

Efek moderasi gender pada hubungan kausal orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah

Tiara Pandansari^{1*}, Eliada Herwiyanti², Agung Praptapa³, Puji Lestari⁴

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman^{1*}, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{1,2,3,4}

Email: tiarapandansari@ump.ac.id^{1*}

ABSTRACT

Entrepreneurial orientation is an important factor in achieving company performance. Gender moderates the causal relationship between entrepreneurial orientation and performance. The purpose of this study is to analyze the effect of entrepreneurial orientation on MSME performance, as well as the effect of gender in moderating the relationship between entrepreneurial orientation and MSME performance. Entrepreneurial orientation includes pro-activeness, innovativeness, risk-taking, competitive aggressiveness, and autonomy. This study was conducted on MSMEs with 72 respondents. Data processing was carried out using SPSS. The results showed that pro-activeness, autonomy, and competitive aggressiveness influenced MSME performance and gender moderated the causal relationship between competitive aggressiveness. Entrepreneurs on an MSME scale need to improve their pro-activeness, autonomy, and competitive aggressiveness attitudes which have been proven to positively improve the perception of MSME performance.

Keywords: entrepreneurship orientation, gender, performance, MSMEs

ABSTRAK

Orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting dalam mencapai kinerja perusahaan. Gender memoderasi hubungan kausalitas orientasi kewirausahaan dengan kinerja. Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM, serta pengaruh gender dalam memoderasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UMKM. Orientasi kewirausahaan meliputi *pro-activeness*, *innovativeness*, *risk-taking*, *competitive aggressiveness*, dan *autonomy*. Penelitian ini dilakukan pada UMKM dengan jumlah responden sebanyak 72 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *pro-activeness*, *autonomy*, dan *competitive aggressiveness* berpengaruh terhadap kinerja UMKM serta gender memoderasi hubungan kausalitas antara *competitive aggressiveness*. Pengusaha dalam skala UMKM perlu untuk meningkatkan sikap *pro-activeness*, *autonomy*, dan *competitive aggressiveness* yang terbukti secara positif dapat meningkatkan persepsi kinerja UMKM.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, gender, kinerja, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam menopang perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2022, usaha mikro dan kecil merupakan pondasi perekonomian Indonesia dengan proporsi jumlah usaha mikro dan kecil adalah sebesar 99,9% dari total unit usaha dan usaha menengah merupakan pilar perekonomian dengan jumlah proporsi sebesar 0,09% dari total unit usaha. Sedangkan, usaha besar di Indonesia hanya berjumlah 0,01% dari total usaha yang ada di Indonesia. Selain menjadi pondasi dan pilar perekonomian, UMKM juga telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5%, mampu menyerap tenaga kerja sebesar 96,9%, serta berperan pada ekspor non-migas sebesar 15,69% (DJPb, 2023). Oleh karena itu, sangat penting untuk selalu meningkatkan keuntungan dan kinerja UMKM dengan harapan tercapai keberlanjutan usaha dan dampak positif lainnya yang dapat dirasakan pada ekonomi Indonesia.

Menurut Anderson et al. (2015) keuntungan dan kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui optimalisasi orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan seringkali dianggap sebagai sumber daya tak berwujud yang mampu menilai kemampuan kewirausahaan (Miller, 1983) dan melihat kecenderungan organisasi terhadap kewirausahaan (Lages et al., 2017; Rauch et al., 2009). Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai orientasi kewirausahaan selama 2 (dua) decade terakhir (Khan et al., 2021). Meskipun demikian, tidak ada definisi umum mengenai orientasi kewirausahaan dan dimensi yang digunakan pada orientasi kewirausahaan ini sangat beragam (Lechner and Gudmundsson, 2014). Kreiser et al. (2015) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan lebih baik menggunakan multidimensi dibandingkan hanya satu dimensi. Terlebih lagi, melalui banyak dimensi dapat diketahui perbedaan masing-masing peran dari dimensi orientasi kewirausahaan yang digunakan (Nakku et al., 2019).

Roux & Bengesi (2014); Khan et al (2019); Lumpkin & Dess (1996) menggunakan pro-activeness, innovativeness, dan risk-taking sebagai dimensi orientasi kewirausahaan. Penelitian ini mengadopsi multi dimensi orientasi kewirausahaan dari Nakku et al (2019); Lumpkin & Des (1996); Walter dkk., (2006). Dimensi yang digunakan ada 5 (lima), yaitu, pro-activeness, innovativeness, risk-taking, competitive aggressiveness, dan autonomy. Multi dimensi orientasi kewirausahaan ini masih jarang digunakan dalam lingkup UMKM di Indonesia.

Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan referensi mengenai bagaimana orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dan bagaimana gender dapat memoderasi hubungan tersebut. Pendekatan gender dalam mengevaluasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja di berbagai negara belum menunjukkan hasil yang kokoh (Carter et al., 2000; Mueller dan Dato-On, 2008). Penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan bagi para pemilik modal yang usahanya bergerak di berbagai sektor UMKM untuk memahami karakter kewirausahaan dan gender yang tepat yang mempengaruhi kinerja usaha agar usahanya dapat berkelanjutan.

Penelitian ini mengkaji hubungan antara dimensi orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM serta efek moderasi gender terhadap hubungan dua variabel tersebut. Penelitian ini berusaha melampaui pendekatan tradisional untuk menguji jumlah varians yang dijelaskan dalam kinerja UMKM berdasarkan dimensi individu orientasi kewirausahaan dan pengaruh gender dalam hubungan antara kedua variabel tersebut. Ini akan memungkinkan pemilik bisnis dan pemerintah untuk mengidentifikasi prediktor kinerja UKM yang relevan dan pemilihan pengelola yang cenderung pas dalam pengaruhnya terhadap kinerja UMKM di negara-negara berkembang.

TINJAUAN LITERATUR

Resources Based Theory (RBT)

Berdasarkan RBT, perusahaan yang menggunakan sumberdaya berwujud dan tidak berwujud yang orisinal dan tidak mudah ditiru kompetitor atau pesaing, dapat mencapai keunggulan kinerja yang kompetitif (Barney, 1991). Hal ini didukung dengan temuan Rauch et al. (2009) bahwa perusahaan mendapatkan keuntungan ketika pengelola usaha menanamkan visinya untuk terus mempertahankan keunggulan kompetitif. Pada UMKM, orientasi kewirausahaan dapat dianggap sebagai value yang tidak berwujud dari masing – masing usaha yang ikut menentukan kinerja serta menghadapi tantangan pasar.

Theory of Planned Behaviour (TPB)

TPB memprediksi niat perilaku akan didorong oleh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Terlebih lagi, niat mewakili salah satu indikator terpenting terhadap perilaku seseorang (Bagozzi et al., 1989). Berdasarkan TPB, dalam konteks orientasi kewirausahaan, perempuan cenderung kurang minat terhadap orientasi kewirausahaan karena norma sosial dan persepsi kewajiban rumah tangga bagi perempuan (Fellnhofer, 2016).

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai proses menghasilkan ide-ide baru dengan nilai baru dengan mendedikasikan usaha dan jangka waktu tertentu, keberanian finansial, risiko sosial dan psikologis untuk mendapatkan keuntungan finansial atau imbalan penghargaan diri. Dimensi orientasi kewirausahaan yang diidentifikasi oleh Miller (1983) adalah pro-activeness, innovativeness, dan risk-taking. Sedangkan, penelitian ini menggunakan 5 (lima) dimensi populer yang dianjurkan oleh (Lumpkin & Des, 1996, 2001; Walter dkk., 2006) yaitu pro-activeness, innovativeness, risk-taking, competitive aggressiveness, dan autonomy. Hal ini dilakukan agar menambah wawasan mengenai seluruh dimensi yang merupakan bagian dari orientasi kewirausahaan.

UMKM di Indonesia

Usaha kecil dan menengah terdapat di seluruh penjuru dunia dan selalu memegang peranan penting dalam perekonomian negara karena dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi kemiskinan penduduk pada suatu negara. Adapun klasifikasi UMKM yang digunakan dalam

penelitian ini mengacu pada Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 sebagaimana dikategorikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi UMKM

Kategori Usaha	Jumlah Modal Usaha (selain tanah dan Bangunan) (Rp)	Jumlah Peredaran Usaha per tahun (Rp)
Mikro	≤1.000.000.000	<2.000.000.000
Kecil	1 Milyar – 5 Milyar	2 Milyar – 15 Milyar
Menengah	>5 Milyar	>15 Milyar

Sumber: PP No 7 Tahun 2021

Hipotesis

H₁: Terdapat pengaruh positif *innovativeness* terhadap kinerja UMKM

H₂: Terdapat pengaruh positif *risk-taking* terhadap kinerja UMKM

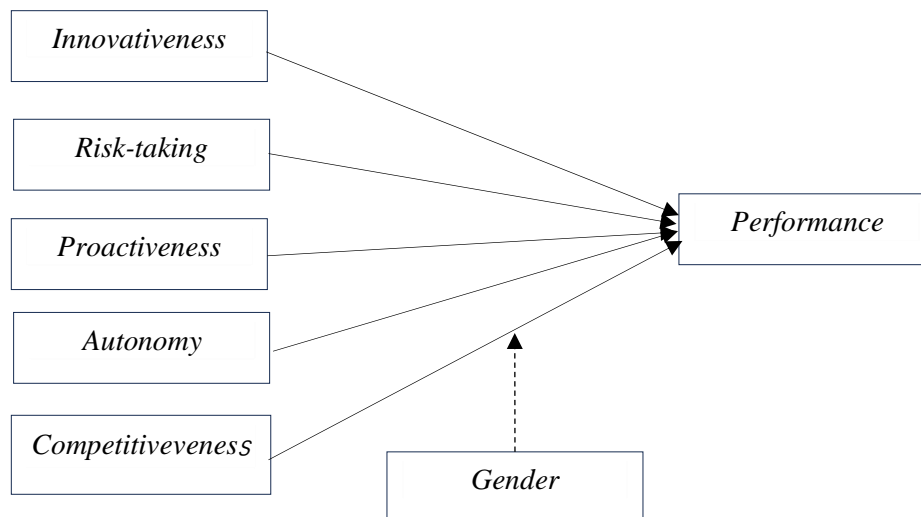
H₃: Terdapat pengaruh positif *proactiveness* terhadap kinerja UMKM

H₄: Terdapat pengaruh positif *autonomy* terhadap kinerja UMKM

H₅: Terdapat pengaruh positif *competitive aggressiveness* terhadap kinerja UMKM

H₆: Gender memoderasi hubungan antara *competitive aggressiveness* dengan kinerja UMKM

Adapun model penelitian digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Populasi penelitian adalah pelaku usaha dengan skala mikro, kecil, dan menengah. Metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan selama bulan Juni tahun 2024.

Definisi Operasional Variabel

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu persepsi yang mencerminkan kecenderungan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya untuk bersikap *pro-activeness*, *innovativeness*, *risk-taking*, *competitive aggressiveness*, dan *autonomy*. Variabel orientasi kewirausahaan diukur untuk masing – masing indikator dengan menggunakan skala likert dengan nilai (1) untuk menunjukkan persepsi sangat tidak setuju sampai dengan nilai (5) untuk menunjukkan persepsi sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Adapun variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah gender. Gender diukur dengan nilai 1 untuk pria dan 0 untuk wanita. Variabel kinerja UMKM dalam penelitian ini diukur melalui persepsi pengusaha terhadap perkembangan yang terjadi pada usahanya. Variabel ini menggunakan teknik pengukuran skala likert dengan nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrument untuk mengetahui kualitas data. Pengujian validitas menggunakan teknik *pearson correlation*, sedangkan reliabilitas instrument menggunakan teknik *cronbach alpha*.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan dua langkah. Langkah pertama adalah menggunakan analisis regresi linear berganda, untuk mengetahui pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah kedua menggunakan uji moderasi (*sub-group*). Metode ini dilakukan dengan cara membagi sampel menjadi dua kelompok berdasarkan variabel ketiga yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan data dikotomi agar pembagian kelompok dapat dengan mudah meregresi kelompok satu dengan yang kedua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan kuesioner, terdapat 72 responden. Alat yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah aplikasi SPSS versi 25 sebagai sarana pengolahan data. Adapun gambaran karakteristik responden tercermin dalam Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
Tingkat Pendidikan	SD	6	9
	SMP	2	3
	SMA	24	33
	Diploma	1	1
	S1	37	51
	S2	2	3
Total		72	100
Pengalaman Usaha	<5 tahun	44	61
	>5-10 tahun	22	30
	>10 tahun	6	9
	Total	72	100

Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil pengujian validitas instrumen menunjukkan masing-masing indikator pertanyaan memiliki nilai ρ -value < 0,05 yang artinya seluruh item pertanyaan adalah valid. Pengujian reliabilitas instrumen menunjukkan nilai *cronbach alpha* > 0,06, yang artinya semua instrumen penelitian dikatakan reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Uji Normalitas bertujuan mendeteksi dengan menguji sebaran data menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov test*. Residu berdistribusi normal jika mempunyai nilai signifikansi >0,05 (Ghozali, 2011). Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan, *asympt.sig.(2-tailed)* menunjukkan nilai sig. 0,200 > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

Pengujian multikolinieritas menggunakan indikator nilai VIF dan *tolerance*. Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* < 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari gejala multikolinieritas. Pengujian heteroskedastisitas dengan *Glejser test* diperoleh hasil, variabel orientasi kewirausahaan tidak signifikan terhadap variabel absolut residual, dibuktikan nilai signifikansi > 0,05 berarti model regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian regresi berganda dapat dilihat dalam Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3, dapat dibuat persamaan regresi berganda seperti persamaan (1).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + Z \dots\dots\dots (1)$$

Tabel 3. Hasil Statistik Analisis Regresi Berganda

Variabel	B	Sig.
<i>Innovativeness</i>	-0,138	0,554
<i>Risk-taking</i>	-0,232	0,248
<i>Proactiveness</i>	0,485	0,015
<i>Autonomy</i>	0,334	0,030
<i>Competitive Aggresiveness</i>	0,670	0,001
<i>Gender</i>	-1,291	0,041

Pengaruh *Innovativeness* terhadap Kinerja UMKM

Tabel 3 menunjukkan bahwa *innovativeness* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,554 > 0,05$. Penelitian ini tidak mendukung temuan Shan et al (2015). Berdasarkan pendekatan teori RBV, untuk mendapatkan keunggulan kinerja membutuhkan sumber daya keuangan yang cukup. Namun, menurut Susdiyani (2020) bahwa kategori inovasi yang berpengaruh pada kinerja bukanlah inovasi pada proses, melainkan inovasi pada produk dan pemasaran.

Pengaruh *Risk-taking* terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa *risk-taking* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini sejalan dengan Roux & Bengesi (2014). Temuan menunjukkan bahwa di negara-negara berkembang dalam situasi di mana perusahaan mempunyai persepsi yang tinggi risiko dalam lingkungan bisnis, perusahaan belum tentu mencapai kinerja tinggi. Di negara maju, perilaku pengambilan risiko berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Kondisi yang berbeda terjadi di negara-negara berkembang dimana UMKM beroperasi di lingkungan peraturan yang lemah dan kurang mendapat dukungan bisnis yang berkembang. UMKM yang beroperasi di negara berkembang merasa terancam dan tidak cukup didukung untuk terlibat dalam bisnis yang berisiko (Tang & Murphy, 2012).

Pengaruh *Proactivity*, *Autonomy*, dan *Competitive Advantage* terhadap kinerja UMKM

Hubungan positif yang tercatat ini menyiratkan bahwa UMKM memberikan penekanan pada upaya proaktif, otonomi, dan perilaku agresivitas kompetitif, mereka memanfaatkan peluang sebelum pesaing melakukannya (Tabel 2.). Selain itu ketiga orientasi ini membangun keunggulan kompetitif dan mengambil langkah berani untuk mempertahankan keunggulan yang tercipta. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa di negara-negara berkembang peluang baru semakin terbuka, sikap proaktif lebih relevan pada saat yang tepat menangkap peluang-peluang yang muncul. Postur agresif yang kompetitif mungkin memberi keuntungan bagi perusahaan untuk mempertahankan kompetensi mereka dari pesaing, yang penting dalam hal ini ekonomi pasar terbuka di mana pesaing memiliki lebih sedikit batasan untuk mengeksploitasi hal peluang UMKM.

SIMPULAN

Perekonomian pasar terbuka telah mendorong masuknya pesaing baru ke pasar sebelumnya yaitu pasar yang terlindungi, yang menyebabkan tekanan pada UKM lokal. Untuk menembus yang pasar dan bertahan dalam persaingan yang ditimbulkan oleh pesaing, kinerja perusahaan tetaplah merupakan faktor penting bagi kelangsungan UKM dalam lingkungan yang kompetitif ini. Ini sangat penting bagi UKM di negara-negara berkembang, yang sebelumnya mengadopsi kebijakan. Kebijakan sosialis melemahkan partisipasi di sektor swasta dan juga di pertumbuhan ekonomi sektor swasta. Dengan peralihan ke ekonomi pasar terbuka, pintu-pintu terbuka bagi pengusaha berpengalaman dari negara maju untuk bersaing baik lokal domestik maupun pasar luar negeri. Namun, UKM di negara-negara berkembang menderita akibat dari kompetisi ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan kontribusi pada seluruh pemilik usaha skala mikro, kecil, dan menengah dan menambah wawasan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja UMKM. Pada sisi pengembangan referensi, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi untuk menjadi referensi peneliti yang membahas topik penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2019). A systematic review of the role of Big Data Analytics in reducing the influence of cognitive errors on the audit judgement. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 22(2), 187–202. <https://doi.org/10.6018/rcsar.382251>
- Ahmed, H. M. S., El-Halaby, S., & Albitar, K. (2023). Board governance and audit report lag in the light of big data adoption: the case of Egypt. *International Journal of Accounting and Information Management*, 31(1), 148–169. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-04-2022-0088>
- Ali Memon, M., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Huei Cham, T. (2020). Sample size for survey research: review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i-xx. [https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021a). Organizational performance and capabilities to analyze big data: do the ambidexterity and business value of big data analytics matter? *Business Process Management Journal*, 27(4), 1088–1107. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2020-0335>
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021b). Traditional marketing analytics, big data analytics and big data system quality and the success of new product development. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1108–1125. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0527>
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021c). Traditional marketing analytics, big data analytics and big data system quality and the success of new product development. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1108–1125. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0527>
- Al-Okaily, A., Al-Okaily, M., & Teoh, A. P. (2023). Evaluating ERP systems success: evidence from Jordanian firms in the age of the digital business. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(6), 1025–1040. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-04-2021-0061>

- Alyoussef, I. Y. (2023). Acceptance of e-learning in higher education: The role of task-technology fit with the information systems success model. *Heliyon*, 9(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13751>
- Ahmad, F. (2019). A systematic review of the role of Big Data Analytics in reducing the influence of cognitive errors on the audit judgement. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 22(2), 187–202. <https://doi.org/10.6018/rcsar.382251>
- Ahmed, H. M. S., El-Halaby, S., & Albitar, K. (2023). Board governance and audit report lag in the light of big data adoption: the case of Egypt. *International Journal of Accounting and Information Management*, 31(1), 148–169. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-04-2022-0088>
- Ali Memon, M., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Huei Cham, T. (2020). Sample size for survey research: review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i-xx. [https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021a). Organizational performance and capabilities to analyze big data: do the ambidexterity and business value of big data analytics matter? *Business Process Management Journal*, 27(4), 1088–1107. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2020-0335>
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021b). Traditional marketing analytics, big data analytics and big data system quality and the success of new product development. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1108–1125. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0527>
- Aljumah, A. I., Nuseir, M. T., & Alam, M. M. (2021c). Traditional marketing analytics, big data analytics and big data system quality and the success of new product development. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1108–1125. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0527>
- Al-Okaily, A., Al-Okaily, M., & Teoh, A. P. (2023). Evaluating ERP systems success: evidence from Jordanian firms in the age of the digital business. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(6), 1025–1040. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-04-2021-0061>
- Alyoussef, I. Y. (2023). Acceptance of e-learning in higher education: The role of task-technology fit with the information systems success model. *Heliyon*, 9(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13751>
- Bitrián, P., Buil, I., Catalán, S., & Merli, D. (2024). Gamification in workforce training: Improving employees' self-efficacy and information security and data protection behaviours. *Journal of Business Research*, 179. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114685>
- Bouteraa, M., Raja Hisham, R. R. I., & Zainol, Z. (2023). Challenges affecting bank consumers' intention to adopt green banking technology in the UAE: a UTAUT-based mixed-methods approach. *Journal of Islamic Marketing*, 14(10), 2466–2501. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0039>
- Brown-Liburd, H., Issa, H., & Lombardi, D. (2015). Behavioral implications of big data's impact on audit judgment and decision making and future research directions. *Accounting Horizons*, 29(2), 451–468. <https://doi.org/10.2308/acch-51023>

- Chen, M. F., & Lin, N. P. (2018). Incorporation of health consciousness into the technology readiness and acceptance model to predict app download and usage intentions. *Internet Research*, 28(2), 351–373. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0099>
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), vii–xvi. <http://www.jstor.org/stable/249674>
- Cimbaljević, M., Demirović Bajrami, D., Kovačić, S., Pavluković, V., Stankov, U., & Vujičić, M. (2023). Employees' technology adoption in the context of smart tourism development: the role of technological acceptance and technological readiness. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0516>
- Dagilienė, L., & Klovienė, L. (2019). Motivation to use big data and big data analytics in external auditing. *Managerial Auditing Journal*, 34(7), 750–782. <https://doi.org/10.1108/MAJ-01-2018-1773>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- De Santis, F., & D'Onza, G. (2020). Big data and data analytics in auditing: in search of legitimacy. *Meditari Accountancy Research*, 29(5), 1088–1112. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-03-2020-0838>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). 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. (2016). Information Systems Success Measurement. *Foundations and Trends® in Information Systems*, 2(1), 1–116. <https://doi.org/10.1561/29000000005>
- Ditkaew, K., & Suttipun, M. (2023). The impact of audit data analytics on audit quality and audit review continuity in Thailand. *Asian Journal of Accounting Research*, 8(3), 269–278. <https://doi.org/10.1108/AJAR-04-2022-0114>
- Elkmash, M. R. M., Abdel-Kader, M. G., & Badr El Din, B. (2022). An experimental investigation of the impact of using big data analytics on customers' performance measurement. *Accounting Research Journal*, 35(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/ARJ-04-2020-0080>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. <https://doi.org/10.3758/BF03193146>
- Ferri, L., Spanò, R., Ginesti, G., & Theodosopoulos, G. (2020). Ascertaining auditors' intentions to use blockchain technology: evidence from the Big 4 accountancy firms in Italy. *Meditari Accountancy Research*, 29(5), 1063–1087. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-03-2020-0829>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gefen, D., & Straub, D. (2005). A Practical Guide to Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial and Annotated Example. *Communications of the Association for Information Systems*, 16, 91–109. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01605>

- Gepp, A., Linnenluecke, M. K., O'Neill, T. J., & Smith, T. (2018). Big data techniques in auditing research and practice: Current trends and future opportunities. *Journal of Accounting Literature*, 40, 102–115. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2017.05.003>
- Gündüz, A. Y., & Akkoyunlu, B. (2019). Student views on the use of flipped learning in higher education: A pilot study. *Education and Information Technologies*, 24(4), 2391–2401. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09881-8>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2007). *Multivariate Analysis 5th Edition*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hasan, S., Godhuli, E. R., Rahman, M. S., & Mamun, M. A. Al. (2023). The adoption of conversational assistants in the banking industry: is the perceived risk a moderator? *Heliyon*, 9(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20220>
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality About PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>
- Honggo, F., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2022). The antecedents of intention to use immunization information systems and usage behavior. *Informatics in Medicine Unlocked*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2022.101107>
- Idayani, R. W., & Darmaningrat, E. W. T. (2024). Evaluation of factors affecting student acceptance of Zedemy using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Procedia Computer Science*, 234, 1276–1287. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.125>
- Jo, H. (2022). Antecedents of Continuance Intention of Social Networking Services (SNS): Utilitarian, Hedonic, and Social Contexts. *Mobile Information Systems*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/7904124>
- Liew, A., Boxall, P., & Setiawan, D. (2022). The transformation to data analytics in Big-Four financial audit: what, why and how? *Pacific Accounting Review*, 34(4), 569–584. <https://doi.org/10.1108/PAR-06-2021-0105>
- Lin, C.-H., Shih, H.-Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: The TRAM model. *Psychology & Marketing*, 24(7), 641–657. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.20177>
- Lugli, E., & Bertacchini, F. (2023). Audit quality and digitalization: some insights from the Italian context. *Meditari Accountancy Research*, 31(4), 841–860. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2021-1399>
- Luo, Y., Lin, J., & Yang, Y. (2021). Students' motivation and continued intention with online self-regulated learning: A self-determination theory perspective. *Zeitschrift Fur Erziehungswissenschaft*, 24(6), 1379–1399. <https://doi.org/10.1007/s11618-021-01042-3>

- Lutfi, A. (2023). Factors affecting the success of accounting information system from the lens of DeLone and McLean IS model. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100202. <https://doi.org/10.1016/J.JJIMEI.2023.100202>
- Merhi, M. I., & Bregu, K. (2020). Effective and efficient usage of big data analytics in public sector. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 14(4), 605–622. <https://doi.org/10.1108/TG-08-2019-0083>
- Moraes, G. H. S. M. de, Pelegrini, G. C., de Marchi, L. P., Pinheiro, G. T., & Cappelozza, A. (2022). Antecedents of big data analytics adoption: an analysis with future managers in a developing country. *Bottom Line*, 35(2–3), 73–89. <https://doi.org/10.1108/BL-06-2021-0068>
- Negm, E. M. (2023). Consumers' acceptance intentions regarding e-payments: a focus on the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *Management & Sustainability: An Arab Review*. <https://doi.org/10.1108/msar-04-2023-0022>
- Ng, L., Osborne, S., Eley, R., Tuckett, A., & Walker, J. (2024). Exploring nursing students' perceptions on usefulness, ease of use, and acceptability of using a simulated Electronic Medical Record: A descriptive study. *Collegian*, 31(2), 120–127. <https://doi.org/10.1016/j.colegn.2023.12.006>
- Pande, D., & Taeihagh, A. (2024). A governance perspective on user acceptance of autonomous systems in Singapore. *Technology in Society*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102580>
- Putri, P. K. & Pramurindra, R. (2022). Factors Influencing E-Wallet Payment Usage in E-Marketplace: Digital Marketing Class Student Survey. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 20(2), 229-238
- Putro, A. K., & Takahashi, Y. (2024). Entrepreneurs' creativity, information technology adoption, and continuance intention: Mediation effects of perceived usefulness and ease of use and the moderation effect of entrepreneurial orientation. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25479>
- Rahman, M. J., & Ziru, A. (2023). Clients' digitalization, audit firms' digital expertise, and audit quality: evidence from China. *International Journal of Accounting and Information Management*, 31(2), 221–246. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-08-2022-0170>
- Ram, J., Corkindale, D., & Wu, M.-L. (2013). Implementation critical success factors (CSFs) for ERP: Do they contribute to implementation success and post-implementation performance? *International Journal of Production Economics*, 144(1), 157–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2013.01.032>
- Saleh, I., Marei, Y., Ayoush, M., & Abu Afifa, M. M. (2023). Big Data analytics and financial reporting quality: qualitative evidence from Canada. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 21(1), 83–104. <https://doi.org/10.1108/JFRA-12-2021-0489>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Sihombing, R. P., Narsa, I. M., & Harymawan, I. (2023). Big data analytics and auditor judgment: an experimental study. *Accounting Research Journal*, 36(2–3), 201–216. <https://doi.org/10.1108/ARJ-08-2022-0187>

- Srivastava, S., Mohta, A., & Shunmugasundaram, V. (2024). Adoption of digital payment FinTech service by Gen Y and Gen Z users: evidence from India. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(1), 95–117. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0110>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2016). Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone & McLean and TTF perspective. *Computers in Human Behavior*, 61, 233–244. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.03.016>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/3003654>