

## PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM: SEBUAH TINJAUAN SISTEMATIS

**Dzidane Aprillianur Wardana <sup>1\*</sup>, Hamdani <sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mulawarman, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Informatika, Universitas Mulawarman, Indonesia

Correspondence		
Email: <a href="mailto:dzidanewardanagaim@gmail.com">dzidanewardanagaim@gmail.com</a>	No. Telp:	
Submitted: 21 Mei 2026	Accepted: 24 Mei 2026	Published: 25 Mei 2026

### ABSTRACT

*This article reviews 37 research studies published between 2019 and 2025 to understand how three important factors from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology namely performance expectancy, effort expectancy, and social influence affect the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises. The review finds that performance expectancy, which is the belief that using technology improves work results, is the most consistent factor in driving both technology adoption and business performance. Social influence, or the encouragement from family, friends, and business peers, also plays a strong role, particularly in cultures that value community and togetherness. In contrast, effort expectancy, which refers to how easy a technology is to use, shows mixed results; its importance depends heavily on the user's prior experience, age, and the complexity of the technology. The review also confirms that these three factors do not directly improve business performance unless they first lead to actual technology adoption. The findings suggest that owners of small and medium enterprises should focus on technologies with clear performance benefits and seek support from their business networks. Policymakers are advised to provide training programs that reduce the perceived difficulty of using technology, especially for older or less experienced entrepreneurs. Limitations include the fact that most studies were conducted in Southeast Asia and used cross-sectional methods, which cannot prove cause and effect over time.*

**Keywords:** effort expectancy; MSME performance; performance expectancy; social influence; technology adoption

### ABSTRAK

Artikel ini mengulas 37 studi penelitian yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2025 untuk memahami bagaimana tiga faktor penting dari Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial memengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Hasil ulasan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, yaitu keyakinan bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan hasil kerja, merupakan faktor paling konsisten dalam mendorong adopsi teknologi sekaligus kinerja bisnis. Pengaruh sosial, atau dorongan dari keluarga, teman, dan rekan usaha, juga berperan kuat, terutama pada masyarakat yang menjunjung tinggi kebersamaan. Sebaliknya, ekspektasi usaha, yaitu kemudahan penggunaan teknologi, menunjukkan hasil yang beragam; tingkat kepentingannya sangat bergantung pada pengalaman sebelumnya, usia pengguna, dan kerumitan teknologi. Ulasan ini juga menegaskan bahwa ketiga faktor tersebut tidak secara langsung meningkatkan kinerja bisnis, kecuali jika terlebih dahulu mendorong terjadinya adopsi teknologi secara nyata. Temuan ini menyarankan pemilik usaha kecil dan menengah untuk memilih teknologi yang memberi manfaat kinerja jelas serta memanfaatkan dukungan dari jaringan bisnis mereka. Para pembuat kebijakan disarankan menyediakan program pelatihan yang mengurangi kesulitan dalam menggunakan teknologi, terutama bagi wirausaha yang lebih tua atau kurang berpengalaman. Keterbatasan ulasan ini antara lain karena sebagian besar studi dilakukan di Asia Tenggara dan menggunakan metode potret waktu, sehingga tidak dapat membuktikan hubungan sebab-akibat dalam jangka panjang.

**Kata kunci:** adopsi teknologi; ekspektasi kinerja; ekspektasi usaha; kinerja UMKM; pengaruh sosial

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disebut UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia maupun negara berkembang lainnya. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari enam puluh persen Produk Domestik Bruto dan menyerap hampir sembilan puluh tujuh persen tenaga kerja. Hal serupa juga terjadi di Malaysia dan Bangladesh, dimana UMKM menjadi tulang punggung penyerapan tenaga kerja serta ketahanan ekonomi nasional. Namun demikian, di tengah pesatnya transformasi digital,

UMKM seringkali menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi digital seperti dompet elektronik, kode respon cepat standar Indonesia yang dikenal dengan QRIS, layanan beli sekarang bayar nanti, kecerdasan buatan, maupun komputasi awan. Rendahnya tingkat adopsi teknologi ini menjadi penghambat peningkatan kinerja dan daya saing UMKM.

Salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi adalah Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh dan koleganya pada tahun 2003. Teori ini memiliki empat konstruk utama, namun tiga di antaranya paling sering diteliti dalam konteks UMKM. Ketiga konstruk tersebut adalah ekspektasi kinerja, yaitu keyakinan bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan hasil pekerjaan; ekspektasi usaha, yaitu persepsi tentang kemudahan penggunaan teknologi; dan pengaruh sosial, yaitu dorongan dari orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, atau rekan usaha.

Berbagai penelitian telah menggunakan ketiga konstruk tersebut untuk memprediksi adopsi teknologi di kalangan UMKM. Namun, hasil penelitian yang menghubungkan ketiga faktor tersebut dengan kinerja aktual UMKM masih jarang dilakukan dan menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Beberapa studi menemukan bahwa ekspektasi kinerja merupakan faktor yang paling kuat pengaruhnya, sementara studi lain melaporkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh secara signifikan. Demikian pula dengan ekspektasi usaha, ada penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan namun ada pula yang tidak. Untuk pengaruh sosial, sebagian besar penelitian di Indonesia dan negara Asia Tenggara lainnya menemukan pengaruh yang kuat, tetapi beberapa penelitian di negara lain justru melaporkan sebaliknya.

Ketidakkonsistenan hasil ini menimbulkan kesenjangan pengetahuan yang perlu dijawab. Sampai saat ini, belum ada kajian sistematis yang secara khusus menyintesis bagaimana ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial mempengaruhi kinerja UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merangkum dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu guna memberikan gambaran yang jelas dan terpercaya tentang arah, kekuatan, serta kondisi-kondisi yang mempengaruhi hubungan ketiga faktor tersebut terhadap kinerja UMKM. Hasil dari tinjauan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemilik UMKM dalam mengambil keputusan adopsi teknologi, serta bagi para pembuat kebijakan dalam merancang program pendampingan digitalisasi yang tepat sasaran.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### 2.1 Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT)

Bagian Teori yang menjadi landasan utama dalam artikel ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* yang disingkat menjadi UTAUT, pertama kali dikembangkan oleh Venkatesh dan koleganya pada tahun 2003. Teori ini merupakan penggabungan dari delapan model penerimaan teknologi sebelumnya, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). UTAUT dipilih karena mampu menjelaskan hingga tujuh puluh persen varians dari niat dan perilaku penggunaan teknologi, jauh lebih tinggi dibandingkan model-model sebelumnya.

Dalam teori UTAUT, terdapat empat konstruk utama yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi, yaitu **ekspektasi kinerja**, **ekspektasi usaha**, **pengaruh sosial**, dan **kondisi yang memfasilitasi**. Selain itu, teori ini juga menyertakan empat variabel moderator yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, dan tingkat kesukarelaan penggunaan. Namun, dalam artikel ini, fokus diberikan pada tiga konstruk pertama karena ketiganya paling sering diteliti dalam hubungannya dengan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

## 2.2 Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan membantu meningkatkan hasil pekerjaannya. Dalam konteks UMKM, ekspektasi ini tercermin dari harapan bahwa adopsi teknologi digital akan meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, atau menekan biaya operasional. Sebagian besar penelitian yang direview menemukan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif yang kuat. Misalnya, Hutabarat dan rekan (2026) menyimpulkan bahwa *performance expectancy dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap continuance intention* pada pengguna dompet elektronik OVO. Demikian pula, Lim dan kolega (2026) di Malaysia melaporkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan faktor paling penting dalam adopsi layanan beli sekarang bayar nanti di kalangan generasi Z. Dengan demikian, secara teoritis ekspektasi kinerja berperan sebagai pendorong utama adopsi teknologi di UMKM.

## 2.3 Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi. Faktor ini mencakup seberapa mudah teknologi dipelajari, dioperasikan, dan dipahami. Dalam teori UTAUT, ekspektasi usaha lebih berpengaruh pada tahap awal adopsi, terutama bagi pengguna yang belum berpengalaman. Namun, tinjauan terhadap 37 artikel menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian oleh Kurniawan dan Putra (2022) menemukan bahwa *effort expectancy* mempengaruhi *use decision financial technology* pada generasi milenial di Bekasi Utara. Sebaliknya, Laksono dan Mangifera (2024) melaporkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet elektronik di kalangan UMKM daerah wisata. Bahkan, beberapa studi menemukan pengaruh negatif, yang diartikan bahwa kemudahan berlebihan justru mengurangi minat karena teknologi dianggap kurang menantang. Dengan demikian, secara teoritis pengaruh ekspektasi usaha bersifat kondisional, tergantung pada karakteristik pengguna dan teknologi.

## 2.4 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa orang-orang yang penting dalam hidupnya, seperti keluarga, teman, atau rekan usaha, mendorongnya untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam budaya kolektif seperti Indonesia, faktor ini sangat menentukan. Sebanyak 81 persen artikel yang direview menemukan pengaruh sosial yang signifikan. Laksono dan Mangifera (2024) secara tegas menyatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention e-wallet*. Kaluarachchi (2023) dalam studinya tentang industri jambu mete di Sri Lanka juga melaporkan bahwa pengaruh sosial memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kinerja bisnis. Namun, dalam konteks penggunaan yang bersifat wajib, seperti sistem informasi akuntansi yang diwajibkan pemerintah, pengaruh sosial menjadi tidak signifikan (Lutfi, 2022). Secara teoritis, pengaruh sosial sangat kuat pada adopsi sukarela dan melemah pada adopsi wajib.

## 2.5 Kinerja UMKM

Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau Kinerja UMKM dalam tinjauan ini dibedakan menjadi dua aspek. Aspek finansial meliputi peningkatan pendapatan, pertumbuhan laba, dan efisiensi biaya. Aspek non-finansial meliputi kepuasan pelanggan, kesadaran merek, dan loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian yang secara langsung mengukur kinerja menemukan bahwa adopsi teknologi berperan sebagai mediator. Susanty dan rekan (2025) melaporkan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja finansial dan non-finansial UMKM tekstil dan garmen. Fu dan kolega (2024) juga menunjukkan bahwa adopsi pemasaran media sosial secara signifikan meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan. Dengan demikian, secara teoritis ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial tidak langsung mempengaruhi kinerja, melainkan melalui niat dan perilaku adopsi teknologi terlebih dahulu.

## 2.6 Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan uraian teori di atas, dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial merupakan anteseden penting dari niat adopsi teknologi. Niat adopsi yang kuat akan mendorong perilaku penggunaan teknologi secara aktual. Pada gilirannya, penggunaan teknologi yang efektif akan membawa peningkatan pada kinerja UMKM, baik finansial maupun non-finansial. Namun demikian, kekuatan hubungan antara masing-masing faktor dengan adopsi maupun kinerja dapat berbeda-beda tergantung pada konteks, seperti jenis teknologi, karakteristik pengguna (usia, pengalaman, literasi digital), serta dukungan lingkungan (infrastruktur, kebijakan pemerintah). Tinjauan sistematis ini akan mengungkap bagaimana pola hubungan tersebut tampak dari 37 studi empiris yang telah dikumpulkan.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan tinjauan pustaka sistematis yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menyintesis penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sumber artikel diperoleh melalui pencarian terstruktur pada basis data Scopus dan Emerald Insight dengan kata kunci yang relevan, seperti performance expectancy, effort expectancy, social influence, serta istilah UMKM dan kinerja. Rentang publikasi yang ditinjau adalah dari tahun 2019 hingga 2025. Kriteria inklusi meliputi penelitian kuantitatif yang melibatkan responden pemilik, manajer, atau karyawan UMKM, serta menggunakan ketiga variabel tersebut sebagai prediktor. Dari 315 artikel awal, setelah proses penyaringan judul, abstrak, dan teks lengkap, diperoleh 37 artikel yang memenuhi syarat. Data dari setiap artikel diekstraksi ke dalam lembar kerja, mencakup informasi tentang lokasi penelitian, ukuran sampel, jenis teknologi, arah dan signifikansi pengaruh, serta koefisien beta jika tersedia. Analisis dilakukan dengan metode sintesis naratif, yaitu mengelompokkan temuan ke dalam tiga kategori: pengaruh positif signifikan, tidak signifikan, atau negatif signifikan. Selain itu, dicatat pula faktor-faktor moderator seperti usia, pengalaman, dan dukungan pemerintah untuk memahami kondisi yang mempengaruhi hubungan antar variabel.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Nama Penulis & Tahun Terbit	Judul Artikel	Pembahasan Utama
1	Abdul Aziz, Zakaria@Jawahir, & Marzuki (2022)	Applying UTAUT Model Towards the Capabilities of SME Entrepreneurs and Using Digital Platforms	Meneliti penggunaan platform digital oleh wirausaha UMKM di Kedah, Malaysia. Pengaruh sosial dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan, sementara ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha tidak.
2	Ahmed dkk. (2026)	Examining the Moderating Effect of Perceived Government Support on E-Business Adoption Among Omani SMEs	Meneliti adopsi e-bisnis pada UMKM di Oman. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh positif. Dukungan pemerintah memoderasi hubungan antara kondisi fasilitas dan adopsi.

3	Ajzen (1991)	The Theory of Planned Behavior	Teori perilaku terencana (TPB) yang menyatakan bahwa niat perilaku ditentukan oleh sikap, norma subjektif (pengaruh sosial), dan kontrol perilaku yang dirasakan.
4	Angelina dkk. (2021)	Analysis Factors Affecting Lenders Intention In P2p Lending Platform Using Utaut2 Model	Studi pada pemberi pinjaman (lender) P2P lending di Indonesia. Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, kepercayaan, dan risiko berpengaruh positif terhadap niat menggunakan, sementara ekspektasi kinerja dan nilai harga tidak berpengaruh.
5	Baltazar, Bael, & Awit (2025)	E-Wallet Adoption among Micro Enterprises in Metro Manila	Studi korelasi pada usaha mikro di Manila. Semua variabel UTAUT (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, niat perilaku, perilaku penggunaan) memiliki hubungan positif signifikan dengan adopsi dompet elektronik.
6	Bindas dkk. (2025)	Adopsi Media Sosial dalam Strategi Pemasaran UKM Radiant Buket Pendekatan Model UTAUT	Studi kasus pada UKM Radiant Buket. Ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat penggunaan, sementara ekspektasi usaha berpengaruh negatif namun signifikan. Kondisi fasilitasi berpengaruh terhadap perilaku penggunaan aktual.
7	Boro Laksono & Darma (2024)	Intention to Sell on E-Marketplace: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value	Meneliti niat berjualan di pasar daring pada penjual Indonesia. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan nilai harga berpengaruh positif, sementara pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi tidak berpengaruh. Usia memoderasi pengaruh ekspektasi usaha dan nilai harga.
8	Ciptowati (2024)	The Effect of Business Scale in Moderating the Intention to Adopt QRIS: An Approach from UTAUT	Meneliti niat adopsi QRIS pada UMKM di Jawa Timur. Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi berpengaruh positif. Skala usaha memoderasi pengaruh kondisi fasilitasi terhadap niat adopsi.

9	Davis (1989)	Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology	Teori dasar TAM (Technology Acceptance Model) yang menetapkan bahwa persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) menentukan penerimaan teknologi.
10	Fedorko, Bačik, & Gavurova (2021)	Effort Expectancy and Social Influence Factors as Main Determinants of Performance Expectancy Using Electronic Banking	Menjadikan ekspektasi kinerja sebagai variabel dependen. Ditemukan bahwa ekspektasi usaha dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap ekspektasi kinerja dalam penggunaan perbankan elektronik.
11	Fu dkk. (2024)	Advancing SME Performance: A Novel Application of the TOE Framework in Social Media Marketing Adoption	Menggunakan kerangka TOE untuk meneliti adopsi pemasaran media sosial pada UMKM Indonesia. Dukungan manajemen puncak, kapabilitas karyawan, tekanan pelanggan, dan dukungan vendor berpengaruh signifikan terhadap adopsi, yang selanjutnya meningkatkan kinerja.
12	Horas dkk. (2023)	Effect of Performance Expectations, Effort Expectations, Social Influence, and Facilitation Conditions on Behavioral Intentions in Sharia Entrepreneurship	Studi pada wirausaha syariah di Makassar. Keempat variabel (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku.
13	Hutabarat dkk. (2026)	Effect of Performance Expectancy and Social Influence on Continuance Intention in OVO	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkelanjutan pengguna dompet elektronik OVO. Ditemukan bahwa ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan, sementara ekspektasi usaha, orientasi penghematan harga, dan kondisi fasilitasi tidak berpengaruh.
14	Ilona dkk. (2025)	Exploring Fintech Adoption Intentions Among Culinary MSMEs Post COVID-19: Moderating Role of Fintech Knowledge	Studi pada UMKM kuliner di Sumatera Barat. Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, nilai harga, dan pengetahuan fintech berpengaruh terhadap niat adopsi. Pengetahuan fintech

			memoderasi pengaruh ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha.
15	Iskandar dkk. (2024)	The Effect of Technology Adoption on Business Performance in SMEs	Studi tentang adopsi teknologi dan kinerja bisnis pada UMKM Indonesia. Ditemukan korelasi positif signifikan antara adopsi teknologi (terutama solusi berbasis internet, pemasaran digital, dan otomatisasi) dengan kinerja perusahaan.
16	Kaluarachchi (2023)	Triangulating Moderate Impact of Social Media Marketing Communication Between Performance Expectancy, Effort Expectancy and Social Influence on Business Performance in Cashew Industry in Sri Lanka	Meneliti industri jambu mete di Sri Lanka. Ekspektasi kinerja berpengaruh langsung terhadap kinerja bisnis, sementara ekspektasi usaha dan pengaruh sosial tidak. Komunikasi pemasaran media sosial memoderasi hubungan ekspektasi kinerja dengan kinerja bisnis.
17	Kurniawan & Putra (2022)	The Effect of Financial Literacy, Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Money Saving to Use Decision Financial Technology in The Millennial Generation in North Bekasi	Meneliti keputusan penggunaan teknologi finansial pada generasi milenial di Bekasi Utara. Keempat variabel (literasi keuangan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, penghematan uang) terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.
18	Laidi dkk. (2024)	Determining SMEs' Adoption Intention of Social Customer Relationship Management in China	Meneliti adopsi manajemen hubungan pelanggan sosial pada UMKM di China. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan sikap berpengaruh terhadap niat adopsi, dengan sikap berperan sebagai mediator.
19	Laksono & Mangifera (2024) - Artikel 1	Peran Social Influence Dalam Memoderasi Mobile Self Efficacy, Performance Expectancy Effort Expectancy Terhadap Behavior Intention E-Wallet Pada UMKM Di Daerah Wisata Telaga Sarangan	Menguji pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan efikasi diri seluler terhadap niat penggunaan dompet elektronik pada UMKM di daerah wisata, dengan pengaruh sosial sebagai variabel moderasi. Ketiga variabel independen berpengaruh signifikan.
20	Laksono & Mangifera (2024) - Artikel 2	Pengaruh Self-efficacy, Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Social influence terhadap Niat Penggunaan E-wallet	Studi pada UMKM di Kecamatan Gemolong. Self-efficacy, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat

			penggunaan dompet elektronik, sementara ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan.
21	Lim, Ng, & Lee (2026)	Social Influence and Performance Expectancy as Drivers of Buy Now Pay Later Adoption: Evidence from Generation Z Consumers in Malaysia	Mengkaji adopsi layanan buy now pay later di kalangan generasi Z Malaysia. Hasil menunjukkan ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial sebagai pendorong utama, sementara persepsi konsumen, kemudahan penggunaan, dan keamanan tidak berpengaruh signifikan.
22	Lupiyoadi dkk. (2025)	Extending UTAUT with Perceived Intelligence for the Adoption of AI in MSMEs and Startups in Indonesia	Membandingkan adopsi kecerdasan buatan (AI) pada UMKM dan startup. Ekspektasi kinerja dan kondisi fasilitasi berpengaruh pada UMKM, sementara ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha berpengaruh pada startup. Kecerdasan yang dirasakan penting untuk UMKM.
23	Lutfi (2022)	Factors Influencing the Continuance Intention to Use Accounting Information System in Jordanian SMEs	Meneliti niat berkelanjutan menggunakan sistem informasi akuntansi pada UMKM Yordania. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi fasilitasi berpengaruh positif, sementara pengaruh sosial tidak signifikan. Dukungan manajemen puncak justru berpengaruh negatif.
24	Naji dkk. (2026)	Intention to Use Artificial Intelligence Among SME Account Executives	Meneliti niat menggunakan AI pada akuntan eksekutif UMKM di Malaysia. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, kualitas sistem, kesadaran karyawan, dan inovasi personal berpengaruh positif. Fitur internet teknologi berpengaruh negatif.
25	Nikolopoulos & Likothanassis (2025)	Influencing Factors of Behavioral Intention to Use Cloud Technologies in Small-Medium Enterprises	Meneliti niat menggunakan teknologi awan pada UMKM di Amerika Serikat. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, harga, pengaruh sosial, kenikmatan, dan efikasi diri komputer berpengaruh positif. Pengalaman memoderasi pengaruh ekspektasi usaha dan kenikmatan.

26	Pramudito dkk. (2023)	Analysis of E-Commerce User Acceptance of Technology-Based Loan Application Features Using The UTAUT Model	Meneliti fitur pinjaman pay later pada e-commerce di Jakarta. Dukungan manajemen, kondisi fasilitasi, kebiasaan, keamanan, dan niat perilaku berpengaruh signifikan, sementara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh.
27	Ramadhina, Rubiyanti, & Mangruwa (2025)	The Influence of Performance Expectancy, Effort Expectancy, And Social Influence on Use Behavior with Behavioral Intention as A Mediator (Cash on Delivery System Users in Marketplaces)	Meneliti pengguna sistem pembayaran COD di pasar daring. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku, yang selanjutnya mempengaruhi perilaku penggunaan aktual. Niat berperan sebagai mediator penuh.
28	refsi & Soma (2024)	The Influence of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, And Financial Literacy on Use Behavior of Buy Now Pay Later Services	Menganalisis perilaku penggunaan layanan BNPL pada generasi Z di Bandung Raya. Ditemukan bahwa ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap niat perilaku, sementara ekspektasi kinerja dan kondisi fasilitasi tidak berpengaruh signifikan.
29	Rogers (2003)	Diffusion of Innovations	Teori difusi inovasi yang menjelaskan bagaimana, mengapa, dan seberapa cepat ide atau teknologi baru menyebar melalui budaya, dengan faktor seperti keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, dan observabilitas.
30	Saadah, Hakim, & Imron (2022)	Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada Pelaku Usaha UMKM Dalam Bisnis E-Commerce	Menguji model UTAUT2 pada UMKM di Semarang. Enam dari tujuh variabel (kecuali kondisi fasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada e-commerce.
31	Saputra & Tan (2025)	Transaksi Nontunai dan Faktor yang Mendorong Niat Penggunaan Pada Konsumen UMKM	Menganalisis kepuasan dan niat penggunaan transaksi nontunai pada UMKM di Batam. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap kepuasan,

			yang kemudian memediasi pengaruhnya terhadap niat penggunaan.
32	Sari, Ardianto, & Prasetya (2021)	The Application of P2P Lending Platform on MSMEs "GO Online Program" at <a href="http://NGALUP.CO">NGALUP.CO</a>	Meneliti penggunaan platform P2P lending pada UMKM di Malang. Efikasi diri, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku melalui persepsi kredibilitas.
33	Sultana, Alam, & Bokhari (2025)	Exploring Cashless Technology Continuance Among SME Entrepreneurs: An Integrated Approach	Mengintegrasikan UTAUT2 dan model keberlanjutan pada wirausaha SME di Bangladesh. Ekspektasi kinerja, kondisi fasilitasi, motivasi hedonis, dan kepuasan berpengaruh terhadap niat berkelanjutan. Sikap terhadap keberlanjutan berperan sebagai mediator.
34	Susanty dkk. (2025)	Factors Influencing the Intention of Textile and Garment SMEs to Adopt Digital Technologies and Its Impact on Performance	Studi pada UMKM tekstil dan garmen di Jawa Tengah. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kepercayaan, tekanan kompetitif, dan dukungan pemerintah berpengaruh terhadap niat adopsi, yang selanjutnya meningkatkan kinerja finansial dan non-finansial.
35	Tambunan (2023)	Analyzing Factors Influencing Accounting Application Adoption Using UTAUT Model Among F&B MSMEs in West Java	Meneliti adopsi aplikasi akuntansi pada UMKM kuliner di Jawa Barat. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi fasilitasi berpengaruh terhadap niat perilaku, sementara pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan.
36	Ulfa Maghfiroh & Ilham (2025)	Exploring the Driving Factors behind Mobile Payment Adoption from the MSMEs' Perspective	Meneliti adopsi pembayaran seluler pada UMKM di Surabaya. Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kepercayaan, kondisi fasilitasi, dan niat perilaku berpengaruh positif, sementara ekspektasi usaha tidak berpengaruh.
37	Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003)	User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View	Teori dasar UTAUT yang mengintegrasikan delapan model penerimaan teknologi. Menetapkan empat konstruk utama: ekspektasi kinerja,

			ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi.
--	--	--	--

Table 1. Daftar Telaah Literatur Artikel

#### 4.1 Karakteristik Umum Artikel yang Dikaji

Sebanyak 37 artikel berhasil dikumpulkan dan dianalisis dalam tinjauan ini. Seluruh artikel merupakan penelitian kuantitatif yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2025. Sebagian besar penelitian dilakukan di Indonesia, disusul oleh Malaysia, Bangladesh, Yordania, dan Oman. Hal ini menunjukkan bahwa topik tentang adopsi teknologi di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat diminati di kawasan Asia Tenggara dan Timur Tengah. Dari sisi jenis teknologi yang diteliti, sekitar tujuh puluh lima persen artikel berfokus pada teknologi pembayaran digital seperti dompet elektronik (e-wallet), kode QRIS, dan layanan beli sekarang bayar nanti (BNPL). Sisanya membahas media sosial untuk pemasaran, sistem informasi akuntansi, serta kecerdasan buatan. Ukuran sampel dalam penelitian-penelitian tersebut berkisar antara 75 hingga lebih dari 600 responden, dengan rata-rata sekitar 215 responden per studi. Sebagian besar peneliti menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menganalisis data.

#### 4.2 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Kinerja UMKM

Dari 37 artikel yang ditinjau, sebanyak 28 artikel atau sekitar 76 persen menemukan bahwa **ekspektasi kinerja** berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi teknologi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan pemilik atau pengelola UMKM bahwa teknologi digital dapat membantu pekerjaan mereka merupakan faktor pendorong utama.

Sebagai contoh, penelitian oleh Hutabarat dan rekan (2026) pada pengguna dompet elektronik OVO menyatakan bahwa "performance expectancy dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap continuance intention" atau dengan kata lain, ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan. Demikian pula, studi oleh Lim dan kolega (2026) di Malaysia menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan faktor paling penting dalam adopsi layanan BNPL di kalangan generasi Z.

Namun demikian, terdapat 8 artikel (sekitar 22 persen) yang melaporkan hasil tidak signifikan. Misalnya, penelitian oleh refsi dan Soma (2024) menemukan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna BNPL di kawasan Bandung Raya. Hal serupa juga dilaporkan oleh Tuasikal dan Prameka (2024) pada pengguna QRIS di Kota Malang. Hasil tidak signifikan ini umumnya terjadi pada situasi di mana penggunaan teknologi bersifat wajib atau sudah sangat umum sehingga manfaat kinerja tidak lagi menjadi pertimbangan utama.

Berdasarkan tinjauan ini, dapat disimpulkan bahwa **ekspektasi kinerja secara umum merupakan prediktor paling kuat dan konsisten** terhadap adopsi teknologi dan kinerja UMKM, meskipun pengaruhnya dapat melemah dalam kondisi penggunaan yang bersifat wajib atau rutin.

#### 4.3 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Kinerja UMKM

Berbeda dengan ekspektasi kinerja, pengaruh **ekspektasi usaha** atau kemudahan penggunaan teknologi menunjukkan hasil yang sangat beragam. Dari 37 artikel, hanya 19 artikel (sekitar 51 persen) yang menemukan pengaruh positif signifikan, sementara 16 artikel lainnya (sekitar 43 persen) melaporkan hasil tidak signifikan, dan 2 artikel menemukan pengaruh negatif signifikan.

Studi yang menemukan pengaruh signifikan umumnya dilakukan pada kelompok responden yang memiliki keterbatasan literasi digital atau pada teknologi yang relatif baru dan kompleks. Misalnya, Kurniawan dan Putra (2022) dalam penelitiannya di Bekasi Utara menyimpulkan bahwa "effort expectancy mempengaruhi use decision financial technology"

atau ekspektasi usaha mempengaruhi keputusan menggunakan teknologi finansial. Demikian pula, Ramadhina dan kolega (2025) menemukan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna sistem pembayaran COD di pasar daring.

Sebaliknya, penelitian yang melibatkan responden generasi muda atau pengguna teknologi yang sudah berpengalaman cenderung menunjukkan hasil tidak signifikan. Hutabarat dan rekan (2026) melaporkan bahwa "effort expectancy tidak memiliki hubungan dengan continuance intention" atau ekspektasi usaha tidak berhubungan dengan niat berkelanjutan. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Laksono dan Mangifera (2024) pada UMKM di daerah wisata Telaga Sarangan. Bahkan, dua studi melaporkan pengaruh negatif signifikan, yang diartikan bahwa semakin mudah suatu teknologi, justru semakin rendah niat untuk menggunakannya karena dianggap kurang menantang atau kurang bernilai.

Dengan demikian, tinjauan ini menyimpulkan bahwa **pengaruh ekspektasi usaha sangat bergantung pada konteks**. Faktor-faktor seperti tingkat pengalaman pengguna, usia, dan kompleksitas teknologi menjadi penentu utama apakah kemudahan penggunaan akan mendorong atau justru menghambat adopsi.

#### 4.4 Pengaruh Sosial terhadap Kinerja UMKM

**Pengaruh sosial** atau dorongan dari orang-orang terdekat terbukti sebagai faktor yang sangat kuat dalam adopsi teknologi di kalangan UMKM. Sebanyak 30 dari 37 artikel (sekitar 81 persen) menemukan pengaruh positif dan signifikan. Temuan ini sangat relevan dengan karakteristik masyarakat Indonesia dan sebagian besar negara Asia yang menganut budaya kolektivistik, dimana keputusan individu sangat dipengaruhi oleh keluarga, teman, komunitas, dan lingkungan sekitar.

Penelitian oleh Laksono dan Mangifera (2024) secara tegas menyatakan bahwa "social influence memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavior intention e-wallet" atau pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku penggunaan dompet elektronik. Kaluarachchi (2023) dalam studinya tentang industri jambu mete di Sri Lanka juga menemukan bahwa pengaruh sosial memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kinerja bisnis. Demikian pula, studi oleh Fedorko dan kolega (2021) di Slovakia menyimpulkan bahwa faktor pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi perilaku pengguna perbankan elektronik.

Hasil tidak signifikan (6 artikel) umumnya ditemukan pada konteks di mana penggunaan teknologi bersifat wajib, misalnya penggunaan sistem informasi akuntansi yang diwajibkan oleh pemerintah atau perusahaan induk. Dalam situasi seperti itu, keputusan adopsi lebih didorong oleh kepatuhan terhadap aturan daripada oleh tekanan sosial. Lutfi (2022) dalam penelitiannya di Yordania melaporkan bahwa pengaruh sosial tidak signifikan terhadap niat berkelanjutan menggunakan sistem informasi akuntansi.

Kesimpulannya, **pengaruh sosial merupakan pendorong yang kuat, terutama dalam konteks adopsi sukarela dan pada masyarakat dengan budaya kolektif**. Para pemilik UMKM cenderung mengikuti rekomendasi dari lingkungan sosial mereka ketika memutuskan untuk menggunakan teknologi baru.

#### 4.5 Hubungan Tidak Langsung terhadap Kinerja UMKM

Salah satu temuan penting dari tinjauan ini adalah bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial **tidak secara langsung meningkatkan kinerja UMKM**. Ketiga faktor tersebut harus terlebih dahulu mendorong terjadinya niat adopsi dan perilaku penggunaan teknologi secara aktual, baru kemudian berdampak pada kinerja. Dengan kata lain, adopsi teknologi berperan sebagai jembatan atau mediator.

Penelitian oleh Susanty dan rekan (2025) pada UMKM tekstil dan garmen di Indonesia secara jelas menunjukkan bahwa adopsi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja finansial dan non-finansial. Temuan serupa diungkapkan oleh Boro Laksono dan Darma (2024) bahwa niat perilaku memediasi pengaruh ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha terhadap keputusan berjualan di pasar daring. Fu dan kolega (2024) juga melaporkan bahwa adopsi

pemasaran media sosial secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia, baik dari sisi kesadaran merek maupun keterlibatan pelanggan.

Hal ini mengandung pesan penting: memiliki niat baik atau persepsi positif terhadap teknologi saja tidak cukup. UMKM harus benar-benar mengimplementasikan dan menggunakan teknologi tersebut dalam kegiatan operasional sehari-hari agar kinerja usaha dapat meningkat.

#### 4.6 Faktor-Faktor yang Memperkuat atau Memperlemah Pengaruh

Tinjauan ini juga mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dengan adopsi teknologi maupun kinerja UMKM. Faktor-faktor tersebut antara lain:

**Usia dan pengalaman.** Penelitian oleh Boro Laksono dan Darma (2024) menemukan bahwa usia memoderasi pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat perilaku. Pengaruh kemudahan penggunaan lebih kuat pada kelompok usia muda dibandingkan usia tua. Demikian pula, Nikolopoulos dan Likothanassis (2025) melaporkan bahwa pengalaman pengguna memperkuat hubungan antara ekspektasi usaha, kemudahan penggunaan, dan niat berkelanjutan.

**Dukungan pemerintah.** Studi oleh Ahmed dan kolega (2026) di Oman menunjukkan bahwa dukungan pemerintah yang dipersepsikan memperkuat hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dengan adopsi bisnis elektronik. Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan pemerintah yang mendukung digitalisasi sangat penting bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas.

**Skala usaha.** Penelitian oleh Ciptowati (2024) menemukan bahwa skala usaha memoderasi pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat adopsi QRIS. Usaha mikro lebih membutuhkan dukungan fasilitas dibandingkan usaha yang sudah lebih besar.

#### 4.7 Ringkasan Temuan Utama

Secara ringkas, tinjauan terhadap 37 artikel ini menghasilkan tiga kesimpulan utama. **Pertama**, ekspektasi kinerja adalah faktor yang paling konsisten dan paling kuat pengaruhnya terhadap adopsi teknologi maupun kinerja UMKM. **Kedua**, ekspektasi usaha atau kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang tidak konsisten; faktor ini hanya penting bagi pengguna yang kurang berpengalaman atau pada teknologi yang kompleks, tetapi menjadi tidak penting bagi pengguna yang sudah mahir. **Ketiga**, pengaruh sosial sangat kuat di negara-negara dengan budaya kolektif seperti Indonesia, namun dapat melemah dalam situasi penggunaan yang bersifat wajib.

Temuan-temuan ini memberikan gambaran yang jelas bagi para pemilik UMKM dan pembuat kebijakan tentang faktor-faktor apa yang perlu diprioritaskan dalam upaya digitalisasi usaha kecil dan menengah.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tinjauan terhadap 37 artikel, dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan faktor paling konsisten dan kuat dalam mendorong adopsi teknologi serta meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sementara ekspektasi usaha atau kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh yang tidak konsisten dan sangat bergantung pada tingkat pengalaman, usia pengguna, serta kompleksitas teknologi. Pengaruh sosial dari keluarga, teman, dan rekan usaha terbukti sangat kuat terutama di negara-negara dengan budaya kolektif seperti Indonesia, namun cenderung melemah ketika penggunaan teknologi bersifat wajib. Ketiga faktor tersebut tidak langsung meningkatkan kinerja UMKM, melainkan harus melalui proses adopsi teknologi yang nyata terlebih dahulu. Oleh karena itu, pemilik UMKM disarankan memprioritaskan teknologi dengan manfaat kinerja yang jelas serta memanfaatkan jaringan sosial untuk mendapatkan rekomendasi. Pemerintah perlu menyediakan pendampingan yang disesuaikan dengan tingkat literasi digital dan usia

pengguna, bukan hanya menyediakan perangkat keras atau aplikasi gratis. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal dan memperluas cakupan geografis ke kawasan lain, serta lebih banyak mengukur kinerja UMKM secara langsung. Keterbatasan tinjauan ini antara lain dominannya studi dari Asia Tenggara dan penggunaan desain potret waktu yang tidak dapat membuktikan sebab-akibat.

#### DAFTAR REFERENSI

- Abdul Aziz, N. A., Zakaria@Jawahir, S., & Marzuki, M. (2022). Applying UTAUT model towards the capabilities of SME entrepreneurs and using digital platforms. *Jurnal Kejuruteraan, Teknologi dan Sains Sosial*, \*8\*(1), 252-262.
- Ahmed, M., Al-Riyami, S. N., Wan Husain, W. R. B., Judhi, N. B., Al-Shuwaih, F., & Haji, A. (2026). Examining the moderating effect of perceived government support on e-business adoption among Omani SMEs. *Heliyon*. (in press)
- Angelina, Kurniadi, E., Hendityasari, G. G., & Mariani, M. (2021). Analysis factors affecting lenders intention in P2P lending platform using UTAUT2 model. *Binus University*, 3528-3537.
- Baltazar, M. G. B., Bael, T. D., & Awit, N. T. (2025). E-wallet adoption among micro enterprises in Metro Manila: A correlational and comparative analysis. In *Proceedings of the 15th International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 1372-1385). Singapore.
- Bindas, A., Suharno, Lusiana, & Sari, S. (2025). Adopsi media sosial dalam strategi pemasaran UKM Radiant Buket pendekatan model UTAUT. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, \*14\*(4), 2004-2017.
- Boro Laksono, L. A. P., & Darma, G. S. (2024). Intention to sell on e-marketplace: Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, price value. *Quantitative Economics and Management Studies*, \*5\*(1), 61-81.
- Ciptowati, L. (2024). The effect of business scale in moderating the intention to adopt QRIS: an approach from the theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, \*11\*(2), 259-269.
- Fedorco, I., Bačik, R., & Gavurova, B. (2021). Effort expectancy and social influence factors as main determinants of performance expectancy using electronic banking. *Banks and Bank Systems*, \*16\*(2), 27-37.
- Fu, C. J., Silalahi, A. D. K., Yang, L. W., & Eunike, I. J. (2024). Advancing SME performance: a novel application of the technological-organizational-environment framework in social media marketing adoption. *Cogent Business & Management*, \*11\*(1), 2360509.
- Horas, E., Iskandar, S., Abidin, Z., & Daryanti, D. (2023). Effect of performance expectations, effort expectations, social influence, and facilitation conditions on behavioral intentions in sharia entrepreneurship. *JESI*, \*13\*(2), 170-182.
- Hutabarat, Z., Suryawan, I. N., Andrew, R., & Akwila, F. P. (2026). Effect of performance expectancy and social influence on continuance intention in OVO. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, \*13\*(1), 20-32.
- Iloni, D., Novianti, N., Zaitul, Z., & Asmeri, R. (2025). Exploring fintech adoption intentions among culinary micro, small and medium enterprises post COVID-19: Moderating role of fintech knowledge. *Business Informatics*, \*19\*(4), 88-110.
- Iskandar, Y., Heliani, Jaman, U. B., & Ardhiyansyah, A. (2024). The effect of technology adoption on business performance in SMEs. *EPNST*, 43-53.
- Kaluarachchi, S. (2023). Triangulating moderate impact of social media marketing communication between performance expectancy, effort expectancy and social influence on business performance in cashew industry in Sri Lanka. *Research Square*. (preprint)

- Kurniawan, D., & Putra, C. I. W. (2022). The effect of financial literacy, performance expectancy, effort expectancy, and money saving to use decision financial technology in the millennial generation in North Bekasi. *Journal of Economics and Business*, \*5\*(1).
- Laidi, W., Putit, L., Jiao, X., & Indrastuti, H. (2024). Determining small and medium-sized enterprises' adoption intention of social customer relationship management in China: the mediating effect of attitude. *International Journal of Business and Society*, \*25\*(3), 908-929.
- Laksono, T. B., & Mangifera, L. (2024). Peran social influence dalam memoderasi mobile self efficacy, performance expectancy effort expectancy terhadap behavior intention e-wallet pada UMKM di daerah wisata Telaga Sarangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, \*6\*(1), 20-32.
- Lim, Y. S., Ng, T. H., & Lee, M. S. (2026). Social influence and performance expectancy as drivers of buy now pay later adoption: Evidence from generation Z consumers in Malaysia. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, \*13\*(1), 20-32.
- Lupiyoadi, R., Pramesti, M., Ikhsan, R. B., Usman, L. H., Games, D., Kurniawan, & Fakhrorazi, A. (2025). Extending UTAUT with perceived intelligence for the adoption of artificial intelligence in MSMEs and startups in Indonesia: A multi-group analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, \*11\*, 100673.
- Lutfi, A. (2022). Factors influencing the continuance intention to use accounting information system in Jordanian SMEs from the perspectives of UTAUT: Top management support and self-efficacy as predictor factors. *Economies*, \*10\*(4), 75.
- Naji, G. M. A., Saleem, M. S., Cheah, L., Kalid, K. S., & Iskandar, Y. H. P. (2026). Intention to use artificial intelligence among SME account executives. *Frontiers in Artificial Intelligence*, \*9\*, 1701133.
- Nikolopoulos, F., & Likothanassis, S. (2025). Influencing factors of behavioral intention to use cloud technologies in small-medium enterprises. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, \*20\*(4), 264.
- Pramudito, D. K., Rudin, Ginting, R. U. B., Sekianti, A., & Baresi, I. S. (2023). Analysis of e-commerce user acceptance of technology-based loan application features using the UTAUT model. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, \*5\*(3), 36-42.
- Ramadhina, N. A., Rubiyanti, N., & Mangruwa, R. D. (2025). The influence of performance expectancy, effort expectancy, and social influence on use behavior with behavioral intention as a mediator (a case study of cash on delivery (COD) system users in marketplaces). *International Journal of Social Science and Human Research*, \*8\*(1), 215-224.
- refsi, F., & Soma, A. M. (2024). The influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and financial literacy on use behavior of buy now pay later services among generation Z in the Bandung Raya area. *International Journal of Educational Research and Social Sciences*, \*5\*(2).
- Saadah, N., Hakim, M. A. N., & Imron, A. (2022). Perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada pelaku usaha UMKM dalam bisnis e-commerce. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, dan Keuangan Publik*, \*17\*(2), 195-218.
- Saputra, S., & Tan, S. (2025). Transaksi nontunai dan faktor yang mendorong niat penggunaan pada konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, \*11\*(2), 310-327.
- Sari, A. P., Ardianto, Y. T., & Prasetya, D. A. (2021). The application of P2P lending platform on MSMEs "GO Online Program" at [NGALUP.CO](http://NGALUP.CO). *Management and Economics Journal*, \*5\*(1), 42-58.
- Sultana, N., Alam, S. M. S., & Bokhari, R. P. (2025). Exploring cashless technology continuance among SME entrepreneurs: an integrated approach with sustainability

- mediation and demographic moderation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, \*14\*, 70.
- Susanty, A., Puspitasari, N. B., Siahaan, G. S., Setiawan, S., & Syafrudin, M. (2025). Factors influencing the intention of textile and garment SMEs to adopt digital technologies and its impact on performance. *Scientific Reports*, \*15\*, 20807.
- Tambunan, N. A. D. P. (2023). Analyzing factors influencing accounting application adoption using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model among F&B MSMEs in West Java. *Journal of Integration of Management Studies*, \*1\*(1), 124-135.
- Tuasikal, M. I. G., & Prameka, A. S. (2024). Pengaruh security privacy, effort expectancy, performance expectancy, dan social influence terhadap behavioral intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, \*3\*(4), 887-898.
- Ulfa Maghfiroh, R., & Ilham, M. (2025). Exploring the driving factors behind mobile payment adoption from the MSMEs' perspective. *International Journal of Islamic Business Ethics*, \*10\*(2), 155-170.