

Penggunaan Informasi Pengungkapan Sukarela di Media Sosial: Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM)

Soemarno Hidayatullah S¹⁾, Nurul Afiqah Annas²⁾, Wenni Andriani³⁾

^{1,2,3)}Universitas Patompo

¹⁾soemarno.hidayatullah@unpatompo.ac.id, ²⁾nurulhannase@unpatompo.ac.id,

³⁾andriani.wenni@unpatompo.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 24 September 2023

Disetujui : 27 September 2023

Dipublikasi : 1 Oktober 2023

ABSTRACT

This study aims to analyze the determinants of investor behavior while making investment decisions using voluntary disclosure information obtained from social media pages. Using the technology acceptance model, the correlation between belief constructs and behavioral intentions is measured. Perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived enjoyment are the three belief constructs used in this study. 180 employees were respondents, and structural equation modelling partial least square was used to evaluate the hypotheses. The results showed that Indonesian investors believe that information regarding voluntary disclosures provided on social media pages will influence their decision to use such information when making investments. The intention is influenced by perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived enjoyment. This study also found that perceived enjoyment has an effect on perceived ease of use and perceived usefulness.

Keywords: *Perceived Enjoyment, Technology Acceptance Model (TAM), Voluntary Disclosure*

PENDAHULUAN

Pengungkapan perusahaan memainkan peran penting dalam kemampuan suatu negara untuk melanjutkan pertumbuhan ekonominya (Botosan, 1997; Bushman, 2003). Terdapat dua jenis pengungkapan terkait dengan persyaratan yang ditetapkan oleh standar dan peraturan, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela (Hardiningsih et al., 2008). Pengungkapan sukarela mampu meminimalkan kesenjangan yang timbul akibat asimetri informasi dalam pengungkapan perusahaan (Botosan, 1997; Bushman, 2003). Salah satu saluran alternatif yang digunakan perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaan secara sukarela adalah media sosial. Pengungkapan informasi di media sosial oleh perusahaan diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi dengan investor. Telah dibuktikan bahwa adopsi media sosial (Twitter) mengurangi efek negatif pasar modal seperti penarikan produk dan penggunaan media sosial berhubungan dengan penurunan asimetri informasi (Blankespoor et al., 2014).

Informasi yang diposting di halaman media sosial bisa dilihat oleh berbagai pengguna, termasuk informasi pengungkapan perusahaan yang bisa diakses oleh investor. Pengungkapan informasi di halaman media sosial oleh perusahaan diharapkan mampu mengurangi asimetri informasi dengan investor. Halaman media sosial dapat digunakan sebagai saluran komunikasi dua arah antara investor dan manajemen perusahaan (Mikołajewicz-Woźniak & Scheibe, 2017). Komentar yang dilampirkan di halaman media sosial mempengaruhi persepsi dan reaksi investor terhadap pengungkapan tersebut (Trinkle et al., 2015). Zhou et al., (2015) melakukan penelitian mengenai pengungkapan perusahaan dengan menggunakan media sosial yang mengadopsi kerangka kerja model Meek et al., (1995). Hasilnya, mereka menemukan bahwa 49% perusahaan menggunakan Facebook untuk mengungkapkan informasi mengenai perusahaan mereka. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Trinkle et al., (2015) dan Zhang, (2015) mengenai penggunaan media sosial untuk pengungkapan perusahaan, dan mereka menemukan hasil yang serupa.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk melihat pemanfaatan media sosial dan dampaknya

terhadap perusahaan. Namun, masih sedikit penelitian yang meneliti penggunaan media sosial dalam kaitannya dengan transparansi perusahaan dari sudut pandang investor (Mikołajewicz-Woźniak & Scheibe, 2017). Pengungkapan informasi secara sukarela di media sosial diharapkan dapat menjadi alternatif baru bagi investor untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait investasi yang akan dilakukan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wibisono & Putri, (2018), investor berencana untuk mempertimbangkan informasi yang diberikan secara sukarela ketika akan mengambil keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Wibisono & Putri, (2018) mengadopsi *technology acceptance model* (TAM) untuk menjelaskan niat investor dalam menggunakan informasi pengungkapan sukarela di media sosial.

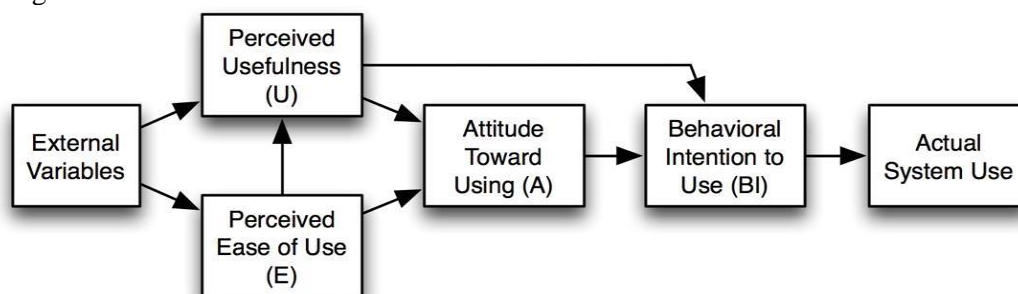
Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu pemodelan diantara banyak pemodelan dalam melakukan analisis dan memahami beragam faktor yang mempengaruhi penerimaan niat penggunaan teknologi oleh pengguna Davis, (1989). TAM digunakan pada penelitian ini karena dipandang mampu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi yang digunakan oleh pemakai dilihat dari sudut pandang niat menggunakan teknologi tersebut. Disamping itu, Lee, (2010) menjelaskan bahwa TAM telah tumbuh dan berkembang seperti makhluk organik dengan tidak mempertahankan bentuk aslinya. Dengan kata lain, TAM telah melalui beragam proses pengembangan untuk menciptakan pemahaman baru yang lebih mapan (Legris et al., 2003). Davis et al., (1992) menambahkan kenyamanan persepsian pada TAM yang asli dan menemukan bahwa hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk mengadopsi teknologi informasi.

Penelitian ini mencoba untuk menginvestigasi aspek perilaku investor dalam menggunakan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial. Penelitian ini menggunakan model perilaku dan perspektif investor dalam melihat penggunaan informasi pengungkapan sukarela, khususnya yang diposting dan tersedia di halaman media sosial, namun penelitian ini menambahkan kenyamanan persepsian sebagai prediktor niat perilaku investor untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial, dan juga sebagai prediktor kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian.

STUDI LITERATUR

Technology Acceptance Model (TAM)

Davis, (1989), mengembangkan *technology acceptance model* (TAM) yang digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna. *Theory of Reasoned Action* (TRA) digunakan sebagai dasar dalam merumuskan TAM, namun tidak semua komponen TRA diakomodasi. Davis, (1989) hanya mengakomodasi komponen keyakinan dan sikap, sedangkan keyakinan normatif dan norma subyektif tidak digunakan. Perilaku penggunaan teknologi informasi didahului oleh persepsi mengenai manfaat dan persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi tersebut Davis, (1989). Kedua persepsi tersebut jika dikaitkan dengan TRA merupakan bagian dari kepercayaan (*belief*). Davis et al., (1992) menambahkan kenyamanan persepsian (*perceived enjoyment*) pada TAM yang asli dan menemukan bahwa hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk mengadopsi teknologi informasi.



Gambar 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: Davis et al., (1989)

Kenyamanan Persepsian

Kenyamanan persepsian mengacu pada sejauh mana penggunaan sistem komputer dianggap

menyenangkan secara pribadi di samping nilai instrumental dari teknologi tersebut (Davis et al., 1989). Davis et al., (1989) dan Venkatesh et al., (2002) mengklasifikasikan kenyamanan sebagai jenis motivasi intrinsik dan kegunaan yang dirasakan sebagai jenis motivasi ekstrinsik. Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, (2000) menemukan bahwa kenyamanan persepsian mampu mempengaruhi kegunaan persepsian secara tidak langsung, yaitu melalui kemudahan penggunaan persepsian. Namun, hal yang berbeda ditunjukkan oleh (Yi & Hwang, 2003) yang menemukan bahwa kenyamanan persepsian mampu mempengaruhi kegunaan persepsian secara langsung. Oleh karena itu, secara luas diterima bahwa mereka yang termotivasi secara intrinsik akan menjadi efektif dan produktif.

Beberapa penelitian sebelumnya mengusulkan bahwa kenyamanan persepsian berfungsi sebagai prediktor kemudahan penggunaan (Venkatesh, 2000; Venkatesh et al., 2002; Yi & Hwang, 2003). Sebagai contoh, Venkatesh et al., (2002) menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis permainan yang berfokus pada peningkatan motivasi intrinsik menghasilkan kenyamanan yang lebih besar dan kemudahan untuk digunakan daripada metode pelatihan konvensional ketika membandingkan dua metode pelatihan (pelatihan tradisional vs pelatihan berbasis permainan). Selain itu, Venkatesh, (2000) menemukan bahwa ketika pengguna mendapatkan lebih banyak keahlian langsung dengan sistem dari waktu ke waktu, pengaruh kenyamanan pada kemudahan penggunaan persepsian akan menguat. Temuan ini menyiratkan bahwa peningkatan kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem akan cenderung meningkatkan kemudahan penggunaan persepsian.

Davis et al., (1992) menambahkan kenyamanan persepsian pada TAM yang asli dan menemukan bahwa hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk mengadopsi teknologi informasi. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengusulkan bahwa kenyamanan persepsian berfungsi sebagai prediktor dari behavioral intention (Davis et al., 1992; Venkatesh et al., 2002). Hal yang sama juga ditunjukkan oleh Moon & Kim, (2001) yang mengatakan bahwa kenyamanan persepsian dapat berperan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi. Mengacu pada penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Kenyamanan persepsian secara positif mempengaruhi kegunaan persepsian informasi pengungkapan sukarela

H2: Kenyamanan persepsian secara positif mempengaruhi kemudahan penggunaan persepsian informasi pengungkapan sukarela

H3: Kenyamanan persepsian secara positif mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela

Kegunaan Persepsian

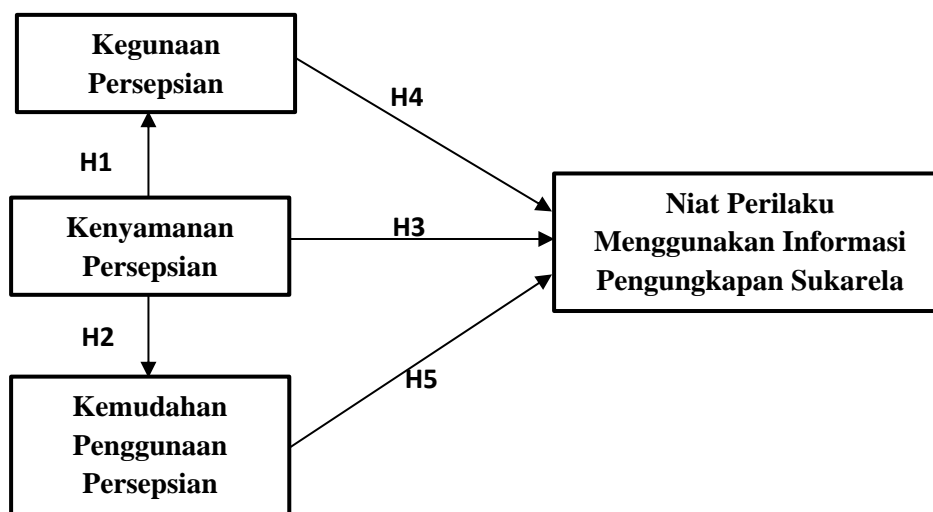
Kegunaan persepsian adalah keyakinan individu bahwa jika ia menggunakan teknologi informasi, maka, mereka akan dapat memperoleh manfaat. Kegunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Dari sekian banyak penelitian yang menggunakan TAM, kegunaan persepsian ditemukan sebagai penentu utama dari niat, yang akan mendorong pengguna sistem informasi untuk mengadopsi teknologi baru yang lebih inovatif dan ramah pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Kegunaan persepsian juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Ajzen, 1991; Islam, 2012). Hal ini juga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Robey, (1979) dalam Davis, (1989) yang berteori bahwa sebuah sistem yang tidak bermanfaat dalam membantu seseorang melakukan pekerjaan tidak mungkin diterima dengan baik meskipun telah dilakukan berbagai upaya implementasi. Begitu pula dengan Wibisono & Putri, (2018) yang menemukan bahwa Kegunaan persepsian sangat berpengaruh terhadap niat investor untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial. Mengacu pada penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: Kegunaan persepsian secara positif mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela

Kemudahan Penggunaan Persepsian

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah teknologi akan bebas dari usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Pada penggunaan awal sebuah teknologi khususnya, seperti penerimaan sebuah inovasi, tingkat kenyamanan yang terkait dengan penggunaan teknologi sangat mempengaruhi perilaku penerimaan (Cimperman et al., 2016). Adams et al., (1992) berpendapat bahwa kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaan suatu sistem informasi yang dapat dilihat dari niat seseorang untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat mengindikasikan kemudahan penggunaan. Semakin sering sistem informasi tersebut digunakan, maka mengindikasikan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Venkatesh, 2000). Investor lebih cenderung menggunakan informasi pengungkapan sukarela yang tersedia di halaman media sosial dalam pengambilan keputusan jika mereka percaya bahwa informasi tersebut mudah digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan telah dipandang sebagai faktor penting dalam memprediksi niat perilaku (Venkatesh & Davis, 2000; Wibisono & Putri, 2018). Mengacu pada penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H5: Kemudahan penggunaan persepsian secara positif mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela



Gambar 2. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksploratori kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling berupa purposive sampling, dengan menggunakan kriteria-kriteria yang logis untuk memilih sekelompok orang yang menjadi sasaran untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Kriteria sampel yang ditetapkan adalah karyawan yang telah berinvestasi atau sedang mempertimbangkan untuk berinvestasi. Hal ini didasarkan karena mereka menghasilkan uang sendiri dan dapat melakukan investasi, sehingga karyawan dianggap dapat merepresentasikan investor (Trinkle et al., 2015; Wibisono & Putri, 2018). Data dikumpulkan dengan menggunakan survei online menggunakan *google form* dan disebarluaskan melalui group-group media sosial. Adapun total 193 kuesioner yang masuk, namun hanya 180 balasan yang dapat diterima yang digunakan untuk analisis data setelah survei dengan kualitas rendah dieliminasi. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada Hair et al., (2014) dengan mempertimbangkan *Statistical Power* dan *R-squared*. Dalam penelitian ini menggunakan dasar signifikansi pada tingkat 5% dan dengan *R-Squared*

minimal 0,25 untuk mencapai 80% *statistical power*. Mengingat bahwa jumlah anak panah terbanyak yang mengenai konstruk penelitian ini adalah tiga jalur, maka jumlah sampel minimum adalah 59 sampel. Hasilnya, sampel 180 orang dianggap cukup untuk pemodelan persamaan struktural dan dapat diandalkan secara statistik untuk mengidentifikasi pengaruh yang signifikan.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok besar yaitu: 1) pertanyaan umum yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, dan pengalaman dalam berinvestasi, dan 2) pertanyaan-pertanyaan khusus yang terdiri dari variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini, yaitu kegunaan persepsian, kemudahan penggunaan persepsian, kenyamanan persepsian, dan niat perilaku untuk menggunakan pengungkapan sukarela di halaman media sosial. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini dengan lima alternatif jawaban. Terdapat lima kemungkinan jawaban: sangat tidak setuju (SD), tidak setuju (D), netral (N), setuju (A), dan sangat setuju (SA). Konstruk kenyamanan persepsian diukur dengan empat pertanyaan, yaitu PE1-PE4 (Yi & Hwang, 2003). Terdapat empat pertanyaan yaitu PEOU1 - PEOU4 yang mengukur konstruk kemudahan penggunaan persepsian. (Wibisono & Putri, 2018). Terdapat empat pertanyaan, PU1 - PU4, yang mengukur kegunaan persepsian, dan tiga pertanyaan, BI1 - BI3, yang mengukur niat perilaku untuk menggunakan pengungkapan sukarela di halaman media sosial (Wibisono & Putri, 2018).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode ini merupakan salah satu jenis analisis multivariat yang umum digunakan dalam ilmu sosial yang meliputi regresi berganda dan analisis jalur (*path analysis*). Kelebihan dari metode ini adalah dapat menjelaskan model yang kompleks antara konstruk laten dan manifestnya dan kemudian dapat diuji secara simultan (Hair et al., 2014; Kock, 2018). Metode SEM yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* berbasis *Partial Least Square*. Alat analisis yang digunakan adalah WARP PLS 7.0. Serangkaian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui dua tahap (*Two-step Structural Equation Modeling*) yang meliputi tahap pengujian *Outer Model* (pengujian validitas dan reliabilitas instrumen) dan pengujian *Inner Model* (pengujian hipotesis) (Kock, 2018).

HASIL

Informasi demografis untuk sampel ditunjukkan pada Tabel 1 yang terdiri dari 123 (68,3%) perempuan, dan 57 (31,7%) laki-laki. Mayoritas partisipan (56,1%) berada dalam rentang usia 25-30 tahun. Dalam hal pengalaman investasi, jumlah responden yang sudah pernah berinvestasi merupakan proporsi yang signifikan dari sampel (88,3%). Sebagian besar responden memiliki pendapatan bulanan antara 6 hingga 7 juta rupiah per bulan (35,6%). Secara keseluruhan, sampel menunjukkan ketidakseimbangan tertentu dalam hal gender, usia, dan pengalaman investasi karena mayoritas responden pernah melakukan investasi.

Tabel 1. Demografi Responden

Ukuran	Nilai	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	123	68,33
	Laki-laki	57	31,67
Umur	Dibawah 25 tahun	28	15,56
	25 – 30 tahun	101	56,11
	30 – 35 tahun	46	25,56
	Diatas 35 tahun	5	2,78
Penghasilan	< 4 Juta Rp	1	0,56
	4 - 5 Juta Rp	18	10,00
	5 - 6 Juta Rp	49	27,22
	6 – 7 Juta Rp	64	35,56
	> 7 Juta Rp	48	26,67
Pengalaman Investasi	Sudah pernah	159	88,33
	Belum pernah	21	11,67

Catatan: jumlah total responden adalah 180 orang

Sumber: Perhitungan penulis

Reliabilitas indikator, reliabilitas konstruk, validitas konvergen, dan validitas diskriminan dievaluasi melalui model pengukuran. Pertama, analisis faktor digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas indikator dengan melihat nilai faktor loading. Berdasarkan Tabel 2, setiap item dengan faktor loading yang lebih tinggi dari 0,7 dianggap valid (Hair et al., 2014). Kedua, kami menghitung Cronbach's alpha dan composite reliability (CR) untuk setiap konstruk untuk mengevaluasi reliabilitasnya. Konstruk-konstruk tersebut dapat diandalkan karena semua memiliki reliabilitas komposit dan nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,8. Ketiga, kami memeriksa validitas konvergen menggunakan average variance extracted (AVE). Tabel 2 menunjukkan bahwa AVE melebihi nilai minimum yang diperlukan yaitu 0,50 (Hair et al., 2014). Selain itu, validitas diskriminan ditunjukkan pada Tabel 3. Akar kuadrat dari nilai AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan konstruk laten lainnya, yang mengindikasikan bahwa semua konstruk memiliki validitas diskriminan. Kesimpulannya, temuan dari model pengukuran menunjukkan bahwa reliabilitas dan validitas konstruk cukup memadai, dan kami melanjutkan untuk menguji model struktural yang disarankan.

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas konstruk

Konstruk	Item Skala	Cronbach's Alpha	CR	AVE	Factor Loadings
Niat Perilaku	BI1	0.905	0.941	0.841	0.885
	BI2				0.936
	BI3				0.930
Kegunaan Persepsian	PU1	0.823	0.876	0.585	0.749
	PU2				0.800
	PU3				0.741
	PU4				0.775
	PU5				0.758
Kemudahan Penggunaan Persepsian	PEoU1	0.855	0.902	0.699	0.834
	PEoU2				0.876
	PEoU3				0.874
	PEoU4				0.754
Kenyamanan Persepsian	PE1	0.894	0.928	0.763	0.911
	PE2				0.926
	PE3				0.879
	PE4				0.768

Sumber: Perhitungan penulis, menggunakan Warp-PLS 7.0

Tabel 3. Validitas Diskriminan

Construct	Kenyamanan Persepsian	Kegunaan Persepsian	Kemudahan Penggunaan Persepsian	Niat Perilaku
Kenyamanan Persepsian	0.873			
Kegunaan Persepsian	0.636	0.765		
Kemudahan Penggunaan Persepsian	0.611	0.693	0.836	
Niat Perilaku	0.698	0.638	0.672	0.917

Sumber: Perhitungan penulis, menggunakan Warp-PLS 7.0

Sebelum menguji hipotesis dengan model struktural, kami menganalisis indikator-indikator model fit seperti *Average Path Coefficient* (APC), *Average R-squared* (ARS), dan *Average adjusted R-squared* (AARS), *Average variance inflation factor* (AVIF), *Average full collinearity VIF* (AFVIF), dan *Tenenhaus GoF*. Keseluruhan model dianggap cocok sementara semua indikator kecocokan yang ditunjukkan pada Tabel 4 berada dalam kisaran yang dapat diterima.

Table 4. Model Fit (Kualitas Model)

Indikator	Nilai	Syarat (Kock, 2018)	Kesimpulan
Average path coefficient (APC)	0.44 ***	<i>P sig</i>	Diterima
Average R-squared (ARS)	0.48 ***	<i>P sig</i>	Diterima
Average adjusted R-squared (AARS)	0.47 ***	<i>P sig</i>	Diterima
Average block VIF (AVIF)	2.06	Acceptable if ≤ 5 , Ideally ≤ 3.3	Ideal
Average full collinearity VIF (AFVIF)	2.35	Acceptable if ≤ 5 , Ideally ≤ 3.3	Ideal
Tenenhaus GoF (GoF)	0.59	small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36	Model Kuat

Sumber: Perhitungan penulis, menggunakan Warp-PLS 7.0

PEMBAHASAN

Selanjutnya, tabel 5 menunjukkan ringkasan hasil pengujian hipotesis melalui pengujian model struktural, dimana semua hipotesis yang diajukan terdukung oleh data secara statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan persepsian berpengaruh secara signifikan terhadap kegunaan persepsian ($\beta = 0.672$, $P\text{-value} < 0.01$), kemudahan penggunaan persepsian ($\beta = 0.613$, $P\text{-value} < 0.01$), dan niat perilaku ($\beta = 0.406$, $P\text{-value} < 0.01$). Hasil ini konsisten dengan penelitian Moon & Kim, (2001); Venkatesh et al., (2012); Yi & Hwang, (2003), yang menunjukkan bahwa penerimaan yang lebih besar, kemudahan penggunaan persepsian, dan kegunaan persepsian ketika kenyamanan persepsian meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa peran kesenangan dan kenyamanan harus diperhatikan lebih seksama karena media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi, tetapi juga menyediakan konten-konten hiburan yang membuat investor lebih lama berada di media sosial dan tidak bosan dalam mencari informasi yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi.

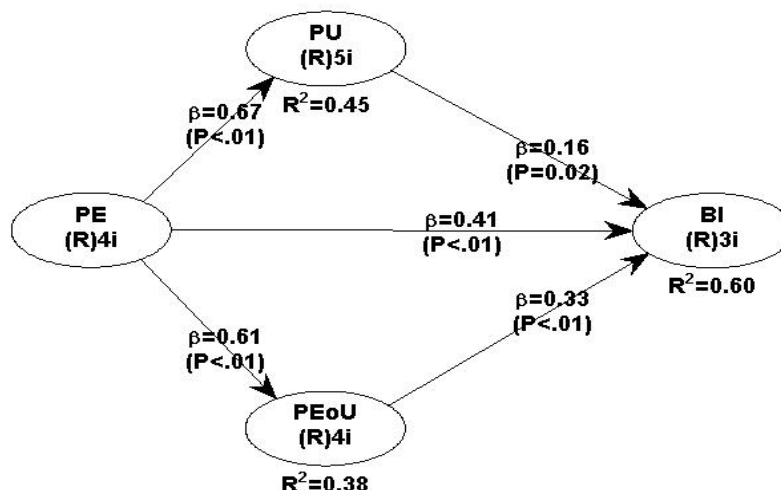
Tabel 5. Ringkasan Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Path Coefficients	P-value	Ket.
H1: Kenyamanan Persepsian >	Kegunaan Persepsian	0.672	<0.001***	Terdukung
H2: Kenyamanan Persepsian >	Kemudahan Penggunaan Persepsian	0.613	<0.001***	Terdukung
H3: Kenyamanan Persepsian >	Niat Perilaku	0.406	<0.001***	Terdukung
H4: Kegunaan Persepsian >	Niat Perilaku	0,155	0.016**	Terdukung
H5: Kemudahan Penggunaan Persepsian >	Niat Perilaku	0.326	<0.001***	Terdukung

Catatan: *** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,10$

Sumber: Perhitungan penulis, menggunakan Warp-PLS 7.0

Hasil penelitian ini juga mendukung korelasi yang ditentukan antara persepsi kegunaan dan niat perilaku ($\beta = 0.155$, $P\text{-value} < 0.05$). Hasil ini konsisten dengan penelitian (Farooq et al., 2017; Nysveen & Pedersen, 2016; Wibisono & Putri, 2018) yang menunjukkan bahwa sebuah aplikasi yang diyakini bermanfaat dalam membantu seseorang dalam mengerjakan pekerjaannya akan diterima dengan baik dan menimbulkan niat yang lebih tinggi untuk menggunakan. Kemungkinan investor akan memanfaatkan informasi pengungkapan sukarela di situs media sosial meningkat seiring dengan banyaknya investor yang percaya bahwa hal tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka. (Wibisono & Putri, 2018). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa laman media sosial menyampaikan informasi dengan cepat, real time, dan terkadang dengan cara yang sangat pribadi yang dapat mempengaruhi banyak keputusan yang dibuat oleh individu (Zhang, 2015).



Notes: PE=Kenyamanan Persepsian (*Perceived Enjoyment*); PU=Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*); PEOU=Kemudahan Penggunaan Persepsian (*Perceived Ease of Use*); BI=Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Gambar 2. Model Struktural

Sumber: Perhitungan penulis, menggunakan Warp-PLS 7.0

Selain itu, Tabel 5 juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku ($\beta = 0.326$, P-value < 0.01). Hasil ini konsisten dengan penelitian Davis et al., (1989), yang menunjukkan bahwa pada tahap awal penggunaan teknologi informasi, kemudahan penggunaan persepsian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakannya, dan pengaruhnya akan berkurang seiring berjalannya waktu karena pengguna menjadi terbiasa. Namun, hal ini justru bertolak belakang dengan temuan (Wibisono & Putri, 2018) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela. Hal ini dapat dikaitkan dengan otoritas Indonesia yang belum mengadopsi platform media sosial sebagai mekanisme pengungkapan resmi perusahaan. Platform media sosial dilihat oleh investor sebagai sumber baru untuk mencari informasi pengungkapan sukarela. Informasi pengungkapan sukarela yang terdapat di halaman media sosial merupakan hal baru bagi investor, meskipun mereka sudah terbiasa dengan media sosial. Hal ini berarti bahwa mereka akan melihat bahwa kemudahan penggunaan informasi tersebut akan mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya.

KESIMPULAN

Kami menyimpulkan bahwa kenyamanan persepsian, kegunaan persepsian, dan kemudahan penggunaan persepsian mempengaruhi niat untuk menggunakan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial untuk pembuatan keputusan investasi. Baik kemudahan penggunaan persepsian, kegunaan persepsian, dan kenyamanan persepsian merupakan keyakinan individu yang dapat menjadi penentu perilaku individu. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial untuk pengambilan keputusan investasi oleh investor dapat dipengaruhi oleh keyakinan mereka. Informasi pengungkapan sukarela yang dimuat di halaman media sosial diyakini lebih menyenangkan dan bermanfaat karena informasi tersebut biasanya dibuat dalam bentuk poster yang menarik dan selalu diperbaharui. Informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial juga diyakini lebih mudah digunakan dalam pengambilan keputusan investasi karena biasanya sangat singkat dan sederhana.

Selain itu, kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan persepsian informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial juga dipengaruhi oleh kenyamanan persepsian. Investor dapat meyakini bahwa informasi pengungkapan sukarela pada halaman media sosial akan bermanfaat dan mudah digunakan dalam pengambilan keputusan investasi jika memberikan kenyamanan.

Perluasan model TAM dalam penelitian ini didukung karena semua hipotesis yang diajukan

terdukung. Hasil penelitian ini memberikan peluang untuk penelitian lebih lanjut karena pengungkapan informasi secara sukarela di halaman media sosial masih belum diatur. Variabel moderasi, seperti jenis kelamin, status pekerjaan, atau tingkat pendapatan, juga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya untuk mengidentifikasi faktor-faktor moderasi yang mempengaruhi penggunaan informasi pengungkapan sukarela di halaman media sosial untuk pengambilan keputusan investasi.

REFERENSI

- Adams, D. A., Nelson, R., Todd, P. A., Nelson, U. S. A. R. R., Peter, U. S. A., & Todd, A. (1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. In *Quarterly* (Vol. 16, Issue 2).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Blankespoor, E., Miller, G. S., & White, H. D. (2014). The role of dissemination in market liquidity: Evidence from firms' use of Twitter™. *Accounting Review*, 89(1), 79–112. <https://doi.org/10.2308/accr-50576>
- Botosan, C. A. (1997). Disclosure Level and the Cost of Equity Capital. In *Source: The Accounting Review* (Vol. 72, Issue 3).
- Bushman, R. M. & S. A. J. (2003). *Transparency, Financial Accounting Information, and Corporate Governance*.
- Cimperman, M., Makovec Brenčič, M., & Trkman, P. (2016). Analyzing older users' home telehealth services acceptance behavior-applying an Extended UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2016.03.002>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- 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. In *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hardiningsih, P., Fakultas, D., Universitas, E., & Semarang, S. (2008). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUNTARY DISCLOSURE LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 15(1), 67–79.
- Islam, A. K. M. N. (2012). The Role of Perceived System Quality as Educators' Motivation to Continue E-learning System Use. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*. <https://doi.org/10.17705/1thci.00037>
- Kock, N. (2018). WarpPLS User Manual : Version 6 . 0. *ScriptWarp Systems*.
- Lee, M. C. (2010). Explaining and predicting users' continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation-confirmation model. *Computers and Education*. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.002>
- Legris, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Meek, G. K., Roberts, C. B., & Gray, S. J. (1995). *FACTORS INFLUENCING VOLUNTARY ANNUAL REPORT DISCLOSURES BY U.S., U.K. AND CONTINENTAL EUROPEAN MULTINATIONAL CORPORATIONS*. www.jstor.org

- Mikołajewicz-Woźniak, A., & Scheibe, A. (2017). Social media in company's communication with investors. In *HANDEL WEWNĘTRZNY* (Vol. 2, Issue 367).
- Moon, J.-W., & Kim, Y.-G. (2001). *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*. http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/papers/
- Nysveen, H., & Pedersen, P. E. (2016). Consumer adoption of RFID-enabled services. Applying an extended UTAUT model. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-014-9531-4>
- Robey, D. (1979). User Attitudes and Management Information System Use. In *Source: The Academy of Management Journal* (Vol. 22, Issue 3). <https://www.jstor.org/stable/255742>
- Trinkle, B. S., Crossler, R. E., Addy, N., Basoglu, A., Carver, B., Henderson, C., Highfield, M., Kobelsky, K., Roskelly, K., Scheiner, J., & Steinbart, P. (2015). *Voluntary Disclosures via Social Media and the Role of Comments*.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*. <https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Speier, C., & Moms, M. G. (2002). *zyxwvutsr User Acceptance Enablers in Individual Decision Making About Technology: Toward an Integrated Model zyx* (Vol. 33).
- 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. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wibisono, G., & Putri, D. D. A. (2018). Analyzing Factors Affecting the Use of Voluntary Disclosure Information using a Modified Theory of Reasoned Action: A Study in Indonesia. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 21(2). <https://doi.org/10.33312/ijar.342>
- Yi, M. Y., & Hwang, Y. (2003). Predicting the use of web-based information systems: Self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 431–449. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00114-9](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00114-9)
- Zhang, J. (2015). Voluntary information disclosure on social media. *Decision Support Systems*, 73, 28–36. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2015.02.018>
- Zhou, M. J., Lei, L. G., Wang, J., Fan, W. P., & Wang, A. G. (2015). Social media adoption and corporate disclosure. *Journal of Information Systems*, 29(2), 23–50. <https://doi.org/10.2308/isys-50961>