

PENGARUH KUALITAS PLATFORM, KEBERMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SISTEM PEMASARAN BUMDES KERINCI

Andel Hopi Candra, Achmad Mulyono, Dila Nurlaila, Ainur Risma Aulia, Sri Wahyu Hariyani

Politeknik Jambi, Jambi

e-mail: ¹andel@politeknikjambi.ac.id, ²mulyono@politeknikjambi.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the influence of platform quality, perceived usefulness, and trust on the intention to use integrated digital marketing systems in Village-Owned Enterprises (BUMDes) in Kerinci Regency. Employing a quantitative explanatory approach, data were collected from 165 BUMDes managers using purposive sampling and analyzed via Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that the model explains 78.9% of the variance in usage intention. Perceived usefulness was identified as the strongest predictor ($\beta = 0.428$), followed by trust ($\beta = 0.361$) and platform quality ($\beta = 0.185$). These findings confirm that in the rural economy context, usefulness has evolved from mere economic efficiency to accessing intellectual capital through educational features. The study concludes that trust serves as a vital risk mitigation mechanism, and village digital platforms must transform into knowledge hubs to enhance sustainable technology adoption.*

Keyword: BUMDes; Digital Marketing; Perceived Usefulness; Platform Quality; Trust

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas platform, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem pemasaran digital terintegrasi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kabupaten Kerinci. Menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori, data dikumpulkan dari 165 pengelola BUMDes melalui teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 78,9% varians minat penggunaan. Persepsi kebermanfaatan teridentifikasi sebagai prediktor terkuat ($\beta=0.428$), diikuti oleh kepercayaan ($\beta=0.361$) dan kualitas platform ($\beta=0.185$). Temuan ini mengonfirmasi bahwa dalam konteks ekonomi pedesaan, kebermanfaatan telah berevolusi dari sekadar efisiensi ekonomi menjadi akses terhadap modal intelektual melalui fitur edukasi. Penelitian menyimpulkan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme mitigasi risiko yang vital, dan platform digital desa harus bertransformasi menjadi pusat pengetahuan (*knowledge hub*) untuk meningkatkan adopsi teknologi yang berkelanjutan.

Kata kunci: BUMDes; Kebermanfaatan; Kepercayaan; Kualitas Platform; Pemasaran Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sangat pesat dalam dekade terakhir secara fundamental mendekonstruksi struktur kehidupan manusia serta model bisnis global (Tian et al., 2023; Salameh et al., 2022). Penetrasi internet yang tinggi dan ketersediaan

perangkat seluler yang terjangkau menjadi katalisator utama metode konvensional menuju ekosistem digital (Ashiq & Hussain, 2024; Bekele et al., 2018). Fenomena ini menciptakan peluang baru organisasi global maupun lokal untuk menerapkan dan mengembangkan teknologi yang bukan hanya sekedar alat bantu, melainkan dari perspektif

pengalaman pengguna yang holistik untuk memastikan keberlanjutan organisasi di masa depan (Shi et al., 2025; Ke & Jiang, 2019). Secara spesifik, platform digital menawarkan kapabilitas yang canggih, mekanisme pencarian yang dipersonalisasi, dan pengalaman interaktif melalui teknologi digital seperti simulasi digital, realitas virtual, dan kecerdasan buatan (Shi et al., 2025; Yung & Khoo-Lattimore, 2019).

Kondisi ini tercermin di Kabupaten Kerinci. Berdasarkan data Kementerian Desa PDTT, dari banyaknya BUMDes, sebagian besar mengalami stagnasi karena kegagalan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan keterbatasan kapasitas manajemen (Kemendes PDTT, 2024; Antara, 2024). Kerinci memiliki potensi lokal unggulan dunia seperti kayu manis (*cinnamomum burmannii*) dan kopi arabika (BPS Kerinci, 2024). Namun, rantai pasok yang panjang menyebabkan nilai tambah ekonomi tidak dinikmati oleh masyarakat desa. Teknologi digital menghadirkan prospek baru bagi pertumbuhan BUMDes dengan memfasilitasi pemasaran langsung (*direct-to-consumer*) yang sebelumnya sulit dijangkau (Ying & Gao-yue, 2013). Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik menyoroti adopsi sistem pemasaran terintegrasi pada entitas pedesaan menjadi sangat penting dan mendesak untuk meningkatkan kinerja BUMDes.

Dalam upaya mendorong adopsi teknologi, kualitas platform menjadi stimulus eksternal yang memengaruhi persepsi dan perilaku pengguna (Shi et al., 2025; Salameh et al., 2022). Berlandaskan pada *Information Systems Success Model* (IS Success Model) yang dikembangkan oleh DeLone & McLean (2003), kualitas platform mencakup kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan (Shi et al., 2025).

Pertama, kualitas sistem berkaitan dengan performa dan keandalan operasional platform (Shi et al., 2025). Indikator meliputi kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan stabilitas sistem (Shi

et al., 2025; Salameh et al., 2022). Di wilayah pedesaan dengan infrastruktur internet yang tidak stabil, pengguna menjadi sangat sensitif terhadap kinerja teknis, kegagalan akses memicu frustrasi kognitif dan pembatalan niat penggunaan (Salameh et al., 2022; McKinney et al., 2002).

Kedua, kualitas informasi merujuk pada relevansi, akurasi, kelengkapan, dan kekinian konten oleh platform (Shi et al., 2025; Shutrick, 2023). Dalam konteks pemasaran produk BUMDes, informasi transparan spesifikasi produk, ketersediaan stok, dan harga sangat penting untuk mengurangi disinformasi antara penjual dan pembeli (Hanaysha et al., 2025). Studi empiris menunjukkan bahwa ulasan pelanggan dan deskripsi produk meningkatkan kredibilitas informasi dan memfasilitasi pengambilan keputusan pembelian (Hanaysha et al., 2025; Tien et al., 2019). Informasi yang berkualitas buruk akan secara langsung berdampak pada kepercayaan pengguna (Zhou et al., 2009).

Ketiga, kualitas layanan mencerminkan dukungan dan bantuan penyedia platform kepada pengguna (Shi et al., 2025; Tian et al., 2023). Respons dalam menangani keluhan, empati terhadap masalah pengguna, dan jaminan keamanan merupakan elemen kunci dari kualitas layanan (Tian et al., 2023; Jiang et al., 2016). Literasi digital yang beragam di kalangan masyarakat desa, dukungan teknis yang responsif dan edukatif menjadi determinan vital bagi kepuasan dan loyalitas pengguna (Saoula et al., 2023; Zhou et al., 2019). Tian et al. (2023) menegaskan bahwa kualitas layanan yang dirasakan berhubungan erat dengan kepercayaan dan reputasi platform.

Dalam konteks platform BUMDes, konsep kebermanfaatan diperluas, yang tidak hanya digunakan sebagai transaksi ekonomi. Menghadapi tantangan kapasitas SDM di desa, platform yang digunakan untuk mengintegrasikan fitur edukasi pertanian dan pendampingan teknis. Rouli (2021) menekankan

kebermanfaatan platform digital mencakup akses terhadap pengetahuan dan berbagi informasi, partisipasi dalam jaringan elektronik didorong oleh persepsi manfaat timbal balik dan modal social (Rouli 2021; Wasko & Faraj 2005). Dengan demikian, fitur edukasi meningkatkan kompetensi teknis petani sebagai nilai tambah fungsional yang signifikan (Rouli, 2021). Platform dimanfaatkan pengelola BUMDes tidak hanya menjual produk tetapi juga belajar tentang teknik budidaya atau manajemen yang lebih baik, sehingga motivasi untuk mengadopsi teknologi akan meningkat sehingga mencapai tujuan organisasi (Rouli, 2021; Wilson, 2000; Hsu & Lin, 2008).

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji adopsi teknologi menggunakan TAM atau IS Success Model secara terpisah, integrasi kedua model ini dalam konteks ekonomi pedesaan masih minim (Shi et al., 2025; Nguyen et al., 2024). Sebagian besar literatur yang ada berfokus pada konteks museum digital (Shi et al., 2025), perbankan seluler (Tian et al., 2023), atau pemesanan hotel (Salameh et al., 2022). Penelitian mengenai sistem pemasaran terintegrasi yang menggabungkan fitur niaga (*marketplace*) dan fitur edukasi (*e-learning*) bagi entitas BUMDes di Indonesia masih sangat terbatas dan belum dieksplorasi secara mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan teoretis dan empiris dengan mengembangkan model integratif yang menguji pengaruh simultan dari **kualitas platform, persepsi kebermanfaatan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan** sistem digital terintegrasi BUMDes di Kabupaten Kerinci. Dengan membuktikan validitas hubungan kausal antar variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi literatur pemasaran digital di pasar negara berkembang.

METODE

Desain Penelitian dan Pengambilan Sampel

Penelitian ini menerapkan paradigma kuantitatif eksplanatori untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pimpinan BUMDes, dengan total populasi sebanyak 280 orang.

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan

$$n = \frac{N}{1+(N \cdot e^2)},$$

di mana $N=280$ dan $e=0.05$, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 165 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*

Instrumen Penelitian dan Pengukuran Variabel

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur yang didistribusikan secara hibrida (daring melalui Google Forms dan luring saat sesi pendampingan teknis) untuk memastikan tingkat respons yang tinggi. Instrumen pengukuran menggunakan Skala Likert 5 poin, mulai dari (1) Sangat Tidak Setuju hingga (5) Sangat Setuju (Likert, 1932).

Konstruksi instrumen dikembangkan melalui proses adaptasi dari literatur terdahulu untuk menjamin validitas konten: (1) kualitas platform (*platform quality*): diukur sebagai *second-order reflective construct* yang terdiri dari tiga dimensi: kualitas sistem (aksesibilitas, kecepatan), kualitas informasi (akurasi, kekinian), dan kualitas layanan (responsivitas bantuan). Indikator diadaptasi dari skala Shi et al. (2025) yang merujuk pada model kesuksesan DeLone & McLean (2003). (2) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*): mengukur persepsi peningkatan kinerja, efisiensi waktu, dan akses pengetahuan. Item pengukuran diadaptasi dari Rouli (2021) dan Nguyen et al. (2024), yang merujuk pada *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989). (3) kepercayaan (*trust*): mengukur persepsi integritas, kompetensi, dan niat baik penyedia

platform, serta keamanan data. Skala diadopsi dari Tian et al. (2023) yang mengintegrasikan dimensi kepercayaan dari McKnight et al. (2002) dan Gefen et al. (2003). (4) minat penggunaan (*Intention to Use*): mengukur keinginan untuk terus menggunakan sistem dan merekomendasikannya kepada pihak lain, diadaptasi dari Ashiq & Hussain (2024) dan Hanaysha et al. (2025).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Pemilihan PLS-SEM didasarkan pada tiga justifikasi metodologis: (1) Tujuan penelitian adalah prediksi dan pengembangan teori, bukan sekadar konfirmasi teori (Hair et al., 2019); (2) Karakteristik data tidak berdistribusi normal multivariat (Hair et al., 2017); dan (3) Kompleksitas model yang melibatkan variabel mediasi atau moderasi potensial (Ashiq & Hussain, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Demografi Responden

Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 165 responden valid (tingkat pengembalian 100%) yang terdiri dari pengelola BUMDes di Kabupaten Kerinci. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif 26–45 tahun sebanyak 110 orang (66,7%),

yang mengindikasikan pentingnya adopsi teknologi pada BUMDes. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan SMA/Sederajat sebanyak 86 orang (52,1%), sementara sarjana (30,3%), dan sisanya SMP/SD. Data tersebut menjelaskan kapasitas pengelola BUMDes di Kabupaten Kerinci mayoritas di tingkat akademis formal menengah, mereka memegang peran penting dalam perekonomian Desa. Selanjutnya, 84% responden (139 orang) menjelaskan platform ini merupakan pengalaman pertama yang digunakan dalam aktivitas BUMDes, melalui sistem manajemen terintegrasi sehingga relevan dalam pengujian variabel edukasi dan kepercayaan pada pengguna pemula.

Evaluasi Model Pengukuran

Penelitian ini menggunakan algoritma PLS dalam menguji validitas dan reabilitas. Berdasarkan tabel 2, seluruh indikator pengukuran menunjukkan statistik yang baik. Nilai *loading factor* semua item di atas ambang batas 0.708 (Hair et al., 2019). Indikator TR2 (Keamanan Transaksi) pada variabel kepercayaan memiliki nilai *loading* tertinggi (0.903). Hal ini menjelaskan aspek keamanan data merupakan representasi paling dominan dari variabel kepercayaan. Reliabilitas konsistensi internal cukup kuat, berdasarkan *composite reliability* (CR) dan *cronbach's alpha* seluruhnya bernilai > 0.70, nilai AVE di atas 0.60 menegaskan validitas konvergen solid.

Tabel 1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran

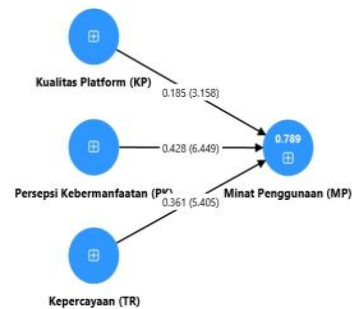
Variabel & Kode Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha (α)	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Platform (KP)		0.796	0.880	0.710
KP1	0.869			
KP2	0.850			
KP3	0.809			
Persepsi		0.767	0.866	0.683

Kebermanfaatan (PK)				
PK1	0.843			
PK2	0.826			
PK3	0.809			
Kepercayaan (KPC)		0.864	0.917	0.787
TR1	0.892			
TR2	0.903			
TR3	0.865			
Minat Penggunaan (MP)		0.724	0.878	0.783
MP1	0.898			
MP2	0.872			

Sumber: Hasil Olah Data Primer (SmartPLS 4.0), 2025.

Berdasarkan Tabel 2, hasil menunjukkan evaluasi *outer model* sangat baik. Nilai *Outer Loading* seluruh indikator antara 0.809 hingga 0.903. Seluruh nilai ini berada di atas ambang batas 0.708 yang disarankan oleh Hair et al. (2019), yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara valid menjelaskan variabel latennya. Indikator TR2 (Keamanan Data & Dana) memiliki nilai *loading* tertinggi (0.903), menegaskan bahwa keamanan adalah aspek terkuat pembentuk kepercayaan. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua variabel berada di atas 0.50 (Range: 0.683 – 0.787), yang berarti rata-rata varians yang dijelaskan oleh konstruksi lebih besar daripada *varians error*-nya. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh variabel berada di atas 0.70. Nilai *composite reliability* (CR) menunjukkan angka yang tinggi (di atas 0.80), menunjukkan instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan dan konsistensi yang kuat. Dengan terpenuhinya syarat validitas dan reliabilitas ini, data dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural (*Inner Model*).

Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis



Gambar 1 Hasil Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan gambar 1, hasil analisis menunjukkan nilai $R^2 = 0.789$ untuk variabel minat penggunaan. Hal ini menjelaskan bahwa 78,9% secara simultan variabel kualitas platform, persepsi kebermanfaatan dan kepercayaan pada keputusan adopsi sistem terintegrasi BUMDes. Hasil uji hipotesis (Tabel 3) menunjukkan pengaruh persepsi kebermanfaatan sebagai prediktor terkuat ($\beta = 0.428$; $t = 6.449$), diikuti kepercayaan ($\beta = 0.361$; $t = 5.405$), sementara kualitas platform berpengaruh positif signifikan namun dengan koefisien terendah ($\beta = 0.185$; $t = 3.158$).

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur Hubungan Antar Variabel	Koefisien (β)	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1	KP) -> MP	0.185	3.158	0.002	Diterima
H2	PK -> MP	0.428	6.449	0.000	Diterima
H3	TR -> MP	0.361	5.405	0.000	Diterima

Sumber: Hasil Olah Data Primer (SmartPLS 4.0), 2025.

Kualitas Platform dan Minat Penggunaan

Berdasarkan tabel 3, dapat di jelaskan bahwa kualitas platform berdampak positif dan signifikan ($\beta = 0.185$; t-stat > 3.158). Kualitas sistem dinilai lebih kritis dibandingkan estetika visual. Hal ini sejalan dengan temuan Shi et al. (2025) dan Salameh et al. (2022), namun dengan konteks berbeda. Di Kerinci, tengkulak seing memanfaatkan ketidaktahuan petani terhadap harga pasar, maka penting ada platform yang mampu menyajikan transparansi harga secara *real-time* dianggap lebih bernilai daripada platform dengan desain antarmuka yang artistik namun minim data. Bagi pengguna platform BUMDes masih terkendala kendala infrastruktur internet, fungsi kecepatan dan kejelasan data sehingga kualitas platform merupakan bagian penting dalam minat penggunaan pada platform digital BUMDes.

Persepsi Kebermanfaatan dan Minat Penggunaan

Kebermanfaatan berdampak positif dan signifikan pada minat penggunaan ($\beta = 0.428$; t-stat > 6.449), di mana indikator peningkatan penjualan (PK1) berkontribusi sangat signifikan. Hal ini menandai pergeseran paradigma tentang apa yang dianggap "bermanfaat" (*useful*) oleh masyarakat desa. Berbeda dengan model TAM klasik Davis (1989) yang menjelaskan kebermanfaatan sebatas pada efisiensi kerja (waktu/biaya), penelitian ini menemukan bahwa bagi pengelola BUMDes dan petani di Kerinci, kebermanfaatan juga merupakan modal intelektual yang memberikan kepada pengelola BUMDes maupun petani

terhadap akses edukasi dan pendampingan yang terintegrasi .

Temuan ini memperluas perspektif Rouli (2021) dan Wasco & Faraj (2005), yang menjelaskan dalam komunitas jejaring, motivasi pada adopsi teknologi didorong oleh keinginan untuk meningkatkan kompetensi. Selama ini, petani dan BUMDes di Kerinci mengalami keterbatasan akses penyuluhan pertanian. Kehadiran *platform* BUMDes yang mengintegrasikan modul edukasi (cara tanam, pengolahan pasca-panen) menjadikan sistem ini bukan sekadar media pemasaran dan pencatatan saja, melainkan pusat pengetahuan (*knowledge hub*). Implikasinya, strategi keberlanjutan platform desa tidak bisa hanya mengandalkan fitur jual-beli yang fluktuatif, tetapi harus menjadikan konten edukasi yang membuat pengguna terus mengakses platform.

Kepercayaan dan Minat Penggunaan

Temuan empiris penelitian ini menempatkan kepercayaan (*trust*) berdampak positif dan signifikan sebagai determinan paling dominan yang memengaruhi minat penggunaan ($\beta = 0.361$; t-stat > 5.405), memberikan wawasan penting mengenai psikografi masyarakat pedesaan di Kabupaten Kerinci cenderung memiliki karakteristik *high uncertainty avoidance*, dalam konteks transisi dari pasar tradisional (tatap muka) ke pasar digital (*faceless*), risiko finansial dan keamanan data menjadi sangat penting dalam menilai minat penggunaan.

Tingginya nilai *loading factor* pada indikator keamanan data (TR2 = 0.903) menjelaskan kredibilitas *platform* jauh lebih berharga daripada kecanggihan

fiturnya. Temuan ini memperkuat studi sebelumnya Tian et al. (2023) serta Ashiq & Hussain (2024) yang menyatakan bahwa di negara berkembang dengan regulasi siber yang belum baik, *e-trust* berfungsi sebagai fondasi prasyarat (*necessary condition*). Artinya, sebelum pengguna dapat menikmati kualitas layanan, pengguna platform harus merasa aman. Di Kerinci, membangun kepercayaan melalui transparansi pengelola BUMDes merupakan langkah penting untuk memitigasi persepsi risiko (*perceived risk*) pada penggunaan platform digital BUMDes.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap dinamika adopsi teknologi pada ekonomi pedesaan (BUMDes) di Kabupaten Kerinci. Studi ini menegaskan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan determinan paling dominan memengaruhi minat penggunaan sistem dibandingkan dengan faktor teknis maupun kebermanfaatannya. Hal ini mengimplikasikan bahwa hambatan utama digitalisasi di sentra komoditas di pedesaan oleh BUMDes bukanlah ketidaksiapan infrastruktur fisik, melainkan hambatan psikologis berupa persepsi risiko tinggi terhadap transaksi dengan menggunakan teknologi digital. Selain itu, temuan lainnya membuktikan bahwa *platform* BUMDes memiliki manfaat yang tinggi oleh pengguna karena itu yang terintegrasi. Hal ini mengubah paradigma sistem dari sekadar alat transaksi menjadi instrumen pemberdayaan kapasitas petani dan BUMDes.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan merekonstruksi pemahaman variabel dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) pada konteks pedesaan di Negara berkembang yang menunjukkan bahwa dalam komunitas desa, konstruk *perceived usefulness* tidak lagi terbatas pada efisiensi ekonomi, tetapi telah

berevolusi mencakup akses terhadap modal intelektual (*intellectual capital*). Penelitian ini juga menemukan *trust* sebagai mekanisme mitigasi risiko (*risk reduction mechanism*) pada penggunaan platform digital BUMDes. Artinya, di lingkungan dengan regulasi siber yang belum matang, kepercayaan merupakan fundamental yang harus terpenuhi sebelum peningkatan kualitas sistem. *Platform* harus menampilkan profil pengelola BUMDes yang kredibel dan transparansi alur dana untuk membangun kepercayaan bagi pengguna *platform*. Mengingat fluktuasi musim panen, fitur jual-beli tidak akan digunakan setiap hari. Oleh karena itu, modul edukasi pertanian harus dijadikan konten harian untuk menjaga *traffic* dan keterikatan (*engagement*) pengguna dengan aplikasi. Pengembangan aplikasi harus memprioritaskan arsitektur yang ringan data dan akurasi informasi harga komoditas di atas estetika visual, demi mengatasi keterbatasan infrastruktur internet di wilayah *blank spot*. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain *cross-sectional* yang hanya mengidentifikasi niat adopsi teknologi sesaat. Mengingat kepercayaan adalah variabel yang dinamis, penelitian selanjutnya sangat disarankan menggunakan pendekatan longitudinal untuk menguji stabilitas kepercayaan pengguna pasca-transaksi pertama. Selain itu, riset mendatang perlu mengeksplorasi variabel pengaruh sosial (*social influence*) yang memiliki dampak pada peningkatan minat penggunaan *platform digital* sebagai variabel moderasi potensial dalam mengakselerasi inovasi teknologi di masyarakat desa atau BUMDes

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (KEMENDIKTISAINTEK) Republik Indonesia yang telah memberikan

dukungan pendanaan melalui skema Hibah Penelitian Tahun Anggaran 2025, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Jambi atas dukungan fasilitas dan administrasi yang diberikan selama proses penelitian. Penulis juga memberikan apresiasi tinggi kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Kabupaten Kerinci yang telah memfasilitasi perizinan dan akses data, serta kepada seluruh pimpinan dan pengelola BUMDes di Kabupaten Kerinci yang telah meluangkan waktu berpartisipasi sebagai responden. Terakhir, terima kasih kepada seluruh tim peneliti atas kerja keras, dedikasi, dan kerja sama yang solid dalam menyelesaikan studi ini. Bagian ini boleh digunakan, boleh juga dihilangkan (opsional). Ucapan terima kasih hanya ditujukan pada pihak-pihak yang membantu secara langsung penelitian yang dilakukan, misal: penyandang dana atau pakar dilibatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Bhatti, S. H., & Hwang, Y. (2020). E-service quality and customer loyalty in online banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101968.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Anser, M. K., Tabash, M. I., Nassani, A. A., Aldakhil, A. M., & Yousaf, Z. (2021). Service quality and e-learning: The role of trust and service usage. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 123–132.
- APJII. (2024). *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, 72, 117–120.
- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 11(2), 1–36.
- Borgatti, S. P., & Cross, R. (2003). A relational view of information seeking and learning in social networks. *Management Science*, 49(4), 432–445.
- BPS. (2024). *Statistik E-Commerce dan Potensi Desa 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Dong, S., Li, C., & Ding, Y. (2006). Effectiveness of digital museum: A case study of Digital Dunhuang. *Tsinghua Science and Technology*, 11(6), 661–667.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2017). Re-examining the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734.
- Easson, H., & Leask, A. (2020). After-hours at the museum: Logics of value co-creation. *Annals of Tourism Research*, 82, 102864.
- Efiloglu Kurt, O. (2019). The effect of social media on university students' perceived value, satisfaction and loyalty. *International Journal of E-Business Research*, 15(4), 1–18.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online

- shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Google, Temasek, & Bain. (2024). *e-Conomy SEA 2024: Reaching new heights*. Google.
- Guenzi, P., Johnson, M. D., & Castaldo, S. (2009). A comprehensive model of customer trust in two retail stores. *Journal of Service Management*, 20(3), 290–316. <https://doi.org/10.1108/09564230910964408>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- 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. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hanaysha, J. R., Ramadan, H. I., & Alhyasat, K. M. K. (2025). Exploring the impact of customer reviews, website quality, perceived service quality, and product assortment on online purchase intention: The mediating role of trust. *Telematics and Informatics Reports*, 19, 100236. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100236>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Hsu, C. L., & Lin, J. C. C. (2008). Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management*, 45(1), 65–74.
- Hussain, A., & Ijaz, M. (2019). E-commerce in developing countries: Opportunities and challenges. *International Journal of Business and Management*, 14(3), 21–35.
- Iqbal, M. A., Bhatti, Z. A., & Khan, A. (2020). E-learning adoption: A perspective from developing countries. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(4), 435–453.
- Jameel, A. S., Hamdi, S. S., Karem, M. A., & Raewf, M. B. (2021). E-commerce website quality, satisfaction, and loyalty. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(2), 173–194.
- Ke, D., & Jiang, L. (2019). Digital museum and user experience: A perspective from the information systems success model. *Heritage Science*, 7(1), 1–12.
- Kemendes PDTT. (2024). *Laporan Kinerja BUMDes Tahun 2023 dan Proyeksi 2024*. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Li, J., Wang, Y., & Liu, X. (2022). User behavior in digital museums: An empirical study. *Information Processing & Management*, 59(1), 102758.
- Liang, Q. (2023). Small museums in China: Challenges and opportunities in the digital age. *Museum Management and Curatorship*, 38(2), 145–163.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Marty, P. F. (2007). Museum websites and museum visitors: Before and after the museum visit. *Museum Management and Curatorship*, 22(4), 337–360.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.2307/258792>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.

- <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Mei, Q., & Duan, Y. (2020). Digital technology for small museums: A case study of China. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 10(3), 287–301.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 83–96.
- Pesce, D., Neirotti, P., & Paolucci, E. (2019). Digital transformation in museums: A case study of the Museum of Science and Technology in Milan. *Museum Management and Curatorship*, 34(6), 576–594.
- Salameh, A. A., Al Mamun, A., Hayat, N., & Ali, M. H. (2022). Modelling the significance of website quality and online reviews to predict the intention and usage of online hotel booking platforms. *Heliyon*, 8(2), e10735.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10735>
- Saoula, O., Shamim, A., Suki, N. M., Ahmad, M. J., Abid, M. F., Patwary, A. K., & Abbasi, A. Z. (2023). Building e-trust and e-retention in online shopping: The role of website design, reliability and perceived ease of use. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 27(2), 178–201.
<https://doi.org/10.1108/SJME-07-2022-0159>
- Sevilla, C. G., Ochave, J. A., Punsalan, T. G., Regala, B. P., & Uriarte, G. G. (1960). *Research Methods*. Rex Printing Company.
- Shutrick, K. (2023). Information quality in digital museums: A user-centric approach. *Journal of Documentation*, 79(2), 345–362.
- Skov, M., & Ingwersen, P. (2008). Museum visitors' information behaviour. *Journal of Documentation*, 64(5), 699–721.
- Tien, D. H., Rivas, A. A. A., & Liao, Y. K. (2019). Examining the influence of customer-to-customer electronic word-of-mouth on purchase intention in social network sites. *Asia Pacific Management Review*, 24(3), 238
- Trunfio, M., Lucia, M. D., Campana, S., & Magnelli, A. (2020). Innovating the cultural heritage museum service model through virtual reality and augmented reality: The effects on the overall visitor experience and satisfaction. *Journal of Heritage Tourism*, 17(1), 1–19.
- Walsh, D., Hall, M. M., Clough, P., & Foster, J. (2020). Characterising online museum users: A study of the British Museum's digital collections. *International Journal on Digital Libraries*, 21(1), 75–87.
- Wasko, M. M. L., & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35–57.
<https://doi.org/10.2307/25148667>
- Wei, J., Vinnikova, A., Lu, L., & Xu, J. (2022). Understanding and predicting the adoption of fitness mobile apps: Evidence from China. *Health Communication*, 37(8), 950–960.
- Widmayer, P. (1999). Building digital metropolis: Chicago's future networks. *IT Professional*, 1(4), 40–46.
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55.
- Ying, Z., & Gao-yue, L. (2013). Thematic digital museums: Concept, characteristics and development. *Library and Information Service*, 57(12), 45–50.
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: A systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism

research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081.

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2009). The relative importance of website design quality and service quality in determining consumers online repurchase behavior. *Information Systems Management*, 26(4), 327–337.

<https://doi.org/10.1080/10580530903245663>

Zollo, L., Rialti, R., Marrucci, A., & Ciappei, C. (2022). Digital technologies and museum visitor experiences: The mediating role of perceived value. *Museum Management and Curatorship*, 37(3)