

Unlocking Msme Satisfaction in the Digital Era: A Model of Service Quality, Ease of Use, and Perceived Usefulness

Ulfah Tika Saputri¹⁾, Meilinda Dwi Anugrah^{2*)}, Kurnia Widya Oktarini³⁾,
Devi Febrianti⁴⁾, Edy Firza⁵⁾, Zulkifli⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6)} Politeknik Negeri Sriwijaya, D4 Akuntansi Sektor Publik, Jl. Sriwijaya Negara, Bukit Lama,
Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30128

ulfah.tika.saputri@polsri.ac.id¹, meilinda.dwi.anugrah@polsri.ac.id²,
kurnia.widya.oktarini@polsri.ac.id³, devi.febrianti@polsri.ac.id⁴, edy.firza@polsri.ac.id⁵,
zulkifliwancik@yahoo.com⁶

*meilinda.dwi.anugrah@polsri.ac.id

Submitted: 15 April 2026

Accepted: 20 April 2026

Published: 1 Juli 2026

ABSTRACT

This study aims to predict MSME user satisfaction with digital financial reporting, specifically the Akuntansiku application, by integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and the Information Systems Success Model. It examines service quality and ease of use as independent variables, with perceived usefulness as a mediating factor influencing user satisfaction. Using a quantitative explanatory design, data were collected from 51 MSMEs in Prabumulih City and analyzed with SEM-PLS. The findings reveal that service quality significantly and positively affects both perceived usefulness and user satisfaction, with perceived usefulness serving as a significant mediator. Conversely, ease of use has no significant impact on perceived usefulness or satisfaction. These results emphasize that service quality and perceived usefulness play a more dominant role in shaping user satisfaction than technical ease of use. Practically, the study underscores the importance of developing digital systems that deliver value and high-quality service to promote sustainable digital adoption among MSMEs.

Keywords: digital financial reporting, user satisfaction; service quality; ease of use; perceived usefulness.

PENDAHULUAN

Laporan keuangan menjadi komponen krusial dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan suatu bisnis. Bukan hanya sebagai media untuk mengetahui kondisi keuangan suatu usaha, laporan keuangan menempatkan peran sebagai kontrol internal dan evaluasi kinerja. Lebih dari itu, laporan keuangan menjadi syarat utama bagi UMKM memperoleh akses pembiayaan dana eksternal. Pada kondisi tersebut, UMKM dituntut untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan EMKM. Artinya, secara tidak langsung UMKM mulai didorong untuk dapat menerapkan akuntansi dan sistemnya yang lebih terorganisir agar memenuhi prinsip serta standar yang berlaku.

Penyusunan laporan keuangan masih menjadi kendala yang umumnya dirasakan oleh seluruh UMKM di Indonesia. Berbagai latarbelakang yang mendasari, mulai dari latarbelakang pendidikan, minimnya literasi penyusunan laporan keuangan, hingga belum adanya sistem maupun software yang mendukung. Misalnya saja yang terjadi pada saat tim peneliti melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan pada dinas koperasi kota Kota Prabumulih yang membawahi beberapa UMKM. Hasil observasi saat pendampingan diperoleh, dari sebanyak 51 UMKM yang mengikuti pendampingan penyusunan laporan keuangan, 80% nya belum memiliki pelaporan keuangan.

Berdasarkan pada kondisi tersebut kemudian dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis digital. Laporan keuangan digital berbasis *cloud* terbukti efektif dan mempermudah UMKM dalam menyusun laporan keuangannya (Saputri et al., 2023). Maka setelah dilakukan pendampingan peneliti mengamati mengetahui persepsi pengguna terhadap kepuasan penggunaan laporan keuangan digital berupa “Akuntansiku”. Langkah tersebut dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem pelaporan keuangan digital, sehingga dapat dijadikan standar dasar pembangunan sistem penyusunan laporan keuangan pada tahap penelitian dimasa mendatang.

Keberhasilan suatu sistem tidak hanya sebatas pada pengguna yang merasa puas dari penggunaan yang dilakukan. Lebih dari itu, keberhasilan suatu sistem terjadi saat seseorang memiliki niat untuk bergantung dan selalu menggunakan sistem (*intention to use*) termasuk sistem pelaporan keuangan digital pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Untuk mencapai level ini, pengguna harus merasakan manfaat yang pada gilirannya akan membentuk persepsi puas terhadap penggunaan sistem layanan (Alsaffar et al., 2022; Hong et al., 2008; Jasin & Firmansyah, 2023).

Faktor eksternal, seperti kualitas layanan pembentuk kepuasan penggunaan layanan sistem (Biswas et al., 2024; Mondego & Gide, 2024). (DeLone & McLean, 2003a) dalam modelnya menjelaskan jika keberhasilan sebuah sistem informasi dapat membentuk persepsi kemanfaatan serta kepuasan pengguna terhadap sistem teknologi. Kualitas layanan yang baik akan memberikan pengalaman penggunaan yang konsisten, cepat, dan bebas dari gangguan teknis (Sharma et al., 2024) hingga meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat sistem (Xin et al., 2023). Pada gilirannya kondisi tersebut nantinya dapat menciptakan kepuasan yang tinggi terhadap penggunaan sistem (A. I. Alkrajji, 2020; Alsaffar et al., 2022; Xin et al., 2023).

(Davis, 1989a) dalam modelnya menyebutkan, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *ease of use* dan *perceived usefulness*. Keduanya menjadi determinan yang juga perlu dipertimbangkan dalam menjawab fenomena yang terjadi saat dilakukan observasi dan pendampingan. Hasilnya, terdapat tiga hal yang mendasari sulitnya pelaku usaha menyusun laporan keuangannya, yaitu: a) Latarbelakang pendidikan dijawab oleh 21.56% peresen peserta (b) minimnya literasi penyusunan laporan keuangan sebanyak 38.2% (c) ketersediaan software pencatatan laporan keuangan sebanyak 40.19% peserta pendampingan penyusunan laporan keuangan. Dengan demikian, mengenalkan sebuah sistem penyusunan laporan keuangan yang mudah dipahami dan didapatkan menjadi poin kunci dari permasalahan yang ada.

Permasalahan yang umum terjadi pada konteks UMKM dalam mengadopsi teknologi baru bukan terletak pada ketersediaan teknologi. Banyak aplikasi pelaporan keuangan yang ditawarkan, hanya saja ketersediaan sistem/ aplikasi tersebut tidak menimbulkan persepsi bagi pengguna bahwa sistem/aplikasi tersebut memberikan nilai tambah untuk mereka. Suatu sistem dikatakan memberikan nilai tambah jika manfaat yang dirasakan pengguna sepadan dengan biaya, waktu dan usaha yang harus mereka keluarkan. (Lin & Wang, 2006; Mirkovski et al., 2024) menyatakan bahwa rasa puas dari penggunaan teknologi baru yang ditawarkan tercipta saat pengguna merasa tidak perlu menghabiskan banyak waktu dan upaya berlebih untuk memahami dan menjalankan sistem tersebut.

Selain itu, (Abdennebi, 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sistem yang sederhana dan user-friendly meningkatkan keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut mempermudah transaksi dan efisiensi kerja. Ly & Ly, (2024) mendukung dengan pernyataan yang menyatakan bahwa sistem yang mudah digunakan akan memunculkan keyakinan bahwa sistem tersebut memberikan nilai tambah, hingga akhirnya menciptakan sebuah kepuasan (Alsaffar et al., 2022).

Meskipun literatur terdahulu telah banyak mengkaji determinan adopsi teknologi pada UMKM, kajian-kajian tersebut masih didominasi oleh pendekatan pengaruh hubungan langsung antar variabel dan cenderung mengabaikan peran mekanisme psikologis yang mendasari proses adopsi. Belum terdapat bukti empiris yang secara eksplisit menguji *perceived usefulness* sebagai mekanisme psikologis yang memediasi pengaruh faktor eksternal terhadap kepuasan pengguna dalam konteks pelaporan keuangan digital UMKM. Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengonstruksi model dengan menempatkan *perceived usefulness* sebagai mekanisme mediasi utama dalam menjelaskan proses adopsi pelaporan keuangan digital pada UMKM. Sehingga nantinya penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor penentu, tetapi

juga mengungkap bagaimana dan melalui mekanisme apa faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan dan niat penggunaan aplikasi keuangan digital UMKM.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Dinas Koperasi dan lembaga pendamping UMKM Kota Prabumulih dalam menyusun program pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada penggunaan teknis aplikasi, tetapi juga pada peningkatan persepsi manfaat yang dirasakan pelaku usaha. Dengan demikian, intervensi yang dilakukan menjadi lebih tepat sasaran dalam mendorong adopsi teknologi yang berkelanjutan, meningkatkan kualitas pelaporan keuangan, serta memperluas akses UMKM terhadap pembiayaan formal dan pengembangan usaha.

STUDI LITERATUR

Penelitian ini mengintegrasikan *IS Success Model* (DeLone & McLean, 2003b) dan *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989b) untuk membangun kerangka konseptual yang lebih komprehensif dalam menjelaskan keberhasilan adopsi sistem pelaporan keuangan digital pada UMKM. *IS Success Model* menekankan bahwa keberhasilan sistem ditentukan oleh kualitas sistem dan kepuasan pengguna, namun model ini relatif terbatas dalam menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasari bagaimana pengguna merespons sistem yang ditawarkan tersebut.

Sebaliknya, TAM menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dibentuk oleh persepsi pengguna, khususnya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Teori ini merupakan pengembangan dari teori Theory Reasoned Action (TRA) yang ditemukan sebelumnya dalam (Hill et al., 1977). Teori tersebut menjelaskan bagaimana perilaku seseorang ditentukan oleh niat dalam menggunakan. TAM model kemudian menyederhanakan elemen yang ada pada TRA ke konstruk yang lebih spesifik untuk penerapan dalam bentuk teknologi, salah satunya adalah *percieved ease of used*. Kemudian keduanya dimodifikasi oleh salah satu prediktor yang kuat yaitu *percieved value* sebagai prediktor yang kuat dalam menciptakan kepuasan pengguna, hingga terciptanya niat menggunakan secara berulang bahkan bergantung terhadap pemakaian sistem. Akan tetapi teori tersebut kurang memperhatikan peran faktor eksternal seperti kualitas layanan sistem (*service quality*).

Oleh karena itu, integrasi kedua model ini diperlukan untuk menjembatani keterbatasan masing-masing teori, di mana *IS Success Model* menjelaskan faktor eksternal pembentuk keberhasilan sistem (*external drivers*), sementara TAM menjelaskan mekanisme psikologis internal pengguna (*internal cognitive mechanism*). Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* diposisikan sebagai mekanisme mediasi utama yang menghubungkan kualitas layanan (*service quality*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Lebih dari itu, (DeLone & McLean, 2003b) mengatakan bahwa kepuasan pengguna tidak tergambar dari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna, melainkan sampai pada level pengguna memiliki ketergantungan terhadap sistem yang ditawarkan atau bahkan menggunakannya secara berulang. Upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai level tersebut adalah dengan memenuhi tiga faktor ini, yaitu *Service Quality (SQ)* yang baik, (*ease of use*) yang terpenuhi (*EOU*), dan menciptakan *user percieved Usefulness (PU)*.

Sebuah sistem dikatakan berkualitas jika sistem memenuhi harap pengguna, seperti kecepatannya dalam menginput dan mengakses sistem, dapat diandalkan, pengguna merasa aman saat menggunakan, dan merasakan kemudahan untuk mengintegrasikan antar satu informasi dengan informasi lainnya. Pada konteks sistem pelaporan keuangan digital berbasis cloud yang ditujukan bagi UMKM, kualitas sistem menjadi sangat penting karena banyak pengguna berasal dari latar belakang non-teknis. Sehingga sistem yang berkualitas tinggi ini akan memfasilitasi proses bisnis UMKM, meningkatkan kenyamanan pengguna, dan memperkuat persepsi positif terhadap teknologi yang diadopsi.

Service Quality, Percived Usefulness and Satisfaction

Kepuasan pengguna menjadi salah satu dimensi yang paling mendapatkan sorotan keberhasilan sebuah sistem informasi (DeLone & McLean, 2003a). (Venkatesh et al., 2023) dalam penelitiannya menyebutkan jika kualitas layanan diidentifikasi sebagai faktor eksternal yang mampu menciptakan persepsi kemanfaatan dan kepuasan pengguna.

Kualitas layanan pada sistem dikatakan baik jika sebuah sistem mampu memenuhi harapan pengguna. Kualitas sistem yang dapat diandalkan, memiliki tingkat keamanan yang baik dan kemudahan akses akan menutup celah kesenjangan antara ekspektasi dengan kinerja actual layanan sistem yang pada gilirannya tercipta persepsi manfaat yang dirasakan pengguna (Sharma et al., 2024)

Kualitas layanan ini juga menjadi relevan dalam konteks pengenalan pelaporan keuangan digital bagi UMKM yang membutuhkan sebuah sistem yang dapat diakses dengan keterbatasan sumberdaya yang ada. Semakin baik layanan sistem, dalam kondisi tersebut juga kebermanfaatan sistem dirasakan dan terbentuklah persepsi kepuasan (Yum & Yoo, 2023) dan (A. Alkrajji & Ameen, 2022), keduanya sepakat dalam hasil penelitiannya yang menyatakan kualitas sistem yang baik identik dengan layanan yang memiliki kecepatan dan responsibilitas yang tinggi, sehingga berdampak pada keyankinan pengguna akan kebermanfaatan sistem digital yang digunakan.

Lebih lanjut, *perceived usefulness* tidak hanya memengaruhi niat penggunaan, tetapi juga kepuasan pengguna (Davis, 1989a). Saat pengguna menilai bahwa sistem dipandang bermanfaat dan menciptakan efisiensi maka pengguna akan merasa lebih puas dalam menggunakannya (Venkatesh & Bala, 2008; (Teo et al., 2008)). Hal ini diperkuat oleh temuan Mondego & Gide (2024) serta Biswas et al. (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan digital. Dengan demikian, *service quality* tidak hanya meningkatkan persepsi manfaat tetapi juga langsung meningkatkan kepuasan pengguna terhadap sistem digital.

Berdasarkan teori dan temuan empiris tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H1a: Service Quality berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness

H1b: Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Satisfaction

H1c: Service Quality berpengaruh positif terhadap Satisfaction

Ease of Use, Percived Usefulness and Satisfaction

Model ***Technology Acceptance Model (TAM)*** yang dikemukakan oleh (Davis, 1989a) menyatakan bahwa penerimaan sebuah teknologi didasari oleh dua factor psikologis, yaitu saat sebuah teknologi (sistem) mudah dipelajari (*Ease of Use*) dan dianggap meningkatkan kinerja pengguna (*Perceived Usefulness*). Lebih dari itu, (Venkatesh et al., 2012) menyebutkan dua dimensi tersebut tidak hanya menjadi syarat penerimaan teknologi, melainkan pada gilirannya dapat menciptakan kepuasan.

Jika dihubungkan dalam konteks pelaku UMKM, *ease of use* menjadi sebuah keharusan. Keterbatasan sumber daya menjadi alasan pentingnya kemudahan penggunaan sistem menjadi suatu hal yang sangat krusial. Sistem (teknologi) yang mudah berarti mudah dalam hal tampilan, navigasi, maupun cara menggunakan. Saat hal tersebut terjadi, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan sistem tersebut secara sukarela.

Sejalan dengan *Ease of Use (EoU)*, *perceived usefulness (PU)* menjadi efek persepsi yang muncul atas penggunaan sistem. PU menggambarkan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja (Zubir & Abdul Latip, 2023). Jika sistem informasi dianggap mampu membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat, lebih akurat, dan lebih efisien, maka pengguna akan menilai sistem tersebut bermanfaat (Abdennebi, 2023; Ly & Ly, 2024).

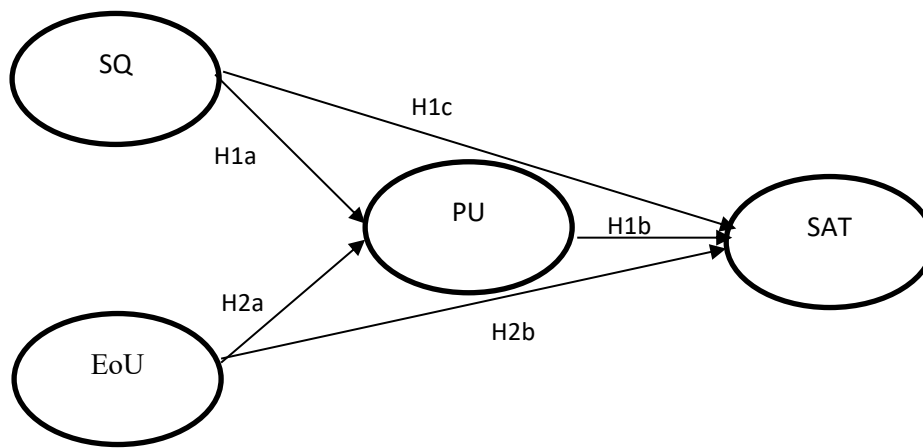
(Biswas et al., 2024) mengemukakan bahwa kemudahan sistem layanan digital meningkatkan kepuasan warga karena mengurangi kesalahan dan mempercepat layanan. Sejalan dengan hal tersebut, (Demirel, 2022) dan (Mondego & Gide, 2024) juga menyatakan bahwa sistem yang mudah digunakan menciptakan pengalaman positif dan memperkuat kepuasan pengguna. Artinya hasil penelitian sebelumnya semakin menonjolkan bahwa factor psikologis keduanya menjadi pendorong utama kepuasan pengguna sistem (teknologi). Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan persepsi manfaat, dan pada gilirannya keduanya akan menentukan tingkat penerimaan serta kesuksesan implementasi sistem informasi di lingkungan pengguna yang tercermin dalam kepuasan. Dengan demikian, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2a: *Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness.*

H2b: *Ease of Use berpengaruh positif terhadap Satisfaction*

KERANGKA KONSEP

Gambar 1 menunjukkan model penelitian yang mengintegrasikan *IS Success Model* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam menjelaskan kepuasan pengguna sistem pelaporan keuangan digital (*SAT*) pada UMKM. Dalam model ini, *service quality (SQ)* diposisikan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap sistem, sedangkan *ease of use (EoU)* dan *perceived usefulness (PU)* merepresentasikan mekanisme kognitif internal pengguna dalam menerima teknologi. Selanjutnya, *perceived usefulness (PU)* berperan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh kedua variabel tersebut terhadap *satisfaction (SAT)*, di mana pengguna yang merasakan manfaat sistem akan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. *Service Quality (SQ)* dan *Ease of Use (EoU)* juga diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap *Satisfaction (SAT)*, karena pengalaman penggunaan yang baik dan kemudahan akses sistem dapat secara langsung meningkatkan evaluasi positif pengguna terhadap sistem. Model Penelitian tersaji pada Gambar Berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menguji pengaruh *service quality (SQ)* dan *ease of used (EoU)* terhadap *satisfaction (SAT)* dengan *perceived usefulness (PU)* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga menggunakan jenis data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang merujuk pada indikator yang telah dibangun sebelumnya, seperti (Davis, 1989a; Igbaria et al., 1995; Teo et al., 2008; Venkatesh et al., 2023) dengan populasi yang ditetapkan yaitu UMKM di bawah dinas koperasi Kota Prabumulih yang mengikuti pendampingan penyusunan laporan keuangan digital. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampling jenuh sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan.

Meskipun jumlah sampel relatif terbatas, penggunaan *Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS)* tetap dianggap memadai. Hal ini didasarkan pada pandangan (Joseph F. Hair, 2021a) yang menyatakan bahwa PLS-SEM dapat digunakan pada ukuran sampel kecil dengan pendekatan *rule of thumb*, yaitu minimal 10 kali jumlah indikator terbesar yang membentuk suatu konstruk atau 10 kali jumlah jalur struktural menuju konstruk tertentu. Dalam model penelitian ini, jumlah indikator dan jalur struktural masih berada dalam batas yang direkomendasikan, sehingga ukuran sampel sebanyak 51 responden dinilai telah memenuhi kriteria minimum untuk analisis PLS-SEM.

Penelitian ini memiliki 2 variabel independen, yaitu *satisfaction (SAT)* dan *ease of used (EoU)* dan satu variabel mediasi yaitu *perceived of used (PU)* dengan *satisfaction (SAT)* sebagai variabel dependen, yang kemudian diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Definisi operasional untuk masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel Independen	Service Quality	<p>Indikator:</p> <p>SQ1. Sistem ini mudah digunakan</p> <p>SQ2. Sistem ini dirancang dengan tampilan yang ramah pengguna</p> <p>SQ3. Saya merasa mudah menggunakan sistem ini untuk menyelesaikan tugas pelaporan keuangan saya.</p> <p>SQ4. Saya merasa bahwa sistem ini rumit untuk digunakan</p> <p>SQ5. Menggunakan sistem ini memerlukan banyak usaha</p>	(Teo et al., 2008)
	Ease of Used	<p>Indikator:</p> <p>EoU1. Saya sering merasa bingung saat menggunakan aplikasi laporan keuangan ini</p> <p>EoU2. Saya merasa aplikasi ini agak merepotkan untuk digunakan</p> <p>EoU3. Saya merasa menggunakan aplikasi ini membutuhkan banyak usaha.</p> <p>EoU4. Saya perlu waktu lama untuk memahami cara kerja aplikasi ini.</p> <p>EoU5. Saya sering melakukan kesalahan ketika menggunakan aplikasi ini</p> <p>EoU6. Saya merasa perlu bantuan orang lain untuk menggunakan aplikasi ini</p> <p>EoU7. Aplikasi ini mudah digunakan</p> <p>EoU8. Aplikasi ini mudah dipelajari.</p> <p>EoU9. Aplikasi ini mudah dipahami</p> <p>EoU10. Saya merasa aplikasi ini fleksibel untuk digunakan</p> <p>EoU11. Saya mudah menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi in</p> <p>EoU12. Saya mudah mengingat cara menggunakan aplikasi ini</p> <p>EoU13. Menggunakan aplikasi ini tidak merepotkan saya.</p> <p>EoU14. Secara keseluruhan, aplikasi laporan keuangan ini mudah digunakan.</p>	(Chan et al., 2010; Davis, 1989a; Igbaria et al., 1995; Venkatesh et al., 2023)
Variabel Mediasi	Percieved Usefulness	<p>Indikator:</p> <p>PU1. Saya merasa bahwa sistem ini bermanfaat untuk menunjang aktivitas rutin saya dalam menyusun laporan keuangan</p> <p>PU2. Penggunaan sistem ini dapat</p>	(Zubir & Abdul Latip, 2023)

		meningkatkan efektivitas dan kualitas pelaporan keuangan instansi saya PU3. Menggunakan sistem ini membuat proses pelaporan keuangan menjadi lebih praktis dan nyaman	
Variabel Dependen	Satisfaction	Indikator: SAT1. Saya merasa bahwa sistem ini cukup mampu memenuhi kebutuhan saya dalam menyusun laporan keuangan secara digital. SAT2. Saya merasa sistem ini efisien dalam memenuhi kebutuhan saya dalam menyusun laporan keuangan SAT3. Saya merasa sistem ini efektif dalam membantu saya menyusun laporan keuangan secara digital SAT4. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan penggunaan sistem ini	(Teo et al., 2008)

Setelahnya dilakukan analisis statistic dengan *Structural Equation Model (SEM)*, dengan menguji *inner model* berupa validitas dan reliabilitas untuk setiap indicator penelitian yang digunakan. Kemudian dilanjutkan dengan menguji *outer model* yaitu uji hipotesis dengan menganalisis *direct effect* dan *indirect effect* untuk setiap model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 51 responden pelaku usaha UMKM yang berada di bawah dinas UMKM kota Prabumulih yang mengikuti pendampingan penyusunan laporan keuangan. Berdasarkan karakteristiknya, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (67%), berpendidikan Diploma (47%), dan bergerak di sektor kuliner (45%). Berdasarkan latar belakang pendidikan, sebagian besar pelaku usaha harusnya memiliki kemampuan dasar yang cukup untuk mengoperasikan sistem digital. Jika dilihat dari lamanya usaha, sebagian besar merupakan pelaku usaha baru, dengan 76% memiliki usaha berusia kurang dari satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh pelaku usaha muda yang mulai mengadopsi teknologi digital dalam pengelolaan keuangan usahanya seperti yang disajikan pada tabel di bawah:

Tabel 2. Analisis Demografi

Keterangan	Jumlah
Responden Penelitian	51
Jenis Kelamin:	
Laki-laki	17
Perempuan	34
	Persentase (%)
Tingkat Pendidikan:	
SMA	33%
Diploma	47%
S1	7%
Lainnya	2%
Jenis Usaha:	
Dagang	20%
Jasa	14%
Produksi (Manufaktur)	16%

Kuliner	45%
Lainnya	5%
Lama Usaha	
< 1 tahun	76%
1-3 tahun	20%
4-7 tahun	4%
>7 tahun	0%

Validitas dan Realiabilitas

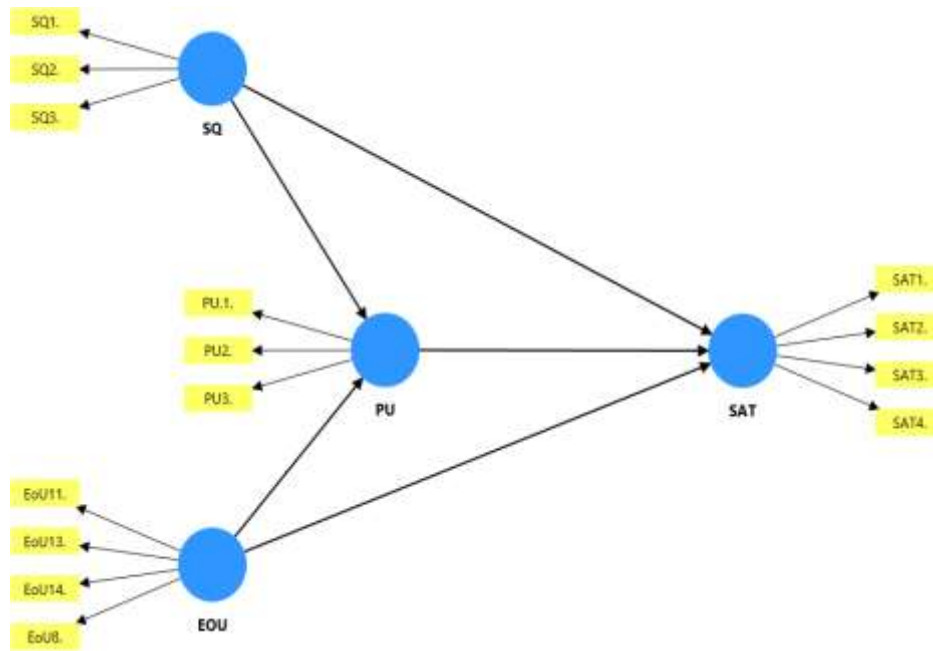
Langkah pertama yang dilakukan adalah menguji *outer model* yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas, peneliti memastikan bahwa konstruk yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat baik validitas konvergen maupun diskriminan. Uji ini dilakukan dengan menganalisis nilai pada cross loading factor (>0.70) dan nilai AVE (>0.50). Nilai cross loading factor yang tersaji pada tabel 2, memiliki nilai lebih tinggi dari ambang batas 0.70 untuk setiap konstruk yang digunakan dalam penelitian.

Konstruk yang digunakan dalam penelitian terdiri dari Service Quality (SQ) (3 konstruk), Ease of Use (EoU) (4 konstruk), Percieved usefullnes (PU) (3 konstruk), Satisfaction (SAT) (3 konstruk). Konstruk ini dipilih setelah seblumnya dilakukan penyaringan pada nilai pada masing-masing konstruk yang memiliki nilai <0.70. Artinya konstruk akhir setiap variabel dalam penelitian ini dapat dipastikan mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur.

Tabel 3. Cross Loading Factor

	EOU	PU	SAT	SQ
EoU11.	0.863			
EoU13.	0.874			
EoU14.	0.940			
EoU8.	0.902			
PU.1.		0.783		
PU2.		0.804		
PU3.		0.838		
SAT1.			0.789	
SAT2.			0.895	
SAT3.			0.798	
SAT4.			0.742	
SQ1.				0.812
SQ2.				0.911
SQ3.				0.842

Demikian juga dengan nilai AVE yang tersaji pada tabel 3 untuk setiap variabel yang memiliki nilai berada di atas ambang batas 0.5 (Joseph F. Hair, 2021b). Nilai pada cross *loading* dan AVE menunjukkan jika validitas konvergen terpenuhi. Seluruh indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk berkorelasi tinggi.



Gambar 1. Path Analysis

Tabel 4. Direct Effect

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Statistically Significant
EOU -> PU	-0.243	0.860	0.390	NO
EOU -> SAT	-0.264	0.629	0.529	NO
PU -> SAT	0.667	5.336	0.000	YES
SQ -> PU	0.805	3.464	0.001	YES
SQ -> SAT	0.833	2.683	0.007	YES

Nilai *t-statistic* dan *p-value*, yang menunjukkan hubungan SQ terhadap PU yaitu ($\beta = 0.805$; $p = 0.001 < 0.05$). Hasil statistik tersebut dapat diartikan bahwa terdapat hubungan langsung positif signifikan kualitas layanan dalam memengaruhi persepsi merasakan manfaat dari penggunaan layanan digital pelaporan keuangan atau Hipotesis (H1a, **diterima**). Hasil penelitian ini sejalan dengan (Mondego & Gide, 2024; Sharma et al., 2024; Xin et al., 2023). Artinya bahwa *service quality* dapat dipandang sebagai variabel eksternal yang berperan dalam membentuk persepsi pengguna mengenai kemanfaatan suatu sistem digital. Kualitas layanan yang baik juga mampu menutup kesenjangan antara ekspektasi pengguna dan kinerja layanan yang sebenarnya, sehingga tidak ada cela bagi pengguna untuk tidak menerima langsung kebermanfaatan dari penggunaan laporan keuangan digital.

Hubungan langsung PU dan SAT memiliki nilai statistic $\beta = 0.667$; $p = 0.000$). Secara statistic penelitian ini membuktikan adanya hubungan positif signifikan antara PU dan SAT, atau (H1b, **diterima**). Secara empiris hasil ini konsisten dengan penelitian (Biswas et al., 2024; Mondego & Gide, 2024), yang berarti semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat sistem digital, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan terhadap penggunaan sistem tersebut. Hasil ini juga sejalan dengan TAM model yang dikemukakan oleh (Davis, 1989a), bahwa persepsi kemanfaatan merupakan faktor utama yang memengaruhi sikap dan kepuasan pengguna terhadap teknologi.

Demikian juga dengan hubungan langsung SQ terhadap SAT. Nilai koefisien hubungan keduanya yaitu $\beta = 0.833$ dengan nilai $p = 0.007$. Hasil statistik ini menunjukkan adanya pengaruh

langsung positif signifikan antara SQ dan SAT atau (H1c, **diterima**). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Biswas et al., 2024; Demirel, 2022), menegaskan bahwa service quality merupakan determinan utama kepuasan pengguna, terutama dalam konteks digital service. Kualitas layanan yang unggul menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman, efisien, dan terpercaya. Sehingga mampu memenuhi kebutuhan ekspektasi pengguna.

Sebaliknya, hubungan *Ease of Use (EOU)* terhadap *Perceived Usefulness (PU)* ($\beta = -0.243$; $p = 0.390$) dan Pengaruh EoU terhadap *Satisfaction (SAT)* ($\beta = -0.264$; $p = 0.529$) atau (**H2a,b tidak dapat diterima**). Temuan penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran pola adopsi teknologi pada UMKM, dari yang sebelumnya berbasis *usability-driven adoption* menuju *value-driven adoption*. Ketidaksignifikanan pengaruh *ease of use* mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam penggunaan sistem digital. Hal ini dapat terjadi karena pengguna telah berada pada tahap adaptasi teknologi yang cukup matang, sehingga kemudahan dianggap sebagai “*baseline expectation*”, bukan lagi faktor yang meningkatkan kepuasan (SAT). Sebaliknya, *perceived usefulness* muncul sebagai determinan utama yang menjelaskan kepuasan pengguna (SAT) pada H1b memberikan gambaran bahwa pelaku UMKM tidak lagi menilai sistem berdasarkan seberapa mudah digunakan, tetapi lebih pada sejauh mana sistem tersebut mampu memberikan nilai tambah nyata, seperti efisiensi waktu, akurasi pencatatan, dan peningkatan kualitas pengambilan keputusan.

Penelitian ini juga menganalisis pengaruh tidak langsung EoU dan SQ terhadap SQ, seperti yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 5. Indirect effect

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Statistical Significance
EOU -> PU -> SAT	-0.162	0.903	0.367	NO
SQ -> PU -> SAT	0.537	2.955	0.003	YES

Pengaruh *Service Quality (SQ)* terhadap *Satisfaction (SAT)* melalui *Perceived Usefulness (PU)* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.537 dengan p-value 0.003, atau signifikan positif. Stataistik menunjukkan terdapat hubungan tidak langsung dengan PU sebagai variabel mediasi. Jika suatu layanan memiliki kualitas yang baik maka akan meningkatkan persepsi kegunaan dan pada gilirannya meningkatkan kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini memperkuat posisi *perceived usefulness* sebagai mekanisme psikologis utama dalam menjembatani hubungan antara faktor eksternal (*service quality*) dan kepuasan pengguna. Temuan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*, baik secara langsung maupun tidak langsung, menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya menciptakan pengalaman pengguna yang baik, tetapi juga membentuk evaluasi kognitif terhadap manfaat sistem.

Sementara, *Ease of Used (EoU)* terhadap *satisfaction* melalui *Perceived Usefulness (PU)* menunjukkan nilai koefisien 0.537 dengan p value 0.003 atau tidak ada pengaruh signifikan. Tidak signifikannya pengaruh *ease of use* baik terhadap *perceived usefulness* maupun *satisfaction* menjadi temuan penting yang menjelaskan bahwa dalam konteks UMKM, pelaku UMKM telah terekspos pada teknologi digital. Tingkat kematangan penggunaan teknologi pada UMKM yang berada dibawah dinas koprasia kota prabumulih dipandang cukup tinggi. Sehingga melemahkan PU sebagai determinan utama. Artinya, Penelitian ini membuktikan jika pendekatan berbasis nilai (*value-based approach*) yang ditawarkan dalam sistem laporan keuangan digital UMKM lebih relevan dibandingkan pendekatan sistem yang berbasis pada kemudahan (*usability-based approach*).

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* sebagai variabel yang memediasi pengaruh *Service Quality (SQ)* dan *Ease of Used (EoU)* terhadap *Satisfaction (SAT)*. Penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, dengan 51 responden yang

merupakan UMKM yang berada dibawah dinas koperasi Kota Prabumulih. Responden menerima bimbingan untuk membuat laporan keuangan berbasis digital. Peneliti kemudian melakukan penilaian persepsi tentang penggunaan teknologi digital untuk membantu menyusun laporan keuangan setelah 6 bulan penggunaan.

Hasil statistik dari efek langsung menunjukkan bahwa *Service Quality* (SQ) berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU), begitu juga dengan persepsi manfaat yang berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* (SAT). Efek tersirat juga menunjukkan hal yang sama, yaitu PU berfungsi sebagai variabel yang memediasi pengaruh SQ terhadap SAT. Namun, penelitian ini belum berhasil membuktikan bahwa EoU berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* (PU). Peneliti menduga, fokus perhatian pengguna telah berubah dari kemudahan penggunaan menjadi sistem yang memberi manfaat nyata.

Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku pengguna dari orientasi berbasis kemudahan (*usability-driven*) menuju orientasi berbasis nilai (*value-driven*), di mana pengguna lebih mempertimbangkan manfaat nyata yang dihasilkan sistem dibandingkan tingkat kemudahan penggunaannya.

REFERENSI

- Abdennebi, H. Ben. (2023). M-banking adoption from the developing countries perspective: A mediated model. *Digital Business*, 3(2), 100065. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100065>
- Alkrajji, A., & Ameen, N. (2022). The impact of service quality, trust and satisfaction on young citizen loyalty towards government e-services. *Information Technology and People*, 35(4), 1239–1270. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2020-0229>
- Alkrajji, A. I. (2020). Citizen Satisfaction with Mandatory E-Government Services: A Conceptual Framework and an Empirical Validation. *IEEE Access*, 8, 117253–117265. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3004541>
- Alsaffar, R. D., Alfayly, A., & Ali, N. (2022). Extended Technology Acceptance Model for Multimedia-Based Learning in Higher Education. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(12), 1300–1310. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.12.1754>
- Biswas, B., Ullah, M. N., Rahman, M. M., & Al Masud, A. (2024). Service quality, satisfaction, and intention to use Pourasava Digital Center in Bangladesh: The moderating effect of citizen participation. *PLoS ONE*, 19(6 June). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0304178>
- Chan, F. K. Y., Thong, J. Y. L., Venkatesh, V., Brown, S. A., Hu, P. J. H., & Tam, K. Y. (2010). Modeling citizen satisfaction with mandatory adoption of an E-Government technology. *Journal of the Association for Information Systems*, 11(10), 519–549. <https://doi.org/10.17705/1jais.00239>
- Davis, F. D. (1989a). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1989b). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003a). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003b). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Demirel, D. (2022). the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Digital Age: Customer Satisfaction Based Examination of Digital Crm. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), 507–531. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.15328>
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. <https://doi.org/10.2307/2065853>

- Hong, S., Kim, J., & Lee, H. (2008). Antecedents of use-continuance in information systems: Toward an integrative view. *Journal of Computer Information Systems*, 48(3), 61–73. <https://doi.org/10.1080/08874417.2008.11646022>
- Igbaria, M., Guimaraes, T., & Davis, G. B. (1995). Testing the Determinants of Microcomputer Usage via a Structural Equation Model. *Journal of Management Information Systems*, 11(4), 87–114. <https://doi.org/10.1080/07421222.1995.11518061>
- Jasin, M., & Firmansyah, A. (2023). The role of service quality and marketing mix on customer satisfaction and repurchase intention of SMEs products. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 383–390. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.9.004>
- Joseph F. Hair, Jr. ; G. T. M. H. C. M. R. M. S. (2021a). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Joseph F. Hair, Jr. ; G. T. M. H. C. M. R. M. S. (2021b). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Lin, H. H., & Wang, Y. S. (2006). An examination of the determinants of customer loyalty in mobile commerce contexts. *Information and Management*, 43(3), 271–282. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.08.001>
- Ly, R., & Ly, B. (2024). Digital payment systems in an emerging economy. *Computers in Human Behavior Reports*, 16(October), 100517. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100517>
- Mirkovski, K., Rouibah, K., Lowry, P., Paliszkiwicz, J., & Ganc, M. (2024). Cross-country determinants of citizens' e-government reuse intention: empirical evidence from Kuwait and Poland. *Information Technology and People*, 37(4), 1864–1896. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2022-0651>
- Mondego, D., & Gide, E. (2024). The Impact of Security, Service Quality, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, and Price Value on Users' Satisfaction in Cloud-Based Payment Systems in Australia: A PLS-Sem Analysis. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 21, 1–17. <https://doi.org/10.4301/s1807-1775202421004>
- Saputri, U. T., Sari, Y., Hartati, S., Amri, D., & ... (2023). Cloud Accounting Sebagai Media Pelaporan Keuangan UMKM: Studi Kasus UMKM Layang-Layang. *KUAT: Keuangan ...*
- Sharma, V., Jangir, K., Gupta, M., & Rupeika-Apoga, R. (2024). Does service quality matter in FinTech payment services? An integrated SERVQUAL and TAM approach. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100252. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100252>
- Teo, T. S. H., Srivastava, S. C., & Jiang, L. (2008). Trust and electronic government success: An empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 25(3), 99–132. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222250303>
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Zhu, Y. (2023). Competing roles of intention and habit in predicting behavior: A comprehensive literature review, synthesis, and longitudinal field study. *International Journal of Information Management*, 71(March), 102644. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102644>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Xin, Y., Irfan, M., Ahmad, B., Ali, M., & Xia, L. (2023). Identifying How E-Service Quality Affects Perceived Usefulness of Online Reviews in Post-COVID-19 Context: A Sustainable Food Consumption Behavior Paradigm. *Sustainability (Switzerland)*, 15(2). <https://doi.org/10.3390/su15021513>
- Yum, K., & Yoo, B. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411214>
- Zubir, M. H. H., & Abdul Latip, M. S. (2023). Factors affecting citizens' intention to use e-government services: assessing the mediating effect of perceived usefulness and ease of use. *Transforming Government: People, Process and Policy*. <https://doi.org/10.1108/TG-04-2023-0040>