

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *ICT Adoption Behavior* : Studi pada Ibu Bekerja Pelaku UMKM Bidang Fesyen Kota Bandung

Kamilia Syaharani*¹, Anissa Lestari Kadiyono² Diana Harding³

^{1,2,3} Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran, Jawa Barat

Correspondence: kamilia21001@mail.unpad.ac.id

Received: 25 Maret 2025 | Revised: 7 April 2025 | Accepted: 29 April, 2025

Keywords:

ICT Adoption;
Mompreneur; MSME;
Performance
Expectancy; Use
Behavior

Abstract

The digital transformation of MSMEs is crucial for Indonesia's economic growth. Recognizing this, the government has initiated the UMKM Go Digital program to accelerate the digital transformation of MSMEs. However, many MSME entrepreneurs, particularly mothers (mompreneurs), face challenges in adopting technology for their businesses. These challenges may hinder their ability to fully adopt digital platforms, affecting their business performance and overall economic contribution. This study aims to analyze the relationship between performance expectancy and ICT adoption behavior in the Mompreneur Fashion MSME sector. This study was conducted on 125 mompreneurs in Bandung's fashion MSME sector with a convenience sampling technique approach through a questionnaire. The data was analyzed using simple linear regression analysis. The results showed that Performance Expectancy has a positive and significant effect on ICT Adoption Behavior. The novelty of this research is its focus on mompreneurs, a group that has not been widely studied in the context of technology adoption for entrepreneurship.

Kata Kunci:

ICT Adoption;
Mompreneur; MSME;
Performance
Expectancy; Use
Behavior

Abstract

Transformasi digital UMKM sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menyadari hal tersebut, pemerintah telah menginisiasi program UMKM Go Digital untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM, khususnya para ibu (*mompreneur*), masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi untuk bisnis mereka. Tantangan ini dapat menghambat kemampuan mereka dalam sepenuhnya memanfaatkan platform digital, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja bisnis dan kontribusi ekonomi secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *performance expectancy* dan *ICT adoption behavior* pada sektor UMKM *fashion* yang dijalankan oleh mompreneur. Penelitian dilakukan terhadap 125 *mompreneur* di sektor UMKM *fashion* di Kota Bandung dengan menggunakan teknik *convenience sampling* melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *ICT adoption behavior*. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap kelompok *mompreneur*, yang masih jarang dikaji dalam konteks adopsi teknologi untuk kegiatan kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai tonggak perekonomian nasional. Pada tahun 2020, UMKM menyumbang sebesar 61,1% dalam Produk Domestik Bruto (PDB) (Kemenkeu, 2020). Pasca pandemi Covid-19, transformasi digital telah menjadi faktor kunci bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong inovasi. Studi menunjukkan bahwa partisipasi digital UMKM berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 2%, yang diperlukan untuk mencapai target pertumbuhan 7% pada tahun 2025 (Deloitte, 2015). Pemerintah pun menginisiasi program UMKM Go Digital. Melalui program ini, sebanyak 27 juta dari 66 juta UMKM telah terdigitalisasi di tahun 2023 dan pemerintah menargetkan 30 juta UMKM terdigitalisasi pada tahun 2024 (Goodstats, 2023).

Peran strategis UMKM dalam perekonomian ini, diharapkan dapat membantu meringankan beban pemerintah Jawa Barat. Statusnya sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia sebanyak 50.345.200 jiwa (BPS Sulawesi Utara, 2024), Jawa Barat mengalami peningkatan pengangguran dan kemiskinan yang signifikan akibat pandemi Covid-19 (Qotrunnida et al., 2024). Angka pengangguran di Jawa Barat didominasi oleh perempuan, yakni mencapai 6,87% pada tahun 2024 (BPS, 2024a). UMKM terbukti memberikan dampak yang baik untuk mengurangi pengangguran khususnya pada perempuan. Badan Pusat Statistik Jawa Barat menunjukkan adanya kenaikan 0,71% angka pekerja perempuan di bidang informal termasuk UMKM (BPS, 2024b). Peningkatan ini menunjukkan semakin besarnya peluang bagi perempuan untuk menciptakan lapangan kerja baru. Hal ini didukung oleh data BPS tahun 2021 yang menunjukkan bahwa 64,5% UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan (Kemenpppa, 2024).

Sebagai ibu kota Jawa Barat, kota Bandung memiliki potensi besar dalam perkembangan UMKM. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandung melaporkan, jumlah UMKM di Kota Bandung hingga tahun 2023 telah mencapai 10.149 UMKM (Dinas KUKM Bandung, 2024). Para pelaku UMKM di Kota Bandung memiliki peran penting dalam menumbuhkan sektor ekonomi kreatif. Salah satu bidang UMKM yang menjadi penopang ekonomi kreatif di Kota Bandung, ialah bidang *fashion*. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Bandung, pengusaha *fashion* menempati urutan kedua di antara UMKM kota Bandung.

Pada tahun 2022, dari 9.561 UMKM di Bandung, 1.429 bergerak di sektor *fashion*, dengan mayoritas dikelola oleh perempuan termasuk para ibu rumah tangga atau *momprenneur* (Dinas KUKM Bandung, 2024). *Momprenneur* merupakan istilah yang merujuk pada seorang perempuan yang memiliki peran ganda, yaitu sebagai ibu rumah tangga yang bekerja sambil tetap menjalankan perannya sebagai seorang ibu (Dhaliwal, 2021; Richomme-Huet & Vial, 2014). Munculnya istilah *momprenneur* menunjukkan bagaimana UMKM memberdayakan perempuan dengan membantu mereka mengembangkan keterampilan kewirausahaan, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan menyeimbangkan peran mereka dalam pekerjaan dan kehidupan keluarga.

Penggunaan teknologi dalam UMKM saat ini memungkinkan *momprenneur* untuk mengembangkan bisnis mereka dan mengatasi berbagai tantangan. Penerapan teknologi

memberikan jam kerja yang fleksibel, memungkinkan pengusaha perempuan yang juga ibu rumah tangga untuk menyeimbangkan tanggung jawab keluarga dengan mengelola bisnis mereka (Triyono & Nuariyani, 2019). Meskipun ada keuntungan dari adopsi digital, masih banyak *momprenneur* yang menghadapi tantangan dalam menggunakan teknologi untuk berwirausaha, seperti usia yang cenderung tua serta minimnya waktu yang mereka miliki menjadi tantangan mereka dalam mempelajari teknologi. Hal ini tentunya dapat menentukan pandangan mereka bagaimana teknologi dapat membantu mereka dalam mengelola usahanya.

Seseorang yang berada di usia 40 tahun ke atas cenderung beranggapan digitalisasi masih belum diperlukan sehingga persepsi terhadap kebermanfaatan penggunaan teknologi lebih berpengaruh pada seseorang dengan usia yang lebih muda (Wardhani et al., 2023). Kualitas informasi dan sumber informasi yang kredibel juga memengaruhi keyakinan seseorang terhadap penggunaan teknologi yang dapat membantu kinerjanya atau *performance expectancy* (Camilleri, 2024). Perlunya membagi waktu bagi *momprenneur* membuat mereka memiliki waktu yang sedikit untuk mencari informasi-informasi terkait penggunaan teknologi sehingga informasi yang mereka miliki juga masih minim. Keyakinan ini terkait dengan konsep *performance expectancy*, yang mengacu pada persepsi individu tentang bagaimana teknologi meningkatkan kinerja mereka (Venkatesh et al., 2003).

Persepsi yang mereka miliki juga dapat menentukan perilaku seperti apa yang akan muncul di masa yang akan datang. Dalam hal ini, *performance expectancy momprenneur* dapat memengaruhi seberapa sering mereka menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya atau pada penelitian ini disebut sebagai *ICT adoption behavior*. *ICT adoption behavior* berasal dari *use behavior* yang merujuk pada bagaimana seseorang dalam kondisi nyata menerapkan sebuah sistem atau penggunaan teknologi (Andika et al., 2022.; Davis et al., 1989). *Performance expectancy* telah terbukti dapat memengaruhi *use behavior* atau adopsi teknologi yang sebenarnya, seperti yang ditunjukkan dalam studi tentang adopsi e-audit (Ilhamsyah et al., 2021), penggunaan TikTok Shop di Indonesia (Deni & Nurlinda, 2022) dan penggunaan sistem informasi akuntansi pada BUMDes (Widia et al., 2022).

Meskipun terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh *performance expectancy* secara langsung terhadap *use behavior* dalam berbagai konteks, belum ditemukan studi yang meneliti pada konteks UMKM dengan subjek *momprenneur* di Indonesia. Sebelumnya, memang terdapat penelitian serupa yang dilakukan oleh Meizilya Mizal & Wijayangka (2020) dan Piarna & Fathurohman (2018) dengan subjek pelaku UMKM di Indonesia. Dalam penelitian tersebut, salah satunya diteliti pengaruh *performance expectancy* terhadap *use behavior* dengan *behavioral intention* sebagai variable mediasi. Pada penelitian ini, akan dilihat pengaruh langsung *performance expectancy* terhadap *use behavior* dengan fokus pada subjek ibu bekerja pelaku UMKM atau *momprenneur*. Mengingat dalam kondisi UMKM saat ini, perempuan dan penggunaan teknologi digital memiliki peran yang sangat penting, sehingga perlu dipahami bagaimana hubungan antara *performance expectancy* dan *ICT adoption behavior* di kalangan *momprenneur*. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap adopsi *Information and Communication Technology* (ICT) pada ibu bekerja pelaku UMKM *fashion* di Bandung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan rancangan non-eksperimental eksplanatori kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara *performance expectancy* dan *ICT adoption behavior* tanpa melakukan manipulasi variabel (Goodwin & Goodwin, 2017; Johnson & Christensen, 2020). Pengambilan data dilakukan dalam bentuk *paper based* menggunakan desain *cross-sectional* dengan mengukur variabel yang sama pada satu titik waktu tertentu (Christensen et al., 2015). Kuesioner berisikan pertanyaan seputar data demografi, beberapa pertanyaan penunjang, dan pertanyaan terkait variabel *performance expectancy* dan *ICT adoption behavior* yang disusun berdasarkan alat ukur Puriwat & Tripopsakul, (2021); Venkatesh et al., (2003). Kedua variabel dalam penelitian ini bersifat unidimensional, sehingga kuesioner terdiri dari 5 item *performance expectancy* dan 4 item *ICT adoption behavior*. Namun, terdapat penambahan tiga item pada variabel *ICT adoption behavior* untuk menyesuaikan konteks penelitian. Alat ukur *performance expectancy* dan item *ICT adoption behavior* diukur menggunakan skala Likert 1-5.

Populasi dalam penelitian ini berskala besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti yang terdiri dari seluruh ibu yang memiliki usaha UMKM di sektor *fashion* di Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *convenience sampling*. Berdasarkan Tabachnick & Fidell (2012), untuk populasi yang tidak diketahui dan analisis data kuantitatif, ukuran sampel minimum yang dapat memberikan hasil yang akurat adalah 100 responden. Jumlah responden yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 126 responden, namun setelah dilakukan analisis *outlier*, jumlah akhir data responden yang akan digunakan adalah 125 responden. Teknik analisis data yang akan digunakan adalah uji regresi linear sederhana menggunakan JASP dan SPSS (version 30.0).

HASIL PENELITIAN

Kuesioner dibagikan kepada ibu-ibu pelaku UMKM bidang *fashion* di kota Bandung dan didapatkan sebanyak 126 responden yang mengisi kuesioner. Analisis *outlier* dilakukan sebelum mengolah data lebih lanjut untuk mengeliminasi data yang menyimpang dan didapatkan 125 data yang dapat diolah lebih lanjut. Mayoritas ibu yang berpartisipasi dalam penelitian ini berusia antara 35-45 tahun (32%), diikuti oleh kelompok usia 45-55 tahun (28,8%). Sekitar 42,4% *mompreneurs* memiliki pendidikan terakhir pada jenjang SMA, sementara sebanyak (32,8%) telah menyelesaikan pendidikan S1. Sebagian besar responden berstatus menikah (83,2%).

Mayoritas ibu dalam penelitian ini telah bekerja sebagai pelaku UMKM lebih dari 10 tahun (44%) dan mengoperasikan bisnis mereka dari kios secara *offline* (77,6%). Rata-rata pendapatan bulanan mereka dari wirausaha yang dijalankannya berada dalam kisaran Rp2.500.000 hingga Rp4.500.000, yang tergolong relatif rendah jika dibandingkan dengan upah minimum Kota Bandung sebesar Rp4.482.914, sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 561.7/Kep.798-Kesra/2024.

Tabel : 1
Karakteristik Responden

Karakteristik		Frekuensi	%
Usia	< 25 tahun	2	1,6
	25 – 35 tahun	27	21,6
	35 – 45 tahun	40	32
	45 – 55 tahun	36	28,8
	> 55 tahun	20	16
Pendidikan	Tidak sekolah	1	0,8
	SD	3	2,4
	SMP	8	6,4
	SMA	53	42,4
	D1/D3	15	12
	S1	41	32,8
	S2	4	3,2
Status Pernikahan	Menikah	104	83,2
	Cerai mati	12	9,6
	Cerai hidup	9	7,2
Lama Menjalankan Usaha	0-6 bulan	14	11,2
	6-12 bulan	4	3,2
	1-3 tahun	13	10,4
	3-5 tahun	19	15,2
	5-10 tahun	20	16
	> 10 tahun	55	44
Tempat Berwirausaha	Kios	97	77,6
	Rumah	58	46,4
	Online Shop	25	20
Pendapatan Berwirausaha	< 1.500.000	14	11,2
	1.500.000 – 2.500.000	38	30,4
	2.500.000 – 4.500.000	40	32
	> 4.500.000	33	26,4

Selain mengisi karakteristik, responden juga diminta untuk mengisi beberapa data tambahan yang diperlukan untuk penelitian seperti yang dipaparkan pada table 2.

Tabel : 2
Data Penunjang

Kategori		Frekuensi	%
Jenis Teknologi yang digunakan	Transaksi/Pembayaran	97	77,6
	Promosi	64	51,2

	Penjualan	58	46,4
	Mencari ide	55	44
	Mencari tambahan modal	7	5,6
Sumber Mempelajari Teknologi	Diri sendiri	82	65,6
	Rekan pelaku UMKM	38	30,4
	Suami	29	23,2
	Anak	29	23,2
	Program pelatihan	8	6,4
	Bank	2	1,6
	Keponakan	1	0,8

Berikutnya dilakukan uji validitas dengan menggunakan uji CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dalam aplikasi JASP, dimana sebuah alat ukur dapat dinyatakan valid jika terdapat minimal 2 index kriteria yang terpenuhi (Hooper et al., 2008). Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's alpha*, jika nilai *Cronbach's alpha* > 0.70 maka alat ukur dapat dinyatakan reliabel (Hair et al., 2019). Hasil uji validitas dan reliabilitas dari kedua alat ukur dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel : 3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Index	Kriteria	<i>Performance Expectancy</i>	Status	<i>Cronbach's alpha</i>
GFI	> 0.90	0.924	<i>Good Fit</i>	0.725
SRMR	0.10	0.075	<i>Good Fit</i>	
Index	Kriteria	<i>ICT Adoption Behavior</i>	Status	<i>Cronbach's alpha</i>
GFI	> 0.90	0.901	<i>Good Fit</i>	0.906
SRMR	0.10	0.050	<i>Good Fit</i>	
NFI	> 0.90	0.912	<i>Good Fit</i>	
CFI	> 0.90	0.931	<i>Good Fit</i>	

Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan, pada alat ukur *performance expectancy* terdapat dua kriteria yang terpenuhi dan memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0.70 sehingga dapat dinyatakan valid dan reliabel. Demikian juga pada alat ukur *ICT adoption behavior*, terdapat empat kriteria yang terpenuhi dan memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.906 sehingga dinyatakan valid dan reliabel.

Tabel : 4
Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	R ²	Sig.
	Std. Error	Beta			

Constant	17.130	3.762		4.533	<.001
<i>Performance Expectancy</i>	.521	.190	.240	2.738	.057 .007

Sebelum melakukan uji regresi, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi $0.088 > 0.05$, uji linearitas dengan nilai signifikansi $0.140 > 0.05$, dan nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas sebesar $0.123 > 0.05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan linear antar variabel, dan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga dapat dilakukan uji regresi. Hasil analisis regresi sederhana pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *p value* sebesar 0,007 ($p < 0,05$), yang berarti hipotesis pertama diterima. Hal ini menyatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *ICT adoption behavior*. Selain itu, *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *ICT adoption behavior* dengan nilai koefisien sebesar 0,240. Nilai R^2 sebesar 0,057 menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh sebesar 5,7% dalam *ICT adoption behavior*.

PEMBAHASAN

Performance expectancy ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *ICT adoption behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *performance expectancy* pada *mompreneurs*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi *ICT* dalam kegiatan bisnis mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi individu terhadap kemampuan suatu sistem dalam meningkatkan kinerja mereka dapat memengaruhi perilaku aktual dalam penggunaan teknologi (Deni & Nurlinda, 2022; Ilhamsyah et al., 2021; Widia et al., 2022).

Persepsi positif ini mendorong mereka untuk mengembangkan sikap dan niat yang mendukung dalam memanfaatkan teknologi, yang pada akhirnya mengarah pada adopsi *ICT* dalam aktivitas kewirausahaan mereka. Melalui teknologi, *mompreneurs* merasa lebih mudah dalam menyeimbangkan peran mereka sebagai ibu sekaligus menjalankan usahanya. Banyak responden yang merasa bahwa teknologi mempermudah mereka melakukan proses penjualan dan memungkinkan mereka untuk mengelola usaha sambil tetap menjalankan tugas rumah tangga dan merawat anak. Mereka dapat mengelola penjualan secara *online* sambil mengurus anak, sehingga aktivitas yang mereka lakukan menjadi lebih efisien. Selain itu, beberapa responden juga menyatakan bahwa penggunaan teknologi membuat pekerjaan mereka lebih efektif dan efisien.

Kemudahan dalam penggunaan teknologi juga dapat memengaruhi persepsi individu tentang kinerja teknologi dan membantu mendorong mereka untuk mengadopsi *ICT* untuk berwirausaha (Camilleri, 2024). Akan tetapi, mayoritas responden masih merasakan kesulitan dalam menggunakan teknologi, karena faktor usia mereka yang sudah tidak lagi muda dan sulitnya membagi waktu untuk mempelajari teknologi. Faktor usia juga membuat para *mompreneur* gaptek dan sulit mengikuti perkembangan teknologi terkini. Perubahan dalam sistem teknologi juga dapat memengaruhi kepercayaan mereka terhadap sejauh mana teknologi benar-benar dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka (Abd Aziz et al., 2021).

Hambatan-hambatan ini menghambat *mompreneurs* dalam penelitian ini untuk mengoptimalkan teknologi secara penuh dalam bisnis mereka. Jika permasalahan ini tidak ditangani, tingkat *performance expectancy* yang dimiliki *mompreneurs* saat ini dapat menurun secara bertahap, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku adopsi teknologi mereka (Rahmawaty, 2016). Meskipun seluruh *mompreneurs* dalam penelitian ini telah menggunakan teknologi terutama menggunakannya untuk melakukan transaksi, sebagian besar belum sepenuhnya mendigitalisasi UMKM mereka. Hanya 20% responden yang telah mengadopsi penjualan secara daring. *Mompreneurs* menyadari bahwa salah satu tantangan utama mereka sebagai pemilik UMKM adalah meningkatnya persaingan dengan penjualan daring, terutama sejak pandemi Covid-19. Banyak konsumen yang menganggap bahwa harga produk di toko *offline* lebih mahal dibandingkan dengan harga produk yang dijual secara daring dengan kualitas yang sama, sehingga menyebabkan penurunan penjualan di toko *offline*. Kondisi ini mendorong *mompreneurs* untuk memanfaatkan teknologi, meskipun masih dalam kapasitas yang terbatas.

Mayoritas *mompreneurs* mempelajari teknologi secara mandiri dengan pengetahuan yang minim terkait teknologi dan mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama. Beberapa dari mereka mencari bimbingan dari sesama pelaku UMKM dan anggota keluarga, seperti suami, anak, atau keponakan. Hanya sedikit *mompreneurs* yang mengikuti program pelatihan teknologi atau memperoleh pengetahuan dari pegawai bank. Beberapa responden juga menyatakan bahwa mereka minim informasi mengenai program pelatihan yang tersedia untuk pemanfaatan teknologi dalam UMKM. Tantangan yang dihadapi *mompreneurs* dalam penelitian ini perlu segera diatasi guna mengoptimalkan *performance expectancy* dan *ICT adoption behavior*. Peningkatan kapabilitas teknologi mereka juga dapat membantu dalam proses digitalisasi UMKM secara penuh, sehingga memungkinkan mereka untuk bersaing lebih efektif dengan bisnis daring.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *ICT adoption behavior*. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *ICT adoption behavior* pada penelitian ini memiliki pengaruh yang cukup kecil jika dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu hanya sebesar 5,7% dan memungkinkan adanya faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yang memiliki pengaruh lebih besar. Hal ini menjadi salah satu limitasi dari penelitian ini yang hanya berfokus pada variabel *performance expectancy* terhadap variabel *ICT adoption behavior* dan tidak melihat faktor dari variabel lain ataupun variabel yang dapat memoderasi variabel yang diteliti. Sehingga saran untuk penelitian selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian pada subjek *mompreneur* dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi, memoderasi, ataupun memediasi *ICT adoption behavior*.

Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih representatif, melakukan studi komparatif pada *mompreneur* dengan usaha mikro, kecil, dan menengah, dan menggabungkan pendekatan kualitatif. Baik mahasiswa, dosen, ataupun pemerintah terkait dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merancang program-program pelatihan penggunaan teknologi dalam berwirausaha terutama pada

momprenneur. Mahasiswa atau dosen dapat membuat program pengabdian kepada masyarakat terkait penggunaan teknologi untuk berwirausaha pada *momprenneur*. Pemerintah juga dapat membantu pelaksanaan program tersebut dengan menghadirkan orang yang ahli di bidang tersebut dan melaksanakan program secara merata baik itu kepada *momprenneur* di usaha mikro, kecil dan menengah. Selain itu, karena mayoritas *momprenneur* mempelajari teknologi secara mandiri maka pemerintah dapat membantu meningkatkan literasi digital melalui memberikan informasi terkait cara-cara melakukan penjualan pada suatu aplikasi atau informasi lainnya yang dikemas dengan bahasa yang lebih mudah untuk dipahami.

DAFTAR RUJUKAN

- Abd Aziz, N. N., Kader, M. A. R. A., & Ab Halim, R. (2021). The Impact of Technostress on Student Satisfaction and Performance Expectancy. *Asian Journal of University Education*, 17(4), 538–552. <https://doi.org/10.24191/ajue.v17i4.16466>
- Andika, G., Masudin, I., & Zulfikarijah, F. (n.d.). *Business Innovation Management and Entrepreneurship The Effect of Experience and Complexity of The Technology Acceptance Model (TAM) on Accepting Applications (E-PKH) In East Java*. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/bimantara>
- Camilleri, M. A. (2024). Factors affecting performance expectancy and intentions to use ChatGPT: Using SmartPLS to advance an information technology acceptance framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 201. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123247>
- Christensen, L. B. ., Johnson, Burke., & Turner, L. Anne. (2015). *Research methods, design, and analysis*. Pearson Education Limited.
- 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>
- Deni, R. S. R., & Nurlinda, R. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention dan Use Behavior Pada Aplikasi TikTok Shop*.
- Dhaliwal, A. (2021). The Mompreneurship Phenomenon: An Examination of the Antecedents and Challenges of Mothers in Business. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 13(1). <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.290334>
- Goodwin, K. A., & Goodwin, C. J. (2017). *Research In Psychology:Methods and Design (8th Ed.)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th Ed.)*. www.cengage.com/highered
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6, 53–60. www.ejbrm.com
- Ilhamsyah, M. J., Purnamasari, P., Maemunah, M., Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy terhadap Use Behaviour Pada Adopsi E-Audit*. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.26351>

- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2020). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (7th ed.).
- Meizilya Mizal, O., & Wijayangka, C. (2020). *Analysis Of E-Commerce Adoption By MSME In Fashion Sector In Bandung Using The UTAUT Model*. 4(3). www.pikiran-rakyat.com
- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2018). Adopsi E-Commerce Pada UMKM Di Kota Subang Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa* |, 1(2).
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Explaining social media adoption for a business purpose: An application of the utaut model. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su13042082>
- Qotrunnida, Markhamah, F. U. H., & Arifudin. (2024). Pengaruh Tingkat Pengangguran Terhadap Angka Kemiskinan Pada Merebaknya Covid-19 Di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(2), 89–97. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i2.236>
- Rahmawaty, A. (2016). *Perempuan dan Pemanfaatan Teknologi Internet dengan Pendekatan UTAUT*.
- Richomme-Huet, K., & Vial, V. (2014). Business Lessons From a “Mompreneurs” Network. *Global Business and Organizational Excellence*, 33(4), 18–27. <https://doi.org/10.1002/joe.21550>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2012). *Using Multivariate Statistics* (6th Ed.).
- Triyono, A., & Nuariyani, N. W. (2019). Information and communication technology (ICT) and women empowerment in Indonesia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(3), 255–260. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7339>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wardhani, R. A., Arkeman, Y., & Ermawati, W. J. (2023). The Impact of Quick Response Adoption of Payment Code on MSMEs’ Financial Performance in Indonesia. *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 869–878. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i3.294>
- Widia, K. D., Usman, & Taruh, V. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja dan Ekspektasi Usaha Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Bumdes Di Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. In *Jurnal Mahasiswa Akuntansi* (Vol. 1, Issue 1).