

Determinan Minat Penggunaan Teknologi AI (*Artificial Intelligence*) di Kalangan Mahasiswa

Rizky Dewa Saputra¹⁾, Kurniawati Mutmainah^{2)*}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Sains Al-Qur'an, Indonesia

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Sains Al-Qur'an, Indonesia

¹⁾rizky.gentong05.rd@gmail.com, ²⁾niakurnia.m@gmail.com

*Kurniawati Mutmainah

Diserahkan : 8 Mei 2025 | **Diterima :** 21 Mei 2025 | **Diterbitkan :** 31 Mei 2025

Abstract: Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang membentuk minat mahasiswa, khususnya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo dalam mengadopsi teknologi kecerdasan buatan (AI). Investigasi mencakup variabel-variabel seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan data diperoleh melalui distribusi kuesioner terstruktur. Penelitian ini melibatkan 96 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo, yang dipilih melalui teknik pengambilan sampel acak. Analisis statistik dilakukan pada data yang telah terkumpul menggunakan regresi linier berganda, yang dibantu oleh perangkat lunak SPSS. Temuan mengungkapkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, dan literasi digital memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan teknologi AI. Di sisi lain, persepsi kegunaan dan persepsi risiko menunjukkan pengaruh negatif terhadap minat. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,842 menunjukkan 84,2% dari variasi minat dalam memanfaatkan teknologi AI dipengaruhi oleh kelima variabel independen, sedangkan 15,8% sisanya dipengaruhi dengan faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian.

Kata Kunci : Teknologi AI, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan

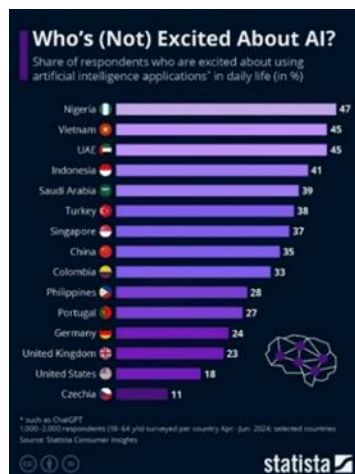
1. PENDAHULUAN

Meningkatnya perkembangan teknologi yang semakin cepat sejalan dengan perkembangan zaman berdampak pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan tidak dapat terlepas dari penggunaan teknologi. Salah satu perkembangan teknologi yang baru-baru ini menjadi topik pembicaraan yang hangat adalah perkembangan teknologi *artificial intelligence* (AI). Konsep *artificial intelligence* (AI) diperkenalkan melalui karya Turing (1950), yang memainkan peran penting dalam meletakkan dasar-dasar teoritis pengembangan sebuah teknologi baru. Turing menyebutkan adanya potensi untuk sebuah pengembangan di mana sebuah mesin dapat berpikir selayaknya manusia.

Di masa sekarang perkembangan teknologi *artificial intelligence* (AI) menjadi sebuah instrumen yang penting dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk pendidikan. Teknologi AI menawarkan potensi besar dalam mendukung kegiatan pembelajaran mulai dari penganalisisan data, akses informasi yang cepat dan efisien, serta membantu dalam pengerjaan suatu proyek secara instan. Beberapa aplikasi seperti Chat GPT, Gemini, Perplexity, Quillbot, Canva, Google Assistant, E-Commerce merupakan contoh aplikasi-aplikasi yang menggunakan teknologi AI dalam sistem pengoperasiannya. Potensi besar yang ditawarkan teknologi AI memunculkan minat bagi pengguna untuk dapat menggunakan

teknologi AI dalam kehidupannya, tak terkecuali mahasiswa. Algerafi et al. (2023) menjelaskan perkembangan teknologi AI sangat berdampak bagi guru dan siswa, mulai dari asistensi dalam hal pembelajaran ataupun kemudahan dalam proses pencarian informasi yang dapat menunjang pembelajaran di kelas.

Minat dapat didefinisikan sebagai rasa ingin tahu atau ketertarikan terhadap subjek atau aktivitas tertentu, ditambah dengan keinginan intrinsik untuk mencapai kepuasan atau kepuasan saat terlibat dengan suatu produk atau teknologi (Safitri & Diana, 2020). Menurut Kohler minat merupakan emosi yang kita rasakan saat melihat sebuah produk dan menyebabkan keinginan untuk mencobanya, yang berujung pada keputusan untuk membeli produk tersebut (Naditya Linggasari, 2021). Di Indonesia sendiri tren penggunaan teknologi AI sudah marak digunakan. Hal ini dapat terlihat dari gambar 1 yang merupakan data yang dipublikasikan oleh Statista (2025), yang menunjukkan Indonesia berada di peringkat ke-4 dalam hal jumlah peminat pengguna AI tertinggi dibandingkan dengan negara lain dengan persentase 41% dari 2000 responden warga Indonesia dengan rentang usia 18 sampai 64 tahun. Hasil ini sangat berbeda dengan negara China yang hanya sebesar 35% dan juga Inggris yang hanya sebesar 23%.



Gb. 1. Minat Penggunaan Teknologi AI (Sumber: Statista, 2025)

Dalam sektor pendidikan seperti di lingkup perkuliahan, teknologi AI juga sudah mulai diperkenalkan dan dimanfaatkan oleh beberapa universitas untuk membantu kegiatan pembelajaran. Contohnya mata kuliah “*introduction to AI*” yang telah dihadirkan di Universitas Kristen Indonesia sebagai mata kuliah wajib bagi mahasiswa baru sebagai upaya agar mahasiswa memiliki keterampilan yang baru di dunia kerja (Kompas, 2025). Situasi ini justru berbeda dengan kondisi yang ada di FEB UNSIQ Wonosobo jika dibandingkan dengan beberapa universitas lain, dikarenakan belum ada implementasi dan pemanfaatan nyata penggunaan AI di kalangan mahasiswa. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui factor-factor yang menyebabkan rendahnya minat mahasiswa FEB UNSIQ menggunakan teknologi AI. Minat penggunaan teknologi AI muncul dapat dipengerahui oleh beberapa faktor seperti kepraktisan, kemudahan dalam penggunaan, efesiensi dan efektivitas yang ditawarkan, keamanan yang terjamin atau faktor-faktor lain yang dapat menarik minat penggunaan teknologi AI. Penelitian ini meneliti berbagai faktor yang berpotensi memengaruhi kecenderungan untuk menggunakan teknologi AI, termasuk kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan, dan literasi digital.

Menurut Davis (1989) dalam Alzoubi (2025) kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya terlibat dengan teknologi tertentu mudah dan membutuhkan upaya minimal. Sebuah teknologi dikatakan rumit apabila frekuensi pemakaian teknologi tersebut sedikit

karena dapat diasumsikan teknologi yang digunakan sulit untuk dipahami dan digunakan. Di antara faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk mengadopsi teknologi AI, kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki signifikansi khusus. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai pandangan seseorang yang disertai keyakinan penggunaan teknologi secara optimal dapat meningkatkan kualitas kinerja serta memberikan berbagai keuntungan (Ulfah et al., 2022). Ketika individu menganggap suatu teknologi bermanfaat untuk menyelesaikan tugas atau menyederhanakan aktivitas mereka, mereka cenderung mempertimbangkan untuk mengadopsinya. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kegunaan merujuk pada sejauh mana mahasiswa merasa penerapan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) dapat memberikan manfaat nyata dalam mendukung kegiatan akademis, seperti mempercepat proses belajar, mempermudah pengambilan keputusan, atau meningkatkan efisiensi tugas-tugas yang berkaitan dengan pendidikan.

Dalam penggunaan teknologi *artificial intelligence* (AI) tidak terlepas dari risiko yang melekat pada penggunaan teknologi tersebut. Risiko yang dirasakan berkaitan dengan penilaian individu terhadap ketidakpastian dan potensi hasil negatif yang terkait dengan perilaku atau tindakan tertentu (Lai et al., 2025). Persepsi risiko menjadi suatu unsur yang penting dalam menentukan keinginan pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi yang baru (Wu et al., 2022). Di samping risiko yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan juga memainkan peran penting dalam membentuk minat terhadap teknologi AI. Kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna terhadap efektivitas teknologi (integritas, kemampuan, dan kebajikan) dan keandalan teknologi (Lai et al., 2025). Dalam hal ini persepsi kepercayaan mengacu pada keyakinan pengguna penggunaan teknologi tertentu dapat diandalkan dan aman, serta tidak akan memberikan dampak negatif yang merugikan.

Literasi digital diakui sebagai faktor utama dalam menentukan keinginan untuk terlibat dengan teknologi AI. Literasi digital mencakup kemampuan untuk memanfaatkan media, perangkat digital, dan jaringan daring secara efektif untuk mengakses, mengevaluasi, membuat, dan mengelola informasi secara efektif, serta memfasilitasi komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Khairunisa & Sabaria, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi AI. Penelitian mengenai penggunaan teknologi AI telah banyak dilakukan antara lain Chen et al. (2020), Wu et al. (2022), Lai et al. (2025), Sánchez-Prieto et al. (2020), Al-Abdullatif (2023), Alzoubi (2025), Algerafi et al. (2023), dan Hinojo-Lucena et al. (2019). Terdapat penambahan beberapa variabel independen yaitu persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital sebagai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi AI. Penambahan variabel ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan Lai et al. (2025) dan Wu et al. (2022) dimana persepsi risiko dan persepsi kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi penerimaan sebuah teknologi baru dikarenakan pemahaman dan keyakinan pengguna terhadap risiko yang ada dapat meningkatkan kepercayaan dan penerimaan terhadap suatu teknologi salah satunya adalah *artificial intelligence*.

Davis (1989) mengemukakan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang digunakan untuk memeriksa dan memahami berbagai aspek yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Model TAM mengeksplorasi hubungan sebab akibat antara gagasan tentang manfaat teknologi, kemudahan penggunaan, perilaku, dan penggunaan yang diharapkan. Davis menemukan model TAM, yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua faktor kunci yang dapat memengaruhi niat pengguna untuk memanfaatkan teknologi. Tujuan utama model TAM adalah mengembangkan kerangka kerja untuk mengamati pengaruh eksternal terhadap perspektif, perilaku, dan tujuan pengguna sistem atau teknologi, selain itu juga bertujuan untuk mengklasifikasikan dan memperkirakan adopsi atau penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Konsep TAM dimulai dari kemampuan dan karakteristik suatu sistem atau teknologi, dan kemudian beralih ke motivasi seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi, sehingga menghasilkan suatu tindakan penggunaan yang dikenal sebagai perilaku (Davis, 1989).

Artificial intelligence (AI) atau yang bisa disebut kecerdasan buatan merupakan istilah yang dipopulerkan oleh Turing (1950). Turing menyebutkan bahwa adanya potensi untuk sebuah pengembangan di mana sebuah mesin dapat berpikir selayaknya manusia. Kecerdasan buatan adalah kemampuan intelijen yang dilakukan oleh mesin yang terkait dengan kecerdasan manusia. Kemampuan intelijen ini melibatkan pembelajaran, persepsi, pemikiran, pemahaman, pengenalan, penilaian, penalaran, pembuktian, komunikasi, desain, perencanaan, tindakan, dan pemecahan masalah serta aktivitas lainnya (Cai et al., 2021). *Artificial intelligence* (AI) merupakan salah satu cabang ilmu komputer yang bertujuan untuk mengembangkan suatu sistem komputer yang dapat melakukan berbagai tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia (Chen et al., 2020). AI diprogram menggunakan algoritma dan model matematika dengan tujuan untuk dapat mempelajari data, mengolah pola, dan dapat membuat suatu keputusan secara mandiri (Eriana & Zein, 2023).

Persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi AI. Persepsi kemudahan merupakan penilaian individu terhadap tingkat usaha yang diperlukan untuk menggunakan sebuah sistem atau teknologi (Sánchez-Prieto et al., 2020). Secara garis besar persepsi kemudahan merupakan pandangan dari pengguna bahwa suatu produk yang digunakan akan mudah dipahami dan tidak kesulitan untuk menggunakannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Algerafi et al. (2023) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Adwan et al. (2023) dan Roy et al. (2022) yang juga membuktikan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sebuah teknologi khususnya teknologi AI. Persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi AI. Hal ini disebabkan karena pengguna akan berminat menggunakan sebuah teknologi tertentu apabila teknologi yang ditawarkan dapat memberikan kemudahan bagi pengguna baik kemudahan dalam memahami maupun dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Sehingga dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1; Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI.

Persepsi kegunaan merupakan keyakinan pengguna bahwa sistem atau teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Hal ini sesuai dengan makna dari kata berguna yaitu mampu digunakan secara menguntungkan (Davis, 1989). Persepsi kegunaan memandang dari perspektif pengguna di mana sebuah sistem atau teknologi yang digunakan akan bermanfaat secara positif baik dalam hal meningkatkan kualitas kinerja maupun peningkatan efisiensi kinerja. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shahzad et al. (2025) membuktikan bahwa terdapat sebuah pengaruh yang positif antara persepsi kegunaan dengan minat penggunaan teknologi AI. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sallam et al. (2025) juga membuktikan hasil yang sama namun berbeda pada penelitian yang dilakukan Al-Adwan et al. (2023), dalam penelitian tersebut justru membuktikan bahwa persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi AI. Persepsi kegunaan menjadi salah satu instrumen yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi khususnya teknologi AI. Pengguna akan merasa tertarik untuk menggunakan teknologi AI apabila teknologi yang digunakan dapat membantu pengguna dalam peningkatan kinerja melalui peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam bekerja. Sehingga dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI.

Bauer dalam Wu et al. (2022) mendefinisikan persepsi risiko sebagai sebuah aksi antisipasi individu terhadap konsekuensi negatif yang berkaitan dengan suatu perilaku atau keputusan tertentu. Teori ini juga menyampaikan bahwa individu akan cenderung menimbang risiko yang ada sebelum melakukan atau membuat sebuah keputusan yang tidak biasa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wu et al. (2022) membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan teknologi.

Hasil ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lai et al. (2025) dan Sallam et al. (2025) yang membuktikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan teknologi. Persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi AI. Hal ini disebabkan karena apabila pengguna merasa bahwa suatu teknologi memiliki risiko yang tinggi baik dari segi keamanan data atau privasi maka minat untuk menggunakan teknologi tersebut akan rendah. Begitu sebaliknya apabila tingkat risiko yang ditawarkan suatu teknologi itu rendah maka minat pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut akan meningkat. Sehingga dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

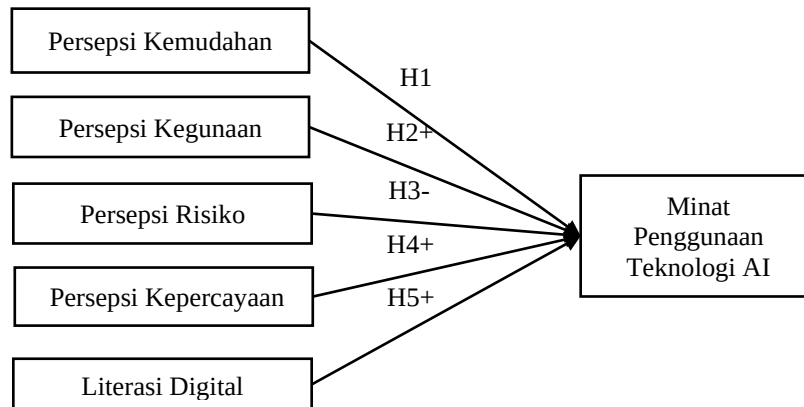
H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI.

Persepsi kepercayaan diartikan sebagai sebuah kepercayaan pengguna yang mengacu pada keyakinan yang dapat diandalkan dalam sebuah keakuratan yang mencerminkan kualitas atau kemandirian suatu produk yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi sebuah keputusan pengguna untuk menggunakan produk tersebut (Shin, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Roy et al. (2022) membuktikan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lai et al. (2025) dan Wang & Chen (2025) yang juga membuktikan hasil yang sama yaitu persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi. Persepsi kepercayaan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi. Hal ini dikarenakan kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi baik dalam percaya akan kualitas yang ditawarkan ataupun keandalan hasil yang ditunjukkan akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi tertentu khususnya teknologi AI. Sehingga dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H4: Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI.

Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan atau keterampilan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif. Kemampuan ini digunakan untuk menemukan, mengevaluasi, menciptakan, dan mengkomunikasikan informasi, yang membutuhkan kognitif dan teknis yang mencakup pemikiran kritis, pemecahan masalah, dan kemahiran teknologi (Asosiasi Perpustakaan Amerika dalam Nikou et al., 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Börekci et al., (2025) membuktikan literasi digital memegang peranan penting dalam minat penggunaan teknologi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Quraishi et al. (2025) dan Hwang et al. (2023) yang membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi. Literasi digital menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi AI dikarenakan jika seseorang yang memiliki tingkat literasi digital yang memadai mulai dari memiliki kemampuan untuk mengoperasikan suatu teknologi dan kemampuan untuk berpikir kritis dalam menghadapi situasi tertentu akan lebih mudah untuk memahami suatu teknologi baru khususnya teknologi AI. Keterampilan dan keahlian yang dimiliki dapat menjadi dasar dalam penggunaan teknologi AI yang dapat bermanfaat dan meningkatkan kinerja bagi pengguna teknologi AI. Sehingga dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H5: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI.



Gb. 2. Model Penelitian

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo sebanyak 1944 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu semua unsur dari populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo. Penentuan sampel dilakukan dengan perhitungan dengan rumus Taro Yamane yang mendapatkan hasil sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan metode angket yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kusioner kepada responden. Jawaban atas daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden dibuat dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Terdapat lima variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital dan satu variabel dependen yaitu minat penggunaan teknologi AI.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Minat Penggunaan Teknologi AI (Safitri, 2020)	Ketertarikan pada sesuatu dengan diiringi dengan perasaan senang untuk memperoleh sebuah tingkat kepuasan yang dibutuhkan dalam terhadap pemakaian atau pemanfaatan suatu produk (Safitri, 2020)	Produk berbasis AI menarik perhatian. Penggunaan teknologi AI memberikan dorongan untuk dicoba. Penggunaan teknologi AI dalam akademik dianggap relevan dan bermanfaat. Teknologi AI layak untuk direkomendasikan kepada orang lain.
Persepsi Kemudahan (Algerafi et al., 2023)	Persepsi pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi tertentu akan terbebas dari usaha dan tidak menyulitkan (Davis, 1989 dalam Algerafi et al., 2023).	Teknologi AI mudah untuk dipahami. Teknologi AI memiliki fleksibilitas tinggi. Teknologi AI mudah untuk dioperasikan. Panduan penggunaan teknologi AI disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.
Persepsi Kegunaan (Algerafi et al., 2023)	Keyakinan pengguna bahwa sistem atau teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kinerja atau produktivitasnya (Davis, 1989).	Penggunaan teknologi AI membantu mempermudah pekerjaan. Penggunaan teknologi AI mempercepat penyelesaian tugas. Penggunaan teknologi AI dapat meningkatkan efektivitas.

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Risiko (Sallam, 2025)	Sebuah aksi antisipasi individu terhadap konsekuensi negatif yang berkaitan dengan suatu perilaku atau keputusan tertentu (Bauer, 1960 dalam Wu et al., 2022).	Penggunaan teknologi AI dapat meningkatkan efisiensi. Adanya keraguan terkait keamanan data pengguna. Adanya kekhawatiran terkait pelanggaran etika. Adanya risiko mendapatkan sanksi atau hukuman. Adanya kekhawatiran terkait risiko ketergantungan.
Persepsi Kepercayaan (Lai, 2025)	Suatu kondisi dimana seseorang bersedia untuk bergantung kepada pihak lain karena mereka tidak memiliki kontrol terhadap pihak lain (Mayer, 1995 dalam Thiebes et al., 2021).	Teknologi AI dianggap berkompeten. Teknologi AI dianggap memberikan informasi yang jujur dan handal. Teknologi AI dianggap dapat membantu pengguna sesuai dengan keinginan. Hasil yang diberikan oleh AI dapat diandalkan.
Literasi Digital (Hwang, 2023)	Kemampuan atau keterampilan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif (Asosiasi Perpustakaan Amerika dalam Nikou et al., 2022).	Pemahaman konsep penting dalam penggunaan teknologi AI. Memiliki keterampilan digital dapat meningkatkan produktivitas. Adanya kesadaran untuk mempertimbangkan dampak positif dan negatif AI. Adanya anggapan keamanan informasi digital penting dalam penggunaan suatu teknologi.

Sumber: Safitri & Diana (2020); Algerafi et al. (2023); Sallam et al. (2025); Lai et al. (2025); Hwang et al. (2023) yang sudah dimodifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden yang dapat terlihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Gambaran Umum Responden

Karakteristik	Deskripsi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	46.9%
	Perempuan	51	53.1%
Program Studi	Akuntansi	47	49%
	Manajemen	26	27%
	Perbankan	23	24%
	Syariah		

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Dari tabel 2 dapat terlihat mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 51 responden dengan persentase 53,1% dan responden yang berasal dari program studi akuntansi dengan jumlah 47 responden dengan persentase 49%.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Std. Deviasi	Rata-rata Aktual	Kisaran Aktual
Minat Penggunaan Teknologi AI	1,818	17,51	13-20

Persepsi Kemudahan	2,102	17,29	10-20
Persepsi Kegunaan	1,825	17,70	10-20
Persepsi Risiko	2,615	7,54	4-17
Persepsi Kepercayaan	2,418	17,14	7-20
Literasi Digital	1,749	17,69	12-20

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Dari tabel 3 dapat disimpulkan bahwa responden memiliki minat untuk menggunakan teknologi AI. Selain itu responden menganggap bahwa teknologi AI mudah untuk digunakan, memiliki manfaat ketika digunakan, dan dapat dipercaya. Responden juga menganggap bahwa risiko menjadi salah satu pertimbangan untuk menggunakan teknologi AI dan tingkat literasi digital dianggap menjadi salah satu unsur penting dalam penggunaan suatu teknologi.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Minat			
Penggunaan teknologi AI	0,714**-0,780**	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan	0,663**-0,819**	0,000	Valid
Persepsi Kegunaan	0,557**-0,894**	0,000	Valid
Persepsi Risiko	0,716**-0,819**	0,000	Valid
Persepsi Kepercayaan	0,690**-0,840**	0,000	Valid
Literasi Digital	0,603**-0,853**	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Dari tabel 4 dapat disimpulkan pernyataan pernyataan dalam kusioner dari variabel minat penggunaan teknologi AI, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan hasil uji yang menunjukkan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sehingga seluruh kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Alpha (α)	Keterangan
Minat	0,727	0,70	Reliabel
Penggunaan AI			
Persepsi Kemudahan	0,738	0,70	Reliabel
Persepsi Kegunaan	0,727	0,70	Reliabel
Persepsi Risiko	0,773	0,70	Reliabel
Persepsi Kepercayaan	0,788	0,70	Reliabel
Literasi Digital	0,734	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian menunjukkan reliabel. Hal ini dapat terlihat dari nilai *Cronbach alpha* dari variabel minat penggunaan teknologi AI, persepsi kemudahan,

persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital yang lebih besar dari batas alpha 0,70 sehingga seluruh pertanyaan mengenai variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Hasil
	B	Std. Error				
(Konstan)	24.368	.975		25.002	.000	
Persepsi Kemudahan	.142	.055	.165	2.609	.011	Diterima
Persepsi Kegunaan	-.584	.083	-.587	-7.022	.000	Ditolak
Persepsi Risiko	-.611	.031	-.879	-	.000	Diterima
Persepsi Kepercayaan	.136	.046	.181	2.950	.004	Diterima
Literasi Digital	.186	.080	.179	2.335	.022	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 6 membuktikan bahwa kelima variabel independen pada model penelitian ini memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi AI. Dari lima hipotesis yang dibentuk terdapat empat hipotesis yang diterima dan satu ditolak berdasarkan pengujian regresi linier berganda. Hipotesis yang menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan AI ditolak dikarenakan berdasarkan hasil pengujian hipotesis, persepsi kegunaan memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 ^a	.850	.842	.722

a. Predictors: (Constant), Literasi Digital, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan

Sumber: Data Primer Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,842 atau 84,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel minat penggunaan AI dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen dalam model penelitian ini sebesar 84,2%. Sementara itu, sisa 15,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 6, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI atau H1 diterima. Hal ini sejalan dengan Algerafi et al. (2023) yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat penggunaan teknologi AI. Penelitian yang dilakukan oleh Al-Adwan et al. (2023) juga memperkuat hasil dimana juga membuktikan adanya pengaruh secara positif persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan teknologi AI. Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting dalam penerimaan suatu teknologi yang baru. Persepsi ini mencerminkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi yang digunakan mudah untuk dipahami, dioperasikan dan dikendalikan tanpa mengalami kesulitan. Kemudahan dalam penggunaan teknologi AI mulai dari fitur-fitur yang ditawarkan ataupun kemudahan

dalam pengoperasian menjadi salah satu manfaat bagi pengguna sehingga pengguna teknologi AI dapat terbantu dalam melakukan pekerjaan yang dimiliki. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ menganggap bahwa teknologi AI mudah untuk digunakan dan tidak mengalami kesulitan dalam pengoperasiannya.

Dari tabel 6 dapat dibuktikan persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI atau H2 ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Shahzad et al. (2025) yang membuktikan adanya pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan teknologi AI. Berbeda dengan Al-Adwan et al. (2023) yang justru membuktikan persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi AI. Adanya manfaat yang diberikan dengan hadirnya teknologi AI seperti membantu dalam penyelesaian tugas kuliah ataupun peningkatan efisiensi kegiatan pembelajaran yang sangat berguna bagi mahasiswa. Namun hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI yang dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo merasa bahwa semakin bermanfaat teknologi AI akan mengurangi minat dalam penggunaannya. Hal ini dikarenakan oleh beberapa alasan salah satunya penggunaan fitur-fitur khusus yang terdapat pada teknologi AI tidak dapat diakses secara gratis atau berbayar sehingga pengguna harus berlangganan setiap bulan dengan harga yang cukup mahal sehingga terkendala ketika akan menggunakannya atau kerumitan dalam penggunaan teknologi AI sehingga menurunkan minat penggunaan walaupun mengetahui adanya manfaat dari penggunaan teknologi tersebut.

Dari tabel 6 dapat dibuktikan adanya pengaruh persepsi risiko dengan minat penggunaan teknologi AI secara negatif atau H3 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wu et al. (2022) dan Lai et al. (2025) yang sama-sama membuktikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI. Keamanan mengenai privasi dan data pribadi menjadi salah satu hal yang penting bagi pengguna dalam penggunaan sebuah teknologi. Selain itu dalam lingkup perkuliahan risiko akan adanya hukuman ataupun sanksi dikarenakan kesalahan penggunaan dalam teknologi AI seperti melakukan kecurangan menjadi faktor pertimbangan dalam menggunakan teknologi AI. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan teknologi AI artinya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo akan berminat untuk menggunakan teknologi AI apabila dirasa teknologi AI yang digunakan memiliki risiko yang kecil atau tidak berisiko sama sekali. Risiko menjadi hal yang dipertimbangkan sebelum menggunakan teknologi AI. Semakin tinggi risiko akan berdampak pada minat penggunaan teknologi yang semakin menurun begitu sebaliknya. Dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo menganggap bahwa teknologi AI memiliki tingkat risiko yang rendah.

Dari tabel 6 persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI atau H4 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lai et al. (2025) dan Wang & Chen (2025) yang juga membuktikan hasil bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI. Keandalan dan keakuratan informasi yang diberikan oleh AI dapat menjadi salah satu faktor yang akan menimbulkan kepercayaan bagi pengguna ketika menggunakan teknologi AI. Apabila pengguna merasa bahwa hasil yang diberikan AI tidak dapat dipercaya, maka pengguna akan memilih untuk tidak menggunakan teknologi AI karena tidak merasakan adanya manfaat yang diberikan ketika menggunakannya. Dari hasil penelitian ini yang membuktikan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI dapat diartikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo memiliki kepercayaan terhadap teknologi AI di mana dengan menggunakan teknologi AI dapat membantu dalam kegiatan pembelajaran. Selain itu keandalan dan keakuratan informasi yang diberikan AI menjadi salah satu alasan kepercayaan mahasiswa terhadap teknologi AI.

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI atau H5 diterima. Hasil ini didukung oleh penelitian Quraishi et al. (2025) dan

Hwang et al. (2023) yang juga membuktikan bahwa adanya pengaruh positif antara literasi digital dengan minat penggunaan teknologi AI. Literasi digital menjadi salah satu komponen penting dalam minat terhadap penggunaan suatu teknologi. Literasi digital yang mencakup keterampilan untuk mengoperasikan suatu teknologi dan kemampuan berpikir kritis memegang peranan dalam minat tidaknya pengguna dalam menggunakan suatu teknologi tidak terkecuali AI. Pengguna yang memiliki keterampilan akan memanfaatkan teknologi AI untuk membawa pengaruh positif dalam pekerjaan pengguna. Dari hasil penelitian yang dilakukan, membuktikan literasi digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi AI yang artinya semakin tinggi tingkat literasi digital mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo akan berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi AI. Hal ini dapat disebabkan karena keterampilan yang dimiliki mahasiswa akan digunakan sebaik-baiknya untuk memanfaatkan teknologi AI dalam membantu kegiatan pembelajaran.

4. KESIMPULAN

Teknologi Artificial Intelligence (AI) semakin berkembang pesat dan telah menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pendidikan. Di kalangan mahasiswa, AI menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses cepat ke informasi, peningkatan efisiensi dalam menyelesaikan tugas, hingga dukungan dalam proses pembelajaran. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan teknologi AI seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan literasi digital. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan literasi digital berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Wonosobo dalam menggunakan teknologi AI. Kemudahan penggunaan teknologi AI meningkatkan minat, sementara kepercayaan terhadap keandalan dan akurasi informasi yang diberikan teknologi AI juga menjadi faktor pendorong. Literasi digital yang tinggi turut memperkuat minat mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi ini. Namun, persepsi kegunaan berpengaruh negatif terhadap minat, hal ini disebabkan manfaat yang ditawarkan sering kali terhambat oleh akses berbayar dan kerumitan penggunaannya. Selain itu, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif, di mana semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat mahasiswa untuk menggunakan teknologi AI. Secara praktis, temuan ini memberikan masukan penting bagi pihak kampus, dosen, maupun pengembang teknologi untuk menyederhanakan antarmuka dan sistem operasi AI agar lebih mudah diakses oleh mahasiswa. Pihak universitas dapat mengintegrasikan literasi digital ke dalam kurikulum melalui pelatihan, workshop, atau mata kuliah tambahan agar kemampuan mahasiswa dalam mengelola dan menggunakan teknologi AI semakin meningkat. Selain itu, penyedia layanan AI perlu mempertimbangkan opsi akses gratis atau bersubsidi untuk lingkungan pendidikan guna mengurangi hambatan biaya dan mendorong pemanfaatan teknologi ini secara lebih luas di kalangan mahasiswa.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an

6. REFERENSI

- Al-Abdullatif, A. M. (2023). Modeling Students' Perceptions of Chatbots in Learning: Integrating Technology Acceptance with the Value-Based Adoption Model. *Education Sciences*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/educsci13111151>
- Al-Adwan, A. S., Li, N., Al-Adwan, A., Abbasi, G. A., Albelbisi, N. A., & Habibi, A. (2023). "Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to Predict University Students' Intentions to Use Metaverse-Based Learning Platforms". *Education and Information Technologies*, 28(11), 15381–15413. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11816-3>



- Algerafi, M. A. M., Zhou, Y., Alfadda, H., & Wijaya, T. T. (2023). Understanding the Factors Influencing Higher Education Students' Intention to Adopt Artificial Intelligence-Based Robots. *IEEE Access*, 11, 99752–99764. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3314499>
- Alzoubi, H. M. (2025). Factors affecting ChatGPT use in education employing TAM: A Jordanian universities' perspective. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1599–1606.
- Anna Fleck. (2025, September 23). *Who's (Not) Excited About AI*. <https://www.statista.com/chart/33118/respondents-excited-about-ai-in-daily-life/>.
- Börekci, C., & Çelik, Ö. (2025). Exploring The Role of Digital Literacy in University Students' Engagement with AI through the Technology Acceptance Model. *Sakarya University Journal of Education*, 14(Special Issue-AI in Education), 228–249. <https://doi.org/10.19126/suje.1468866>
- Cai, Z., Liu, L., Chen, B., & Wang, Y. (2021). *Artificial Intelligence: From Beginning to Date*. World Scientific.
- Chen, L., Chen, P., & Lin, Z. (2020). Artificial Intelligence in Education: A Review. *IEEE Access*, 8, 75264–75278. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510>
- 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>
- Eriana, E. S., & Zein, A. (2023). *Artificial Intelligence (AI)*.
- Ester Lince Napitulu. (2025, July 12). *Perguruan Tinggi Perkuat Pemanfaatan dan Etika Kecerdasan Buatan*. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2025/07/12/ Perguruan-Tinggi-Perkuat-Pemanfaatan-Dan-Etika-Kecerdasan-Buatan>.
- Hinojo-Lucena, F.-J., Aznar-Díaz, I., Cáceres-Reche, M.-P., & Romero-Rodríguez, J.-M. (2019). Artificial Intelligence in Higher Education: A Bibliometric Study on its Impact in the Scientific Literature. *Education Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.3390/educsci9010051>
- Hwang, H. S., Zhu, L. C., & Cui, Q. (2023). Development and validation of a digital literacy scale in the artificial intelligence era for college students. *KSII Transactions on Internet and Information Systems (TIIS)*, 17(8), 2241–2258.
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Lai, C. Y., Cheung, K. Y., Chan, C. S., & Law, K. K. (2025). Integrating the adapted UTAUT model with moral obligation, trust and perceived risk to predict ChatGPT adoption for assessment support: A survey with students. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6, 100246. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100246>
- Naditya Linggasari. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Dompot Elektronik dalam Transaksi Keuangan*.
- Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. (2022). Workplace literacy skills—how information and digital literacy affect adoption of digital technology. *Journal of Documentation*, 78(7), 371–391. <https://doi.org/10.1108/JD-12-2021-0241>
- Quraishi, T., ULUSI, H., MUHID, A., HAKIMI, M., & OLUSI, M. R. (2025). Empowering students through digital literacy: A case study of successful integration in a higher education curriculum. *Journal of Digital Learning and Distance Education*, 2(9), 667–681.
- Roy, R., Babakerkhell, M. D., Mukherjee, S., Pal, D., & Funilkul, S. (2022). Evaluating the Intention for the Adoption of Artificial Intelligence-Based Robots in the University to Educate the Students. *IEEE Access*, 10, 125666–125678. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3225555>
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(05).

- Sallam, M., Elsayed, W., Al-Shorbagy, M., Barakat, M., El Khatib, S., Ghach, W., Alwan, N., Hallit, S., & Malaeb, D. (2025). ChatGPT usage and attitudes are driven by perceptions of usefulness, ease of use, risks, and psycho-social impact: a study among university students in the UAE. *Frontiers in Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1414758>
- Sánchez-Prieto, J. C., Cruz-Benito, J., Therón Sánchez, R., & García-Peñalvo, F. J. (2020). Assessed by Machines: Development of a TAM-Based Tool to Measure AI-based Assessment Acceptance Among Students. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 6. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2020.11.009>
- Shahzad, M. F., Xu, S., & Javed, I. (2025). ChatGPT awareness, acceptance, and adoption in higher education: the role of trust as a cornerstone. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 46. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00478-x>
- Shin, D. (2021). The effects of explainability and causability on perception, trust, and acceptance: Implications for explainable AI. *International Journal of Human-Computer Studies*, 146, 102551. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
- Turing, A. M. (1950). I.—Computing Machinery And Intelligence. *Mind*, LIX(236), 433–460. <https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>
- Ulfah, N. M., Mutmainah, K., & Romandhon, R. (2022). Minat Penggunaan Mobile Banking Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 2(3), 110–128.
- Wang, S.-F., & Chen, C.-C. (2025). Exploring Designer Trust in Artificial Intelligence-Generated Content: TAM/TPB Model Study. *Applied Sciences*, 14(16). <https://doi.org/10.3390/app14166902>
- Wu, W., Zhang, B., Li, S., & Liu, H. (2022). Exploring Factors of the Willingness to Accept AI-Assisted Learning Environments: An Empirical Investigation Based on the UTAUT Model and Perceived Risk Theory. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.870777>