

Faktor Adopsi Microsoft Teams Sebagai Teknologi Kolaborasi Pada Perusahaan Dengan Modifikasi UTAUT2

Ade Lido Tanizar¹, Anderes Gui^{1,2*}

¹BINUS Graduate Program, Master of Information Systems Management, Bina Nusantara University, Jakarta, 11480, Indonesia

²Information Systems Study Program, Bina Nusantara University, Jakarta, 11480, Indonesia
ade.tanizar@binus.ac.id, *anderesgui@binus.ac.id

Informasi Artikel

Diterima : 12 Sep 2023
Direview : 21 Sep 2023
Disetujui : 28 Okt 2023

Kata Kunci

UTAUT2, Microsoft Teams,
perceived value,
perusahaan, adopsi
teknologi

Abstrak

Beberapa perusahaan di Indonesia telah melakukan adopsi Microsoft Teams untuk mendukung kegiatan berkolaborasi di perusahaan. Adopsi ini dilakukan sebagai langkah adaptasi selama masa pandemi Covid-19, serta selanjutnya mendukung skema *hybrid-working arrangement* yang diadopsi beberapa perusahaan pasca berakhirnya masa pandemi. Studi ini melakukan identifikasi atas faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi kolaborasi yang digunakan di perusahaan, dengan pendekatan UTAUT2 yang diadopsi dengan melakukan modifikasi dengan menambahkan konstruk *perceived value*. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan sebagian besar konstruk UTAUT2 dapat menjelaskan penerimaan adopsi teknologi kolaborasi, termasuk *perceived value*. Pada penelitian ini, *Effort Expectancy* ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada adopsi Microsoft Teams di perusahaan.

Keywords

UTAUT2, Microsoft Teams,
Perceived Value, Enterprise,
Technology Acceptance

Abstract

Several companies in Indonesia had already adopted Microsoft Teams as application to support collaboration works, to keep the business running well during Covid-19 pandemic. After the pandemic era is already over, this initiative also benefits the company to support hybrid-working arrangement scheme, in which employee may work from anywhere which arranged by company's policy. This study will identify acceptance factors of collaborative technology using UTAUT2 in an enterprise environment. This study also proposes to modify UTAUT2 variable by using *perceived value* construct to replace price value. The result from this study shows that most of UTAUT2 concepts can explain acceptance factor of Microsoft Teams, including *perceived value*. In this study *Effort Expectancy* was found to not significantly affect adoption of Microsoft Teams.

A. Pendahuluan

Pandemi COVID-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 membuat terjadinya pergeseran tren bekerja, di mana sebelumnya kegiatan kolaborasi dilakukan dengan metode tatap muka atau konferensi berubah menjadi melalui media *online* [1]. Hal tersebut memaksa perusahaan agar dapat beradaptasi dengan kondisi baru (*new normal*). Perusahaan beradaptasi atas kondisi ini dengan melakukan adopsi *collaborative suite* seperti Microsoft Teams, Cisco Webex, Slack, dan Zoom sebagai media komunikasi dan kolaborasi untuk mendukung aktivitas pekerjaan di perusahaan.

Microsoft Teams telah diimplementasikan oleh beberapa perusahaan di Indonesia seperti Pertamina [2], Bank BTPN [3], Bank Mandiri [4], dan Bursa Efek Indonesia [5] sebagai respons atas kondisi pandemi COVID-19. Hal ini dilakukan untuk memastikan keberlangsungan bisnis dan operasional perusahaan tetap berjalan dengan baik meskipun dalam kondisi pandemi [5]. Adopsi Microsoft Teams juga mendukung kondisi pasca pandemi, dimana beberapa perusahaan memberikan opsi kerja dengan skema *hybrid-working arrangement* (HWA). Pada skema ini, karyawan dapat bekerja dari kantor maupun dari rumah, sesuai dengan pengaturan dan jadwal yang ditetapkan oleh perusahaan [3].

Meskipun Microsoft Teams memiliki berbagai fitur pendukung kolaborasi dan komunikasi bagi perusahaan, dan terintegrasi dengan erat pada ekosistem Microsoft seperti Microsoft Office dan Microsoft 365 [6], jumlah Microsoft Teams masih kalah jika dibandingkan dengan aplikasi sejenis. Berdasarkan riset penggunaan aplikasi *video conference* di Indonesia pada tahun 2022, *market share* Microsoft Teams masih berada di posisi ketiga (5,50%), di bawah Google Meets (49,96%) dan Zoom (40,63%) [7]. Selain itu, data dari DailySocial juga menunjukkan beberapa perusahaan startup di Indonesia juga tidak menggunakan Microsoft Teams dalam aktivitas kolaborasi, dan lebih memilih alternatif seperti Slack, WhatsApp, dan Zoom [8].

Permodelan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pengembangan dari model *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh [9]. Pada model UTAUT2 terdapat tujuh determinan utama dalam penerimaan adopsi teknologi, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* yang merupakan konstruk asli UTAUT. Lalu, terdapat faktor *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* yang merupakan konstruk baru pada UTAUT2. Permodelan UTAUT2 dapat memberikan konteks faktor yang lebih sesuai pada lingkungan *enterprise*, karena selain mempertimbangkan sudut pandang penerimaan teknologi dari individu pengguna, UTAUT2 juga memasukkan sudut pandang organisasi dan lingkungan sosial sebagai faktor penerimaan dari suatu teknologi. [9]

Beberapa penelitian terkini telah melakukan analisa faktor penerimaan Microsoft Teams menggunakan pendekatan TAM oleh Pal [10], Al Enezi [6] dan Keerio [11] pada lingkungan pendidikan. Selanjutnya, model UTAUT dan UTAUT2 juga telah diterapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Norman [1], Narayan [12], dan Zhang [13]. Mayoritas penelitian penerimaan adopsi Microsoft Teams di atas dilakukan pada lingkungan pendidikan sebagai pendukung aktivitas *e-learning*. Studi yang berfokus pada adopsi Microsoft Teams pada lingkungan perusahaan /

enterprise masih minim. Dengan demikian, diperlukan analisa faktor penerimaan dan penggunaan Microsoft Teams dalam mendukung kolaborasi yang digunakan pada lingkup perusahaan.

Tamilmani [14] dalam penelitiannya menemukan bahwa beberapa peneliti tidak memasukkan variabel *price value* dalam penelitian yang berbasis model UTAUT2, tanpa memberikan penjelasan terkait hal tersebut. Pada penelitian ini, subjek penelitian akan melihat adopsi Microsoft Teams di perusahaan, dimana umumnya pengguna tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menggunakan aplikasi yang diadopsi oleh perusahaan [15] sehingga variabel *price value* menjadi kurang relevan. Dalam menghadapi situasi ini, studi ini mengusulkan variabel *perceived value* untuk melengkapi model UTAUT2.

Konstruk *perceived value* akan memperhatikan aspek *benefit* yang diterima oleh pengguna dibandingkan dengan usaha yang diperlukan untuk menggunakan teknologi, sehingga relevan dengan kondisi adopsi teknologi di perusahaan yang tidak mengeluarkan biaya. Hal ini juga didukung oleh penelitian Lu [16] dan Hameed [17] yang menunjukkan *perceived value* berpengaruh pada intensi pengguna dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian, pada penelitian ini diusulkan untuk melakukan modifikasi dengan melakukan pergantian variabel *price value* menjadi *perceived value*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan evaluasi atas adopsi Microsoft Teams pada lingkungan perusahaan, melakukan validasi terhadap model penerimaan UTAUT2, melakukan validasi terhadap konstruk *perceived value*, serta memberikan masukan bagi perusahaan dalam melakukan adopsi teknologi kolaborasi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif untuk mengukur faktor penerimaan teknologi Microsoft menggunakan model UTAUT2 yang dimodifikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner *online* yang ditargetkan kepada para pekerja dan karyawan di DKI Jakarta. Secara khusus, hanya pengguna yang pernah menggunakan Microsoft Teams yang akan diambil datanya.

Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan akan ditentukan dengan metode *inverse square root method* yang diusulkan oleh Kock & Hadaya [18]. Metode ini juga direkomendasikan oleh Heir [19] karena memberikan nilai minimal sampel yang optimal bagi penelitian yang menggunakan metode PLS-SEM. Menggunakan nilai statistik *power level* 80%, nilai referensi minimal *path coefficient* dari hasil penelitian UTAUT2 oleh Norman [1] dari yaitu 0,181, dan *significance level* 5% yang berarti *p value* < 0,05, maka diperoleh perhitungan berikut [20].

$$\begin{aligned} \text{Significance level} = 5\% : n_{\min} &> \left(\frac{2,486}{|P_{\min}|} \right)^2 \\ n_{\min} &> \left(\frac{2,486}{0,181} \right)^2 \\ n_{\min} &> (13,734)^2 \\ n &= 188,6 \approx 189 \end{aligned}$$

Dengan demikian, nilai minimal sampel untuk penelitian ini adalah 189 sampel. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner yang disampaikan kepada

responden menggunakan platform Google Forms, didapatkan 390 kuesioner valid yang selanjutnya akan diolah sebagai data pada penelitian.

Dalam penelitian ini, data akan diolah menggunakan metode *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) untuk mengukur validitas dan reliabilitas data, lalu dilanjutkan dengan metode *Bootstrapping* untuk menguji hipotesis dan model penelitian yang diusulkan [19]. *Software* yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS 4 [21].

Model penelitian pada studi ini dibuat dengan pendekatan pengembangan hipotesis menggunakan basis model UTAUT2. Pada penelitian ini, dilakukan modifikasi pada salah satu konstruk yaitu *price value* menjadi *perceived value*. Berikut adalah pengembangan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini.

1. **Performance Expectancy (PE)** didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja dan performa pengguna [9]. Adopsi teknologi diharapkan dapat meningkatkan produktivitas karyawan, sehingga berpengaruh terhadap intensi karyawan untuk menggunakan teknologi / *behavioral intention* (BI), sehingga diambil hipotesis berikut.
H1: PE berpengaruh positif terhadap BI.
2. **Effort Expectancy (EE)** didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi yang diadopsi mudah digunakan dan dipelajari [9]. Merujuk penelitian sebelumnya, kemudahan penggunaan sistem IT/IS dapat mempengaruhi intensi pengguna untuk melakukan adopsi teknologi, sehingga diambil hipotesis berikut.
H2: EE berpengaruh positif terhadap BI.
3. **Social Influence (SI)** mengukur seberapa besar pengaruh lingkungan sosial pengguna atas adopsi teknologi baru [9]. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh sosial berpengaruh terhadap adopsi teknologi, sehingga hipotesis berikut akan diambil.
H3: SI berpengaruh positif terhadap BI.
4. **Hedonic Motivation (HM)** dapat dijelaskan sebagai tingkat kesenangan dan kebanggaan dari pengguna terhadap adopsi teknologi baru [9]. Semakin tinggi tingkat kebanggaan dari pengguna, maka dapat meningkatkan intensi pengguna untuk mengadopsi teknologi, sehingga hipotesis berikut akan diambil.
H4: HM berpengaruh positif terhadap BI.
5. **Habit (HB)** merujuk pada bagaimana kebiasaan dan pengalaman dari pengguna dapat mempengaruhi adopsi teknologi [9]. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh *Habit* atas intensi pengguna untuk mengadopsi teknologi, serta berpengaruh terhadap penggunaan aktual atas teknologi / *User Behaviour* (UB). Dengan demikian, dilakukan penarikan hipotesis berikut.
H5a: HB berpengaruh positif terhadap BI.
H5b: HB berpengaruh positif terhadap UB.
6. **Facilitating Condition (FC)** merujuk pada tingkat kepercayaan user atas dukungan dari organisasi dan infrastruktur terkait dalam adopsi teknologi [9]. Faktor ini dapat mempengaruhi intensi user untuk mengadopsi

teknologi, serta berpengaruh terhadap penggunaan aktual teknologi. Dengan demikian, akan diambil hipotesis berikut.

H6a: HB berpengaruh positif terhadap BI.

H6b: HB berpengaruh positif terhadap UB.

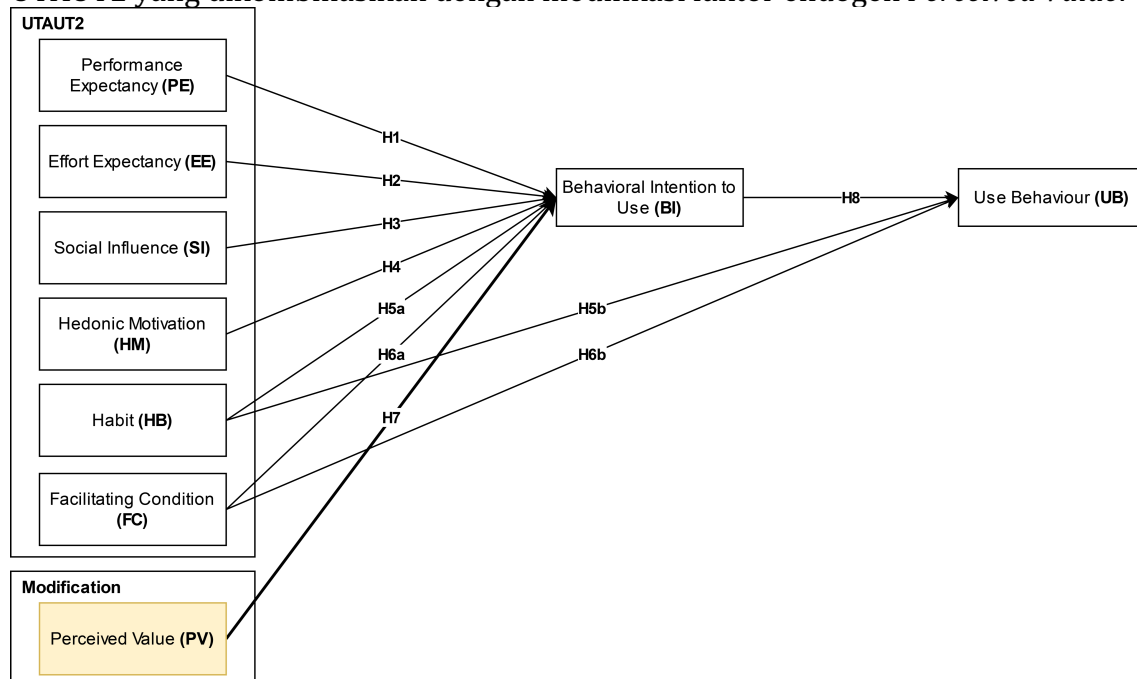
7. **Perceived Value (PV)** didefinisikan sebagai penilaian atas penggunaan teknologi, berdasarkan persepsi pengguna atas manfaat yang diberikan produk dibandingkan terhadap usaha mengadopsi produk tersebut [22]. Konstruk ini berfokus terhadap sudut pandang pengguna dalam melihat *effort* dan waktu yang dibutuhkan terhadap manfaat yang didapatkan, tanpa melihat sudut pandang biaya yang dikeluarkan. Penelitian Lu [16] dan Hameed [17] menunjukkan adanya pengaruh PV terhadap intensi pengguna dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian, maka diambil hipotesis berikut.

H7: HB berpengaruh positif terhadap BI.

8. **Behavioral Intention (BI)** dapat diartikan sebagai kemungkinan subjektif bahwa pengguna memiliki intensi dan komitmen untuk menggunakan suatu teknologi [9]. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh positif BI terhadap UB, sehingga penelitian ini mengambil hipotesis berikut.

H8: HB berpengaruh positif terhadap BI.

Berikut adalah model penelitian yang dikembangkan berdasarkan model UTAUT2 yang dikombinasikan dengan modifikasi faktor endogen *Perceived Value*.



Gambar 1. Model Penelitian UTAUT2 dengan modifikasi *Perceived Value*

C. Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini, profil demografis dapat dilihat pada Tabel 1. Responden merupakan pekerja di DKI Jakarta yang pernah menggunakan Microsoft Teams sebagai aplikasi untuk berkolaborasi saat bekerja. Mayoritas responden adalah laki-laki dengan persentase 58%, lalu responden perempuan memiliki persentase 42%.

Responden penelitian ini didominasi oleh generasi milenial (27-42 tahun) sebesar 47%, diikuti generasi Z dengan persentase 327%, lalu generasi X (43-58 tahun) sebanyak 19%, dan generasi *boomers* (di atas 58 tahun) sebanyak 7%. Sedangkan untuk pendidikan terakhir, didominasi oleh lulusan S1/D4 sederajat sebesar 58%, diikuti lulusan S2 sebanyak 26%, lalu Diploma (D1/D2/D3) atau dibawahnya sebanyak 12%, dan S3 atau sederajat sebanyak 4%.

Tabel 1. Karakteristik Sampel Responden

No	Karakteristik	Responden	Persentase
1	Gender		
	Laki-laki	226	58%
	Perempuan	164	42%
2	Usia		
	17-26 tahun	106	27%
	27-42 tahun	183	47%
	43-58 tahun	75	19%
	Di atas 58 tahun	26	7%
3	Tingkat pendidikan		
	Diploma (D1/D2/D3) atau dibawahnya	45	12%
	S1/D4 atau sederajat	227	58%
	S2 atau sederajat	102	26%
	S3 atau sederajat	16	4%

Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam melakukan pengolahan data dengan metode PLS-SEM, dibutuhkan analisis terhadap validitas dan reliabilitas atas data penelitian yang sudah diperoleh. Jika hasil analisis memenuhi seluruh kriteria yang ditentukan, maka data penelitian memenuhi tingkat kepercayaan yang baik, serta dapat digunakan untuk diolah lebih lanjut [20].

Kriteria untuk uji validitas yaitu nilai *outer loading* $\geq 0,708$ dan *Average Variance Extracted* (AVE) $\geq 0,5$ [19]. Lalu kriteria yang diambil untuk uji reliabilitas adalah nilai *composite reliability* (CR) dengan *range* nilai 0,6-0,7 termasuk “acceptable”, dan nilai 0,7-0,9 termasuk level dengan level “satisfactory to good” [19]. Pada hasil *assessment* model yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi seluruh kriteria validitas dan reliabilitas yang diprasyaratkan sesuai pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil pengukuran *assessment* data penelitian.

Variabel	Indikator Variabel	<i>Outer Loading</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	<i>AVE</i>
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,863	0,843	0,905	0,761
	PE2	0,859			
	PE3	0,894			
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,864	0,845	0,906	0,763
	EE2	0,887			
	EE3	0,870			
<i>Social Influence</i>	SI1	0,868	0,766	0,865	0,682
	SI2	0,829			
	SI3	0,778			

<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,898	0,868	0,919	0,791
	HM2	0,883			
	HM3	0,888			
<i>Habit</i>	HB1	0,816	0,828	0,897	0,745
	HB2	0,885			
	HB3	0,886			
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0,807	0,755	0,859	0,671
	FC2	0,845			
	FC3	0,805			
<i>Perceived Value</i>	PV1	0,85	0,83	0,898	0,747
	PV2	0,887			
	PV3	0,855			
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0,828	0,818	0,892	0,733
	BI2	0,864			
	BI3	0,876			
<i>Use Behavior</i>	UB1	0,857	0,802	0,883	0,716
	UB2	0,829			
	UB3	0,852			

Selanjutnya, dilakukan uji validitas diskriminan untuk memastikan variabel yang digunakan pada penelitian ini memenuhi syarat diskriminan, tidak ada variabel yang *redundant* maupun *overlap*. Pengujian ini dilakukan dengan metode matriks *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), dimana data penelitian dianggap memenuhi validitas diskriminan jika nilai HTMT $\leq 0,90$ [19]. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3, disimpulkan semua variabel penelitian memenuhi syarat validitas diskriminan dan dapat dipergunakan untuk analisa selanjutnya.

Tabel 3. Hasil pengukuran rasio HTMT

	<i>BI</i>	<i>EE</i>	<i>FC</i>	<i>HB</i>	<i>HM</i>	<i>PE</i>	<i>PV</i>	<i>SI</i>
BI								
EE	0,506							
FC	0,659	0,580						
HB	0,848	0,632	0,601					
HM	0,756	0,531	0,485	0,784				
PE	0,673	0,533	0,612	0,657	0,613			
PV	0,835	0,549	0,631	0,834	0,794	0,600		
SI	0,756	0,578	0,610	0,767	0,699	0,552	0,724	
UB	0,869	0,535	0,704	0,732	0,572	0,612	0,702	0,698

Analisis Evaluasi Model Penelitian

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* dari SmartPLS 4 [21], dimana nilai *p value* $\leq 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antar variabel adalah signifikan [19]. Selanjutnya, dilakukan juga pengecekan nilai T statistik dengan kriteria $\geq 1,96$ untuk menyatakan hubungan antar variabel adalah signifikan.

Tabel 4. Hasil perhitungan uji hipotesis

<i>Path</i>	Hipotesis	<i>Path coefficient</i>	T statistik	<i>P values</i>	Hasil Hipotesis
PE -> BI	H1	0,134	2,624	0,004	Diterima
EE -> BI	H2	-0,071	1,706	0,044	Ditolak
SI -> BI	H3	0,143	2,683	0,004	Diterima
HM -> BI	H4	0,128	2,212	0,013	Diterima
HB -> BI	H5a	0,124	2,836	0,002	Diterima
HB -> UB	H5b	0,225	4,562	0,000	Diterima
FC -> BI	H6a	0,268	4,873	0,000	Diterima
FC -> UB	H6b	0,148	2,691	0,004	Diterima
PV -> BI	H7	0,238	4,241	0,000	Diterima
BI -> UB	H8	0,487	8,373	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4, sebagian besar hipotesis yang telah diajukan dalam model penelitian ini dapat diterima. Hipotesis H1 dimana PE berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,134, T statistik $2,624 \geq 1,96$, dan *p value* $0,004 \leq 0,05$. Peningkatan *performance expectancy* pada penelitian dapat meningkatkan intensi pengguna untuk menggunakan Microsoft Teams.

Selanjutnya, Hipotesis H2 dimana EE berpengaruh positif terhadap BI ditolak, dengan nilai *path coefficient* -0,071, T statistik 1,706 lebih kecil dari ketentuan $\geq 1,96$, dan *p value* $0,044 \leq 0,05$. Peningkatan *Effort Expectancy* dalam penelitian ini tidak mempengaruhi intensi pengguna untuk menggunakan Microsoft Teams. Berdasarkan beberapa penelitian, hal ini dapat dijelaskan karena umumnya kebijakan adopsi teknologi sudah ditentukan oleh perusahaan, terlepas dari besarnya *effort* yang dibutuhkan karyawan dalam penggunaan teknologi tersebut [23]. Hal ini juga dapat menjelaskan bahwa terdapat gap *Effort Expectancy* yang dimiliki Microsoft Teams dibandingkan dengan aplikasi kolaborasi sejenis seperti Zoom dan Slack, dimana tingkat kemudahan Microsoft Teams masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan intensi pengguna dan perusahaan dalam mengadopsi Microsoft Teams.

Kemudian, Hipotesis H3 dimana SI berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,143, T statistik $2,683 \geq 1,96$, dan *p value* $0,004 \leq 0,05$. Semakin tinggi *social influence* dapat meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams.

Hipotesis H4 dimana HM berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,128, T statistik $2,212 \geq 1,96$, dan *p value* $0,013 \leq 0,05$. Dengan meningkatnya *Hedonic Motivation* pengguna, dapat meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams.

Selanjutnya, Hipotesis H5a dimana HB berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,124, T statistik $2,836 \geq 1,96$, dan *p value* $0,002 \leq 0,05$. Hipotesis H5b dimana HB berpengaruh positif terhadap UB juga diterima dalam penelitian ini, dengan nilai *path coefficient* 0,225, T statistik $4,562 \geq 1,96$, dan *p value* $0,000 \leq 0,05$. Dengan demikian, semakin sering pengguna membiasakan diri berkolaborasi dengan Microsoft Teams, dapat meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams, serta meningkatkan penggunaan aktual atas Microsoft Teams.

Hipotesis H6a yaitu FC berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,268, T statistik $4,873 \geq 1,96$, dan p value $0,000 \leq 0,05$. Hipotesis H6b dimana FC berpengaruh positif terhadap UB juga diterima pada penelitian ini, dengan nilai *path coefficient* 0,148, T statistik $2,691 \geq 1,96$, dan p value $0,004 \leq 0,05$. Maka, semakin baik fasilitas pendukung yang diberikan bagi pengguna akan meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams, serta meningkatkan penggunaan aktual atas Microsoft Teams.

Hipotesis H7 dimana PV berpengaruh positif terhadap BI diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,238, T statistik $4,241 \geq 1,96$, dan p value $0,000 \leq 0,05$. Dengan meningkatnya nilai *perceived value* yang dirasakan pengguna atas penggunaan teknologi, dapat meningkatkan intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams. Hal ini juga menunjukkan *perceived value* dapat digunakan sebagai konstruk yang melengkapi model penelitian UTAUT2, jika penggunaan teknologi yang di adopsi tidak terdapat kebutuhan biaya / gratis dalam menggunakannya.

Hipotesis H8 yaitu BI berpengaruh positif terhadap UB diterima, dengan nilai *path coefficient* 0,487, T statistik $8,373 \geq 1,96$, dan p value $0,000 \leq 0,05$. Dengan meningkatnya intensi pengguna dalam menggunakan Microsoft Teams, secara positif akan mempengaruhi penggunaan aktual Microsoft Teams sebagai media berkolaborasi dalam pekerjaan.

D. Simpulan

Penelitian ini berfokus pada analisa faktor adopsi Microsoft Teams di perusahaan dengan menggunakan model UTAUT2 yang dimodifikasi, dengan menggunakan variabel *perceived value* untuk menggantikan *price value*. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar konstruk pembentuk UTAUT2 dapat menjelaskan penerimaan intensi pengguna dan penggunaan aktual atas Microsoft Teams. *Effort Expectancy* ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan teknologi Microsoft Teams. Hal ini dapat menjadi masukan bagi Microsoft untuk terus berinovasi agar kemudahan penggunaan Microsoft Teams dapat terus ditingkatkan. Kemudian, variabel *perceived value* secara positif juga berpengaruh terhadap intensi pengguna untuk menggunakan Microsoft Teams dalam kolaborasi.

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan melakukan analisa pada kondisi dan lingkungan yang berbeda, menambahkan konstruk yang relevan dengan kondisi riset pada model UTAUT2, dan melakukan studi kualitatif untuk mendukung konstruk yang telah diusulkan.

E. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat dijalankan dengan baik dengan bantuan dan dukungan dari BINUS Graduate Program, jurusan Magister Manajemen Sistem Informasi.

F. Referensi

- [1] N. Rudhumbu, "Applying the UTAUT2 to predict the acceptance of blended learning by university students," *Asian Assoc. Open Univ. J.*, vol. 17, no. 1, pp. 15–36, 2022, doi: 10.1108/AAOUJ-08-2021-0084.
- [2] Microsoft Indonesia, "Pertamina offers online interfaith prayers during COVID-19 using Microsoft Teams," 2020. <https://news.microsoft.com/id->

- id/2020/05/14/maintaining-company-cohesion-with-online-interfaith-prayers-during-covid-19/ (accessed Aug. 16, 2023).
- [3] Microsoft Indonesia, "Microsoft Empowers Bank BTPN in Creating a Safe and Collaborative Work System in the Hybrid Era," 2022. <https://news.microsoft.com/id-id/2022/11/23/microsoft-supports-bank-btpn-in-creating-a-safe-and-collaborative-work-system-in-the-hybrid-era/> (accessed Aug. 16, 2023).
- [4] Microsoft Indonesia, "Bank Mandiri to Optimize Processes and Performance with Cloud and Artificial Intelligence from Microsoft," 2020. <https://news.microsoft.com/id-id/2020/03/09/bank-mandiri-to-optimize-processes-and-performance-with-cloud-and-artificial-intelligence-from-microsoft/> (accessed Aug. 16, 2023).
- [5] Bursa Efek Indonesia, "Digital Capabilities To Advance Further: Annual Report Bursa Efek Indonesia Tahun 2020," 2020.
- [6] D. F. Al Enezi, A. A. Al Fadley, and E. G. Al Enezi, "Exploring the Attitudes of Instructors Toward Microsoft Teams Using the Technology Acceptance Model," *Int. Educ. Stud.*, vol. 15, no. 1, p. 123, 2022, doi: 10.5539/ies.v15n1p123.
- [7] Robert and Inka, "The Most Popular Video Call Conferencing Platforms Worldwide," 2023. <https://www.emailtooltester.com/en/blog/video-conferencing-market-share/> (accessed Aug. 13, 2023).
- [8] Y. Yusra, "The Adoption of Enterprise Communication Platform in Startup," *DailySocial*, 2020. <https://dailysocial.id/post/the-adoption-of-enterprise-communication-platform-in-startup> (accessed Aug. 16, 2023).
- [9] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology," *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012, doi: 10.2307/41410412.
- [10] D. Pal and V. Vanijja, "Perceived usability evaluation of Microsoft Teams as an online learning platform during COVID-19 using system usability scale and technology acceptance model in India," *Child. Youth Serv. Rev.*, vol. 119, no. July, 2020, doi: 10.1016/j.childyouth.2020.105535.
- [11] M. U. Keerio, M. S. B. Bajwa, N. H. Mugheri, R. H. Memon, M. A. Bhayo, and K. A. Samo, "Evaluating Students' Perceptions of Microsoft Teams for Online Academics Improvement," *Pakistan J. Eng. Technol.*, vol. 5, no. 1, pp. 56–67, 2022, doi: 10.51846/vol5iss1pp56-67.
- [12] J. Narayan and S. Naidu, "A new contextual and comprehensive application of the UTAUT2 model post-COVID-19 pandemic in higher education," *High. Educ. Q.*, no. April, pp. 1–31, 2023, doi: 10.1111/hequ.12441.
- [13] Y. B. Zhang, L. L. Zhang, and H. K. Kim, "The effect of UTAUT2 on use intention and use behavior in online learning platform," *J. Logist. Informatics Serv. Sci.*, vol. 8, no. 1, pp. 67–81, 2021, doi: 10.33168/LISS.2021.0105.
- [14] K. Tamilmani, N. P. Rana, Y. K. Dwivedi, G. P. Sahu, and S. Roderick, "Exploring the role of 'price value' for understanding consumer adoption of technology: A review and meta-analysis of UTAUT2 based empirical studies," *Proc. 22nd Pacific Asia Conf. Inf. Syst. - Oppor. Challenges Digit. Soc. Are We Ready?, PACIS 2018*, 2018.

-
- [15] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead," *J. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 17, no. 5, pp. 328–376, 2016, doi: 10.17705/1jais.00428.
 - [16] K. Lu and X. Wang, "Analysis of Perceived Value and Travelers' Behavioral Intention to Adopt Ride-Hailing Services: Case of Nanjing, China," *J. Adv. Transp.*, vol. 2020, 2020, doi: 10.1155/2020/4380610.
 - [17] F. Hameed, A. Qayyum, and F. A. Khan, *A new trend of learning and teaching: Behavioral intention towards mobile learning*, no. 0123456789. Springer Berlin Heidelberg, 2022. doi: 10.1007/s40692-022-00252-w.
 - [18] N. Kock and P. Hadaya, "Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods," *Inf. Syst. J.*, vol. 28, no. 1, pp. 227–261, 2018, doi: 10.1111/isj.12131.
 - [19] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, and C. M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM," *Eur. Bus. Rev.*, vol. 31, no. 1, pp. 2–24, 2019, doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203.
 - [20] J. F. Hair, G. T. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt*. 2017.
 - [21] C. M. Ringle, S. Wende, and J.-M. Becker, "SmartPLS 4." Oststeinbek: SmartPLS, 2022.
 - [22] V. A. Zeithaml, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence," *J. Mark.*, vol. 52, no. 3, pp. 2–22, 1988.
 - [23] M. Blut, A. Y. L. Chong, Z. Tsigana, and V. Venkatesh, "Meta-Analysis of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Challenging its Validity and Charting a Research Agenda in the Red Ocean," *J. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 23, no. 1, pp. 13–95, 2022, doi: 10.17705/1jais.00719.