BAB 2

Kajian Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian evaluasi sistem informasi pada bidang akademik yang menggunakan model UTAUT2 telah dilakukan sebanyak lima kali, diantaranya; Raman dan Don (2013) studi kasus pada Universiti Utara Malaysia (UUM); Christiono dan Tambotoh (2014) studi kasus pada Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW); Ain, Kaur, dan Waheed (2015) studi kasus pada University of Malaya; El-Masri dan Tarhini (2017) studi kasus pada negara berkembang (Qatar) dan negara maju (USA); serta Jakkaew dan Hemrungrote (2017) studi kasus pada Mae Fah Luang University.

Penelitian oleh Arumugam Raman dan Yaya Don pada tahun 2013 pada Universiti Utara Malaysia (UUM) bertujuan untuk menyelidiki hubungan antar konstruk yang dapat mempengaruhi penerimaan layanan pada Zona Pembelajaran (Moodle) sebagai *Learning Management Software* (LMS) dalam proses belajar mengajar, dan menilai pengaruh variasi pada *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* atau tujuan penggunaan. Penelitian ini menghilangkan variabel *Price Value*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*, serta variabel *Social Influence* berpengaruh signifikan dalam penelitian ini. Akan tetapi variabel *Habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention*. Hal tersebut mungkin menjadi alasan bahwa mahasiswa menggunakan LMS hanya untuk tujuan akademik, karena fitur seperti '*chatting*' dan 'pesan' tidak digunakan secara maksimal oleh mahasiswa (Raman & Don, 2013).

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Adi Tio Christiono dan Johan J.C. Tambotoh bertujuan untuk mendapatkan gambaran pemanfaatan teknologi menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan UTAUT2 dengan menghilangkan variabel *Price Value*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor mempengaruhi pemanfaatan F-Learn, diantaranya nilai manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan produktivitas kinerja (*Performance Expectancy*), infrastruktur dan antarmuka (*Effort Expectancy*), tuntutan pada kebutuhan prioritas proses belajar mengajar dan lingkungan kerja (*Social Influence*), pengenalan dan pelatihan (*Facilitating Condition*), minat pengguna terhadap teknologi informasi (*Hedonic Motivation*), serta

kebiasaan pengguna terhadap penggunaan teknologi informasi (*Habit*) (Christiono & Tambotoh, 2014).

Penelitian oleh NoorUI Ain, Kiran Kaur dan Mehwish Waheed pada tahun 2015 bertujuan agar dapat membantu lembaga untuk mempertimbangkan faktor-faktor pendukung keberhasilan implementasi *Learning Management System* (LMS) dalam pengaturan akademik. Penelitian ini menggunakan perluasan kerangka UTAUT2 dengan mengintegrasikan konstruk nilai pembelajaran (*Learning Value*) yang menggantikan konstruk *Price Value* tentang LMS kepada mahasiswa Universitas Malaysia yang merupakan pengguna LMS. Hasil penelitian menunjukkan pengukuran yang baik dan model struktural yang sesuai, serta pengaruh signifikan dari harapan kinerja (*Performance Expectancy*), pengaruh sosial (*Social Influence*) dan nilai pembelajaran (*Learning Value*) terhadap niat mahasiswa (*Behavioral Intention*) pada LMS (Ain, Kaur, & Waheed, 2015).

Penelitian oleh Mazen El-Masri dan Ali Tarhini pada tahun 2017 membahas tentang model UTAUT2 yang dikombinasikan dengan "*Trust*" sebagai variabel eksternal untuk memeriksa faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-learning* oleh mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Habit* dan *Trust* adalah prediktor signifikan dari *Behavioral Intention* (BI) pada kedua sampel yaitu Qatar dan USA. Kemudian hubungan antara variabel *Price Value* dan BI tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* dan *Social Influence* menjadi faktor penyebab peningkatan dalam penerapan sistem *e-learning* di negara berkembang, tetapi tidak di negara maju. Perbedaan juga terdapat pada variabel *Facilitating Conditions* yang menunjukkan peningkatan adopsi pada negara maju, tetapi tidak di negara berkembang (El-Masri & Tarhini, 2017).

Penelitian dilakukan oleh Prasara Jakkew dan Sirichai Hemrungrote pada tahun 2017 bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menentukan penyebaran Google Classroom dalam program Pengantar Teknologi Informasi di Universitas Mae Fah Luang, Thailand. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* menentukan *Behavioral Intention* mahasiswa. Selain itu, variabel *Facilitating Conditions* dan *Behavioral Intention* menentukan *Use Behavior* pada Google Classroom oleh mahasiswa (Jakkaew & Hemrungrote, 2017).

Penelitian dilakukan oleh Norman Shaw dan Ksenia Sergueeva pada tahun 2018 membahas mengenai model UTAUT2 yang diperluas untuk mencakup variabel dari kerahasiaan kalkulus pada konteks konsumen *smartphone* studi kasus di Kanada.

Model UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini mengganti variabel *Price Value* menjadi *Perceived Value* untuk mengetahui penerimaan pada aplikasi-aplikasi gratis yang digunakan responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Privacy Concern* mempengaruhi variabel *Perceived Value*, dan variabel *Intention to Use* (*Behaviour Intention* dalam UTAUT2) dipengaruhi signifikan oleh variabel *Hedonic Motivation* dan *Perceived Value*.

Dari penelitian-penelitian UTAUT2 tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa beberapa penelitian dalam bidang akademik menghilangkan variabel *Price Value* , kemudian pada penelitian El-Masri dan Tahrini (2017) variabel *Price Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention*. Pada penelitian Shaw dan Sergueeva pada tahun 2018 penggantian variabel *Price Value* berdampak positif pada hasil penelitian. Kemudian variabel-variabel yang berpengaruh signifikan pada beberapa penelitian antara lain *Performance Expectancy, Effort Expectancy*, dan *Social Influence* pada negara berkembang, sedangkan di Indonesia seluruh variabel berdampak positif dengan menghilangkan variabel *Price Value*. Hal ini juga membuktikan bahwa model UTAUT2 dapat digunakan untuk penelitian dibidang akademik dengan menghilangkan atau mengganti variabel *Price Value* dengan variabel yang relevan. Pada penelitian ini, model UTAUT2 menggunakan seluruh variabel, kecuali variabel *Price Value* yang digantikan dengan variabel *Perceived Value*.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Sistem Informasi Akademik

Menurut Satoto (2009) dalam Kartikarini (2013) menyatakan bahwa Sistem Informasi Akademik (SIA) merupakan suatu perangkat lunak yang digunakan dalam penyajian informasi dan tata kelola administrasi kegiatan akademik. Penerapan SIA sebagai media berbasis teknologi informasi yang terintegrasi bertujuan agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam penerapan *good governance* (Aliyadi, 2014).

2.2.2 Evaluasi Penerimaan Sistem Informasi Akademik

Evaluasi penerimaan SIA adalah kegiatan pengumpulan informasi terkait penerimaan SIA yang akan digunakan untuk menentukan alternatif dalam pengambilan keputusan.

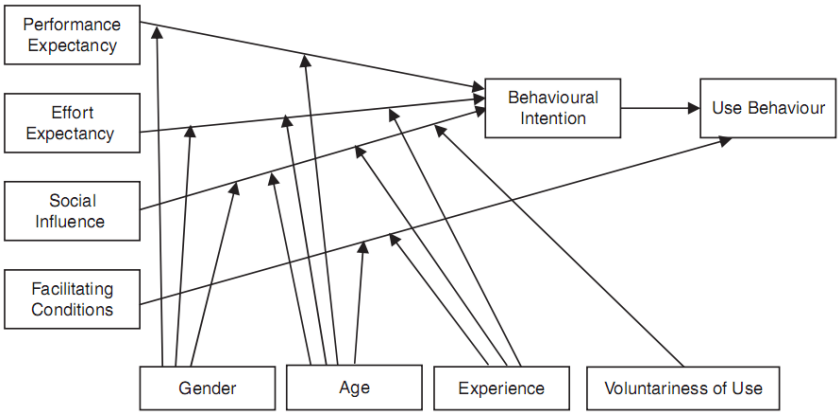
Dalam pelaksanaan evaluasi penerimaan SIA, dibutuhkan model atau teori yang tepat agar mendapatkan hasil yang tepat pula. Model dan teori evaluasi Sistem Informasi (SI) telah banyak dikembangkan oleh peneliti-peneliti terdahulu, seperti pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Model dan Teori Evaluasi (Tan, 2013)

Tahun	Model dan Teori Evaluasi	Peneliti
1975	TRA = Theory of Reasoned Action	Fishbein dan Ajzen
1989	TAM = Technology Acceptance Model	Davis
1991	TPB = Theory of Planned Behavior	Ajzen
1991	MPCU = Model of Personal Computer (PC) Utilization	Thompson, Higgins, dan Howell
1991	Refined IDT (Innovation Diffusion Theory)	Moore dan Benbasat
1992	MM = Motivational Model	Davis, Bagozzi, dan Warshaw
1993	Usability	Jakob Nielsen
1995	C-TAM-TPB = Combined TAM and TPB	Taylor dan Todd
1995	IDT = Innovation Diffusion Theory	Rogers
1995	SCT = Social Cognitive Theory	Compeau dan Higgins
2000	TAM2 = Extended Technology Acceptance Model	Venkatesh dan Davis

Selain sebelas model dan teori yang telah disebutkan pada Tabel 1 diatas, terdapat satu model yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk pada tahun 2003, yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

UTAUT adalah sebuah model terpadu yang dirumuskan untuk mengintegrasikan teori fragmentasi dan penelitian individu terhadap penerimaan teknologi informasi (Venkatesh dkk dalam Tan, 2013). Model UTAUT merupakan himpunan dari sembilan model dan teori, antara lain TRA, TAM, MM, TPB, C-TAM-TPB, MPCU, IDT, Usability, dan SCT (Tan, 2013). Dalam UTAUT terdapat empat variabel utama, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. Hubungan antar variabel pada UTAUT dapat dilihat pada Gambar 2.1 sebagai berikut :



Gambar 2.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

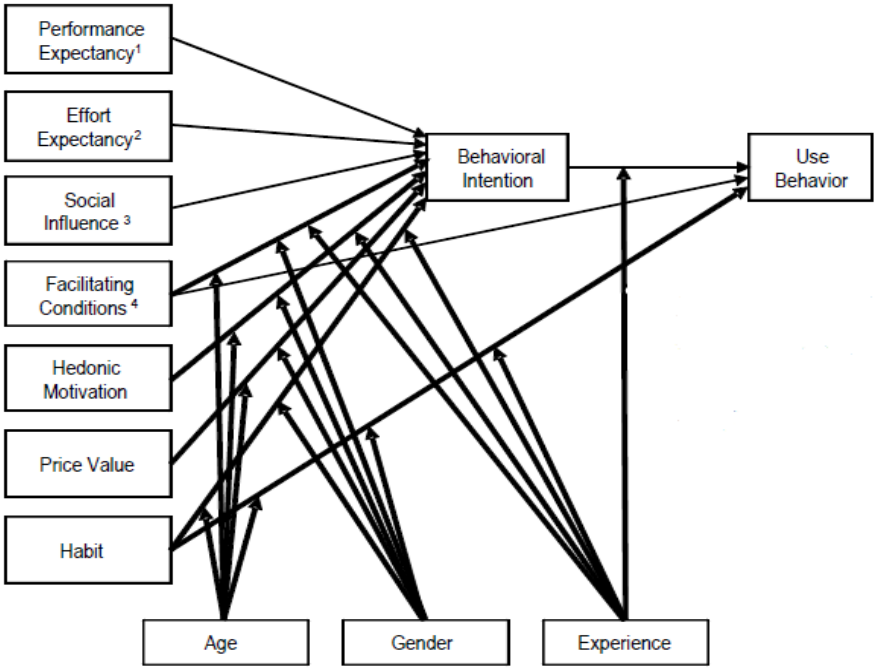
Masing-masing variabel utama dalam UTAUT merupakan hasil perbandingan dengan variabel-variabel dari sembilan model dan teori, seperti pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2.2 Hubungan Variabel UTAUT Pada Teori Terdahulu (Tan, 2013)

Variabel UTAUT	**Variabel Hubungan dan Teori**	**Peneliti**
Performance expectancy	*Perceived Usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB)	Davis (1989)
	Extrinsic Motivation (MM)	Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1992)
	Job-Fit (MPCU)	Thompson, Higgins, dan Howell (1991)
	Relative Advantage (IDT)	Moore dan Benbasat (1991)
	Outcome Expectations (SCT)	Compeau dan Higgins (1995)
	Efficiency (Usability)	Jakob Nielsen (1993)
Effort expectancy	*Perceived Ease of Use* (TAM/TAM2)	Davis (1989)
	Complexity (MPCU)	Thompson dkk (1991)
	Ease of Use (IDT)	Moore dan Benbasat (1991)
	Learnability (Usability)	Jakob Nielsen (1993)
Social influence	*Subjective Norm* (TRA, TAM2, TPB dan C-TAM-TPB)	Ajzen (1991), Fishbein dan Ajzen (1975), Taylor dan Todd (1995)
	Social Factors (MPCU)	Thompson dkk (1991)
	Image (IDT)	Moore dan Benbasat (1991
	Error (Usability)	Jakob Nielsen (1993)
Facilitating conditions	*Perceived Behavioral Control* (TPB dan C-TAM-TPB)	Ajzen (1991), Taylor dan Todd (1995)
	Facilitating Conditions (MPCU)	Thompson dkk (1991)
	Compatibility (IDT)	Moore dan Benbasat (1991)

2.2.3 UTAUT2

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) merupakan model pengembangan dari UTAUT yang dikembangkan kembali oleh Venkatesh, Thong, dan Xu pada tahun 2012. Pada model UTAUT2 terdapat penambahan tiga variabel utama yaitu Motivasi Ketertarikan (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Kebiasaan (*Habit*), serta variabel pendukung *Voluntariness of Use* dihilangkan. Hasil perbandingan antara UTAUT dan UTAUT2, penambahan tiga variabel pada UTAUT2 menunjukkan peningkatan pada variabel *Behavioral Intention* (56 persen menjadi 74 persen) dan *Technology Use* (40 persen menjadi 52 persen) (Chang, 2012). Hubungan antar variabel pada UTAUT2 dapat dilihat pada Gambar 2.2 sebagai berikut :



Gambar 2.2 Model Pengembangan UTAUT2

Penjelasan variabel utama UTAUT2 :

1. *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja)

   Performance Expectancy menjelaskan tentang sejauh mana pengguna mendapatkan manfaat dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi.

2. *Effort Expectancy* (Harapan Kemudahan)

   Effort Expectancy menjelaskan tentang tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sitem informasi.

3. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

   Social Influence menjelaskan tentang keterkaitan dorongan orang-orang sekitar kepada pengguna dalam meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu teknologi.

4. *Facilitating Conditions* (Kondisi Fasilitas)

   Facilitating Conditions menjelaskan tentang persepsi pengguna terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk menggunakannya.

5. *Hedonic Motivation* (Motivasi Ketertarikan)

   Hedonic Motivation menjelaskan sejauh mana ketertarikan pengguna dalam menggunakan suatu sistem yang merupakan peran penting dalam menentukan penerimaan teknologi.

6. *Price Value* (Nilai Harga)

   Price Value menjelaskan tentang pertimbangan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi.

7. *Habit* (Kebiasaan)

   Habit menjelaskan tentang bagaimana seseorang menggunakan suatu sistem dalam kehidupan sehari-hari.

Penjelasan variabel pendukung UTAUT2 :

1. *Age* (Usia)

   Age didefinisikan sebagai usia dari responden atau subjek penelitian yang mempengaruhi variabel utama.

2. *Gender* (Jenis Kelamin)

   Gender didefinisikan sebagai jenis kelamin dari responden atau subjek penelitian, yaitu pria dan wanita.

3. *Experience* (Pengalaman)

   Experience didefinisikan sebagai pengalaman dari responden atau subjek penelitian, yaitu lama penggunaan suatu sistem, dalam kurun waktu satu tahun, dua tahun, dan seterusnya.

Penjelasan variabel tujuan UTAUT2 :

1. *Behavioral Intention* (Niat Perilaku)

   Behavioral Intention didefinisikan sebagai niat subjek penelitian untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi sebagai hasil pengaruh dari variabel-variabel utama yang ditambahkan dengan variabel pendukung.

2. *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan)

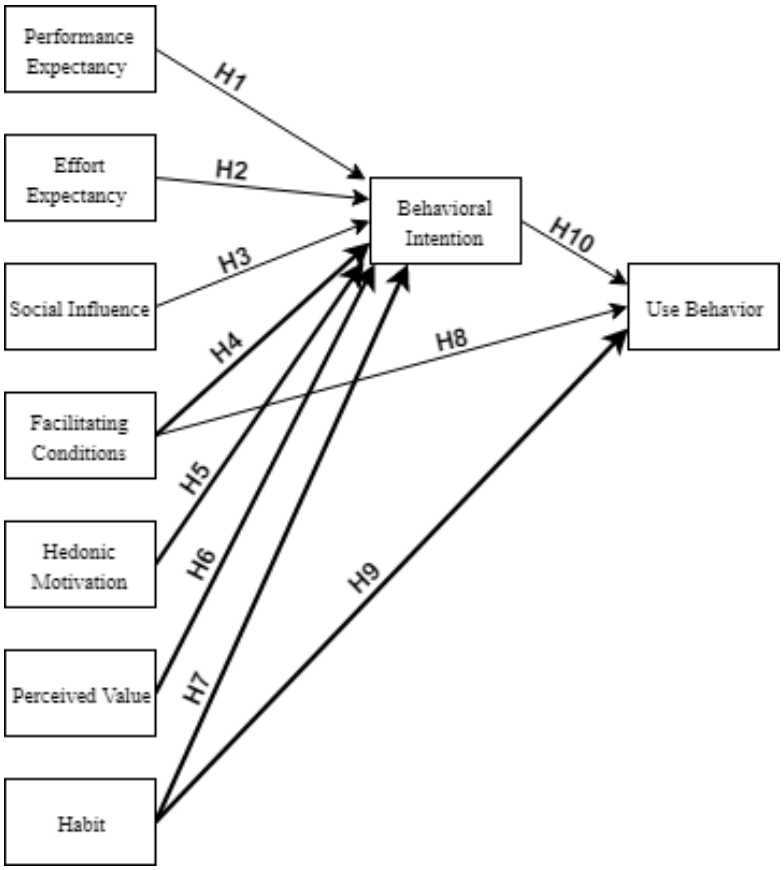
   Use Behavior merupakan variabel tujuan akhir hasil pengaruh dari variabel-variabel utama, dan atau hasil pengaruh dari variabel tujuan *Behavioral Intention*.

2.2.4 Variabel *Price Value* Dihilangkan

Model UTAUT2 digunakan pada sebagian besar penelitian dalam konteks konsumen, karena terdapat variabel *Price Value* yang berfokus pada teknologi atau sistem yang digunakan konsumen terhadap biaya yang dikeluarkan. Variabel *Price Value* tersebut kurang cocok jika digunakan dalam konteks penerimaan SIA, terbukti beberapa penelitian terdahulu menghilangkan variabel *Price Value*, penelitian oleh NoorUI Ain, Kiran Kaur dan Mehwish Waheed mengganti variable *Price Value* dengan *Learning Value* (Ain, Kaur, & Waheed, 2015). Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Mazen El-Masri dan Ali Tarhini pada tahun 2017, hubungan antara variabel *Price Value* dan *Behavioral Intention* tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menghilangkan variabel *Price Value*, karena penelitian ini berfokus pada penerimaan TI pada bidang akademik, tanpa mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan.

2.2.5 Penambahan Variabel *Pereceived Value*

Sebuah penelitian dalam konteks konsumen aplikasi gratis yang mengganti variabel *Price Value* Menjadi *Perceived Value* dilakukan oleh Norman Shaw dan Ksenia Sergueeva, dan penelitian tersebut belum pernah dilakukan dalam konteks akademik (Shaw & Sergueeva, 2019). Peneliti merasa perlu untuk menggunakan model UTAUT2 dengan mengganti Variabel *Price Value* menjadi *Perceived Value* pada studi kasus SIA UMB Yogyakarta, untuk menguji variabel *Perceived Value* dalam konteks akademik. Variabel pendukung *Age* dan *Gender* dihilangkan, karena pengguna SIA UMB Yogyakarta pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif, sehingga variabel kedua variabel tersebut tidak berlaku (Christiono & Tambotoh, 2014). Hubungan antar variabel yang akan digunakan peneliti seperti pada Gambar 2.3 sebagai berikut:



Gambar 2.3 Model Pengembangan UTAUT2 Menggunakan *Perceived Value*

Berdasarkan gambar 2.3, penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1 : Variabel *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H2 : Variabel *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H3 : Variabel *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H4 : Variabel *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H5 : Variabel *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H6 : Variabel *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H7 : Variabel *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*.

H8 : Variabel *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Use Behavior*.

H9 : Variabel *Habit* mmiliki pengaruh positif terhadap variabel *Use Behavior*.

H10 : Variabel *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Use Behavior*.