Usage</i> (Y_3)	0,868

Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program smartPLS 3.0, diperoleh nilai *R-Square* sebagaimana disajikan pada tabel 10. Tabel 10 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel *Attitude of Use* (Y_1) diperoleh sebesar 0,150 yang berarti bahwa *Perceived Usefulness* (X_1) dan *Perceived Ease of Use* (X_2) mampu menjelaskan *Attitude of Use* (Y_1) sebesar 15%. Nilai *R-square* juga terdapat pada variabel *Behavioral Intention* (Y_2) diperoleh sebesar 0,898 yang berarti bahwa *Perceived Usefulness* (X_1) dan *Perceived Ease of Use* (X_2) dan *Attitude of Use* (Y_1) mampu menjelaskan *Behavioral Intention* (Y_2) sebesar 89,8%. Terakhir nilai *R-square* juga terdapat pada variabel *Actual Usage* (Y_3) diperoleh sebesar 0,090 yang berarti bahwa *Perceived Usefulness* (X_1) dan *Perceived Ease of Use* (X_2), *Attitude of Use* (Y_1) dan *Behavioral Intention* (Y_2) mampu menjelaskan *Actual Usage* (Y_3) sebesar 9%.

Tabel 10 Nilai R-square

	R Square
<i>Perceived Usefulness</i> (X_1)	
<i>Perceived Ease of Use</i> (X_2)	
<i>Attitude of Use</i> (Y_1)	0,150
<i>Behavioral Intention</i> (Y_2)	0,898

Uji Hipotesis

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *t-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinya-

takan diterima apabila nilai *P- Values* < 0,05. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui *inner model* (Tabel 11).

Tabel 11 *Path Coefficients*

Pengaruh Langsung	t statistics	p values	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> -> <i>Attitude of Use</i>	5,015	0,000	Signifikan
<i>Perceived Ease of Use</i> -> <i>Attitude of Use</i>	5,141	0,000	Signifikan
<i>Perceived Usefulness</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	1,655	0,098	Tidak Signifikan
<i>Perceived Ease of Use</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	61,121	0,000	Signifikan
<i>Attitude of Use</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	1,712	0,087	Tidak Signifikan
<i>Behavioral Intention</i> -> <i>Actual Usage</i>	5,893	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 11 bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (5,015 > 1,967) dan *p values* (0,000 < 0,05). Artinya, Hipotesis pertama diterima dan membuktikan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use* E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar. Hipotesis kedua *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (5,141 > 1,967) dan nilai *p values* (0,000 < 0,05). Artinya, Hipotesis kedua diterima dan membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude of Use* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar. *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (1,655 < 1,967) dan nilai *p values* (0,098 > 0,05). Artinya, Hipotesis ketiga ditolak dan hal ini membuktikan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (61,121 > 1,967) dan nilai *p values* (0,000 < 0,05). Artinya, Hipotesis keempat diterima dan membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar. *Attitude of Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (1,712 < 1,967) dan nilai *p values* (0,087 > 0,05). Artinya, Hipotesis kelima ditolak dan hal ini membuktikan bahwa *Attitude of Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar. *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage* hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *t statistics* (5,893 > 1,967) dan nilai *p values* (0,000 < 0,05). Artinya, Hipotesis keenam diterima dan hal ini membuktikan bahwa *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar.

Pengaruh tidak langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Attitude of Use* memiliki nilai *P value* sebesar 0,153 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak adanya pengaruh secara tidak langsung antara *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* pada E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar melalui *Attitude of Use*. Pengaruh tidak langsung *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Attitude of Use* memiliki nilai *P value* sebesar 0,159 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak adanya pengaruh secara tidak langsung antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention* pada E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar melalui *Attitude of Use*. Pengaruh tidak langsung *Perceived Usefulness* terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention* memiliki nilai *P value* sebesar 0,115 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak adanya pengaruh secara tidak langsung antara *Perceived Usefulness* terhadap *Actual Use* pada E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar melalui *Behavioral Intention*. Pengaruh

tidak langsung *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention* memiliki nilai *P value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya adanya pengaruh secara tidak langsung antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Actual Use* pada E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar melalui *Behavioral Intention*. Pengaruh tidak langsung *Attitude of Use* terhadap *Actual Use* melalui *Behavioral Intention* memiliki nilai *P value* sebesar 0,145 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak adanya pengaruh secara tidak langsung antara *Attitude of Use* terhadap *Actual Use* pada E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar melalui *Behavioral Intention*.

Tabel 12 Pengaruh Tidak Langsung

	P Values
<i>Attitude Toward Using -> Actual Usage</i>	0,145
<i>Attitude Toward Using -> Behavioral Intention</i>	
<i>Behavioral Intention -> Actual Usage</i>	
<i>Perceived Ease of Use -> Actual Usage</i>	0,000
<i>Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using</i>	
<i>Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention</i>	0,159
<i>Perceived Usefulness -> Actual Usage</i>	0,115
<i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using</i>	
<i>Perceived Usefulness -> Behavioral Intention</i>	0,153

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil simpulan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using* E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar, *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* E-Katalog UMKM Kabupaten Banjar. Sedangkan *Attitude Toward Using* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar dan *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Usage* E- Katalog UMKM Kabupaten Banjar.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat dilakukan adalah Bagi Pemerintah Kabupaten Banjar agar dapat meningkatkan kemudahan penggunaan E-Katalog melalui fleksibilitas yang dimiliki dengan cara memperluas penyebaran fitur yang dapat membuat UMKM lebih tertarik menggunakan E-Katalog dalam bertransaksi dan juga membuat UMKM yang belum mendaftar di E-Katalog tertarik untuk mendaftarkan usaha dan produknya di E-Katalog Kabupaten Banjar. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penambahan variabel atau perubahan model seperti UTAUT atau UTAUT 2 untuk meneliti penggunaan lebih dalam.

Daftar Pustaka

Alwi, M., & Said, L. R. (2023). Penerimaan Layanan Bank Digital Dengan Technology. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 13–37.

- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2(March). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Bansah, A. K., & Darko Agyei, D. (2022). Perceived convenience, usefulness, effectiveness and user acceptance of information technology: evaluating students' experiences of a Learning Management System. *Technology, Pedagogy and Education*, 31(4), 431–449. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2022.2027267>
- Billah, Z. I., & Nuntupa, N. (2021). Peran Dan Kendala Fintech Syariah Pada Umkm. *Ar-Ribhu : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 256–266. <https://doi.org/10.55210/arribhu.v2i2.671>
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Davis, F.D, Bagozzi, R.P & Warshaw, PR (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, *International Journal Management Machine Studies*, August, 35(8), 982–1003.
- Davis, F.D. (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral, *International Journal Management Machine Studies*, 38, 475–487.
- Erikson, K., Katri, K., dan Daniel, N., (2005). Customer Acceptance of Internet Banking in Estonia, *International Journal of Bank Marketing*, 23(2), 200– 216.
- Ertiyant, W. F., & Latifah, F. N. (2022). Peran Bank Syariah Terhadap Pembiayaan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 199–206. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9398](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9398)
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang : badan penerbit Universitas Diponegoro
- Harmadji, D. E., & Sunardi, S. (2023). Digital Accounting, Behavior, and Innovation on the financial performance of SMEs. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 6(5), 66–76. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afr/article/view/10179>
- Hernita, H., Surya, B., Perwira, I., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic business sustainability and strengthening human resource capacity based on increasing the productivity of small and medium enterprises (SMES) in Makassar city, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6), 1–37. <https://doi.org/10.3390/su13063177>
- Juanda, R., Risky, M., & Ilham, R. N. (2023). The Influence of Growth of Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) and Unemployment on growth Indonesian Economy. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(1), 188–202. <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS>
- Juliannisa, I. A., & Siswantini, T. (2021). Mapping Financial Potential f Small and Medium Enterprises (SMEs) and The Economic Sector of Serang District. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 30–40. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.30>
- Kusuma, H., dan Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan *Internet Banking*: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI*, 11(2), Desember, 125–139.
- Lah, U., Lewis, J. R., & Šumak, B. (2020). Perceived Usability and the Modified Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(13), 1216–1230. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1727262>

- Maksum, I. R., Sri Rahayu, A. Y., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030050>
- Putritamara, J. A., Hartono, B., Toiba, H., Utami, H. N., Rahman, M. S., & Masyithoh, D. (2023). Do Dynamic Capabilities and Digital Transformation Improve Business Resilience during the COVID-19 Pandemic? Insights from Beekeeping MSMEs in Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031760>
- Rigopoulos, G.,Dimitrios, A. (2007). A TAM Framework to Evaluate User's Perception Toward Online Electronic Payments. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Desember, 12(3), 1-5.
- Renaldy, M., & Susilowati, C. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 216-228. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.22>
- Suhaili, M., & Sugiharsono, S. (2019). Role of MSME in Absorbing Labor and Contribution to GDP. *Economics Development Analysis Journal*, 8(3), 301-315. <https://doi.org/10.15294/edaj.v8i3.35229>
- Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Katalog Elektronik
- Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah.