

**HUBUNGAN PERFORMANCE EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, DAN TRUST  
TERHADAP INTENTION TO USE PADA WAJIB PAJAK PENGGUNA APLIKASI  
HEBAT DI KOTA SEMARANG**

**Muthia Fakhira T, Retna Hanani**

**Program Studi S1 Administrasi Publik,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro  
Jalan Prof.Soedarto, S.H., Tembalang, Kota Semarang, Kotak Pos 1269  
Telepon (024) 7465407, Faksimile (024) 7465405  
Laman: [www.fisip.undip.ac.id](http://www.fisip.undip.ac.id)  
Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

---

***ABSTRACT***

*Regional autonomy gives local governments the authority to manage local own-source revenue, including Land and Building Tax (PBB) as a strategic source of revenue. However, PBB revenue realization in Indonesia, particularly in the city of Semarang, has not reached its target, with a significant decline from 101.53% to 68.77% in 2025. This condition has prompted the government to launch the Hebat Application as a digital innovation to facilitate online access, services, and PBB payments. However, the adoption rate of the application is still low due to suboptimal system performance, minimal socialization, and low user trust. This study aims to analyze the relationship between Performance Expectancy (X1), Social Influence (X2), and Trust (X3) on the Intention to Use (Y) the Hebat Application using the Meta-UTAUT model. This study uses an explanatory quantitative approach with purposive sampling techniques on 100 application users. Data were collected through questionnaires and processed using the SPSS 26 application. The analysis was conducted through validity and reliability tests, descriptive analysis, chi-square tests, logistic regression, and Nagelkerke R<sup>2</sup> determination coefficient. The results show that Performance Expectancy has a positive and significant relationship with Intention to Use with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination of 65.5%. Social Influence has a positive and significant relationship with a value of 0.039 and a coefficient of determination of 51.4%. The Trust variable shows a significant relationship with a value of 0.010 and a coefficient of determination of 68.1%. Simultaneously, the three variables have a significant effect on Intention to Use with a Chi-Square value of 93.318 and a significance of 0.000. The Nagelkerke R<sup>2</sup> value of 0.814 indicates that the three independent variables are able to explain 81.4% of the variation in Intention to Use the Hebat Application.*

**Keywords:** *Performance Expectancy, Social Influence, Trust, Intention to use, Hebat Application*

## ABSTRAK

Otonomi daerah memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengelola Pendapatan Asli Daerah, termasuk Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebagai sumber penerimaan strategis. Namun, realisasi penerimaan PBB di Indonesia khususnya Kota Semarang belum mencapai target, dengan penurunan signifikan dari 101,53% menjadi 68,77% pada tahun 2025. Kondisi ini mendorong pemerintah meluncurkan Aplikasi Hebat sebagai inovasi digital untuk mempermudah akses, pelayanan, dan pembayaran PBB secara daring. Meskipun demikian, tingkat adopsi aplikasi masih rendah akibat kinerja sistem yang belum optimal, minimnya sosialisasi, dan rendahnya kepercayaan pengguna. Studi ini bermaksud menganalisis hubungan *Performance Expectancy* (X1), *Social Influence* (X2), dan *Trust* (X3) terhadap *Intention to Use* (Y) Aplikasi Hebat menggunakan model Meta-UTAUT. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden pengguna aplikasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 26. Analisis dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, uji *chi-square*, regresi logistik, serta koefisien determinasi Nagelkerke  $R^2$ . Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya *Performance Expectancy* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi senilai 65,5%. *Social Influence* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan nilai 0,039 dan koefisien determinasi senilai 51,4%. Variabel *Trust* memperlihatkan hubungan signifikan dengan nilai 0,010 dan koefisien determinasi senilai 68,1%. Secara simultan, ketiga variabel berdampak signifikan terhadap *Intention to Use* dengan nilai Chi-Square 93,318 dan signifikansi 0,000. Nilai Nagelkerke  $R^2$  senilai 0,814 memperlihatkan bahwasanya ketiga variabel independen mampu menjelaskan 81,4% variasi *Intention to Use* Aplikasi Hebat.

**Kata Kunci:** *Performance Expectancy, Social Influence, Trust, Intention to use, Aplikasi Hebat*

## PENDAHULUAN

Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan fiskal daerah maupun nasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir realisasi penerimaan PBB menunjukkan tren penurunan yang signifikan. Di Kota Semarang, realisasi penerimaan PBB pada periode 2023–2025 mengalami penurunan tajam, dari 101,53% pada tahun 2023 menjadi 82,77% pada tahun 2024, dan kembali merosot hingga 68,77% pada tahun 2025.

**Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Kota Semarang 2023-2025**

Tabun	Target	Realisasi	Selisih	%
2023	619.000.000.000	628.000.000.000	-	101,53
2024	702.000.000.000	581.000.000.000	121.000.000.000	82,77
2025	706.600.000.000	484.539.504.889	220.060.495.111	68,77

*Sumber: bapenda.semarangkota.go.id (2025), halosemarang.id (2024), semarangkota.bps.go.id (2024), kabarku.net (2023)*

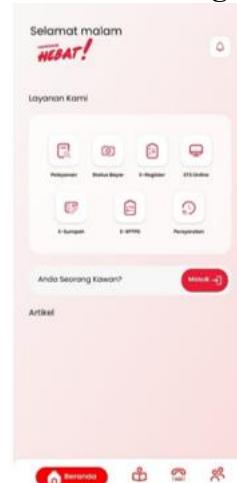
Kesenjangan antara target dan realisasi tersebut mengindikasikan belum optimalnya pengelolaan dan pemungutan PBB, yang berpotensi berdampak pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta stabilitas keuangan daerah.

PBB terbagi atas PBB-P2 yang dikelola oleh pemerintah kabupaten/kota dan PBB-P5 yang berada di bawah kewenangan pemerintah pusat. Kota Semarang, sebagai daerah dengan

pertumbuhan ekonomi yang pesat dan didukung oleh sektor pariwisata, perdagangan, serta jasa, memiliki potensi besar dalam optimalisasi PBB-P2. Oleh karena itu, pengelolaan PBB-P2 secara efektif menjadi kunci dalam mendukung pembangunan daerah dan mewujudkan tata kelola keuangan daerah yang berkelanjutan.

Sebagai upaya meningkatkan efektivitas pelayanan dan penerimaan PBB, Pemerintah Kota Semarang mengembangkan Aplikasi Hebat sebagai layanan pajak daerah berbasis digital. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan PBB secara daring, mulai dari informasi ketetapan pajak, pemantauan status pembayaran, hingga pembayaran pajak secara elektronik.

**Gambar 1. Tampilan Utama Aplikasi Hebat Semarang**



*Sumber: Aplikasi Hebat (diakses oleh peneliti, 2025)*

Meskipun demikian, realisasi penerimaan PBB pasca-implementasi Aplikasi Hebat belum menunjukkan

peningkatan yang signifikan. Hal ini tercermin dari rendahnya tingkat adopsi aplikasi, di mana hanya sekitar 0,81% dari total wajib pajak yang tercatat sebagai pengguna aktif.

Pengguna dapat mengakses 7 (tujuh) layanan yakni pelayanan (Lacak Pelayanan dan E-SPPT PBB), status bayar, E-Register, STS (Surat Tanda Setoran Online/E-Retribusi), E-Sumpah (Elektronik Sistem Unggah Mandiri Pajak Daerah), E-SPTPD (Surat Pemberitahuan Pajak Daerah Elektronik), dan persyaratan. Selain itu, terdapat fitur yang dapat memantau status pembayaran wajib pajak secara real-time.

**Tabel. 2 Perbandingan Jumlah Pengguna Aplikasi Hebat dengan Jumlah Wajib Pajak**

Keterangan	Jumlah	Percentase (%)
Jumlah Wajib Pajak Kota Semarang	618.768 orang	100%
Pengguna Aplikasi Hebat Semarang	5.814 orang	0,81%
Wajib Pajak Yang Belum Menggunakan Aplikasi	612.954 orang	99,19%

Sumber: [ppid.bapenda.semarangkota.go.id](http://ppid.bapenda.semarangkota.go.id) (2024), [play.google.com](https://play.google.com)

Rendahnya pemanfaatan Aplikasi Hebat disebabkan oleh berbagai kendala, baik teknis maupun nonteknis. Permasalahan seperti gangguan jaringan, keterlambatan layanan, kesalahan verifikasi data, kurangnya responsivitas pegawai, serta minimnya kegiatan sosialisasi menjadi faktor penghambat utama. Selain itu, keterbatasan literasi digital, khususnya pada kelompok usia lanjut, turut memperkuat kesenjangan antara ketersediaan layanan digital dan tingkat

pemanfaatannya oleh masyarakat. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kepercayaan serta niat wajib pajak dalam menggunakan aplikasi sebagai sarana pelayanan PBB.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan Aplikasi Hebat, khususnya dari perspektif *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Trust*. Penelitian ini mengadopsi pendekatan Meta-UTAUT dengan penambahan variabel kepercayaan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait determinan adopsi teknologi dalam layanan perpajakan daerah. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar rekomendasi bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan kepercayaan, niat penggunaan, serta optimalisasi pemanfaatan Aplikasi Hebat guna mendukung peningkatan penerimaan PBB di Kota Semarang.

## KAJIAN TEORI

### a. *E-Government*

E-government merupakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh pemerintah untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, serta kualitas pelayanan publik kepada masyarakat. Penerapan e-government memungkinkan pemerintah menyederhanakan prosedur administrasi,

mempercepat proses pelayanan, dan meningkatkan akuntabilitas tata kelola pemerintahan (Yayan, 2024). Dalam konteks pelayanan perpajakan daerah, e-government berperan sebagai instrumen strategis untuk mempermudah wajib pajak dalam mengakses informasi, melakukan pembayaran, serta memantau kewajiban pajak secara daring. Implementasi aplikasi pelayanan pajak berbasis digital, seperti Aplikasi Hebat di Kota Semarang, mencerminkan upaya pemerintah daerah dalam mendukung Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018.

**b. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)**

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) dengan mengintegrasikan delapan teori adopsi teknologi sebelumnya. Model ini menjelaskan bahwa niat perilaku (*intention to use*) individu dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa konstruk utama, di antaranya *performance expectancy* dan *social influence*.

*Performance Expectancy* (X1) menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat nyata, sedangkan *social influence*

menunjukkan pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan individu dalam menggunakan teknologi. Indikator yang mengukur variabel ini yaitu *Useful* (Sistem yang bermanfaat), *Helpful* (Sistem yang membantu), *Increases Productivity* (Meningkatkan Produktivitas).

*Social Influence* (X2) mengukur seberapa besar tekanan sosial atau dorongan dari orang-orang seperti pihak penyelenggara layanan, camat, keluarga, atau rekan kerja yang memengaruhi keputusan pengguna dalam menerima dan menggunakan Aplikasi Hebat. Indikator dalam mengukur *Social Influence* yaitu *Subjective Form* (Norma Subjektif), *Image* (Kesan).

*Trust* (X3) mengukur sejauh mana pengguna merasa Aplikasi Hebat bisa diandalkan dan aman tanpa menimbulkan bahaya saat dipakai. Faktor utama yang memengaruhi niat pengguna untuk mempercayai Aplikasi Hebat, khususnya bagi wajib pajak di Kota Semarang, adanya keyakinan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Indikator dalam mengukur variabel tersebut yaitu *Reliable* (Keandalan), *No Harm* (Tidak Merugikan), *Trustworthy* (Bisa Dipercaya).

**c. Meta-UTAUT**

Meta-UTAUT merupakan pengembangan lanjutan dari model UTAUT yang diperkenalkan oleh Alkhawaiter (2022) dengan menambahkan

variabel kepercayaan (trust) sebagai determinan penting dalam adopsi teknologi digital. Kepercayaan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa sistem yang digunakan aman, andal, dan memiliki integritas tinggi, terutama dalam layanan yang melibatkan transaksi dan pengelolaan data sensitif.

Dalam konteks e-government, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem dan penyelenggara layanan publik berpengaruh positif terhadap niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan layanan digital secara berkelanjutan (Shafa et al., 2023).

*Trust* (X3) mengukur sejauh mana pengguna Aplikasi Hebat bisa dipercaya, bisa diandalkan, dan aman untuk dipakai. Indikator yang digunakan adalah *Reliable* (Keandalan), *No Harm* (Tidak Merugikan), *Trustworthy* (Bisa Dipercaya)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Trust*, sedangkan variabel dependen adalah *Intention to Use* Aplikasi Hebat.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur kepada

100 responden wajib pajak PBB Kota Semarang pengguna Aplikasi Hebat yang tercatat telah mengunduh aplikasi sebanyak 5.814 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan secara *purposive sampling* sebanyak 100 responden.

Kriteria responden merupakan wajib pajak PBB Kota Semarang yang menggunakan Aplikasi Hebat dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS IBM *Statistics* versi 26. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Guttman (ya/tidak) untuk memperoleh jawaban yang tegas dan terukur.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi logistik, yang dilengkapi dengan uji *Wald* (parsial), uji *Omnibus* (simultan), serta koefisien determinasi *Nagelkerke R<sup>2</sup>* untuk menilai kekuatan dan kesesuaian model. Pendekatan analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Trust* memiliki hubungan terhadap *Intention to Use* Aplikasi Hebat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas pengguna berjenis

kelamin laki-laki sebanyak 62%, sedangkan perempuan sebesar 38%. Dari sisi usia, pengguna didominasi oleh kelompok usia produktif 25-40 tahun dengan persentase 60%, disusul usia 40-60 tahun sebesar 35%, dan usia di atas 60 tahun hanya 5%. Dari tingkat pendidikan, responden dengan latar belakang pendidikan tinggi (Diploma dan Universitas) mencapai 75%, sedangkan pendidikan menengah (SMA dan SMK) sebesar 22%, dan pendidikan dasar hanya 3%.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian menggunakan koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dengan taraf signifikansi 5% dan nilai  $r$  tabel sebesar 0,197 ( $n = 100$ ). Hasil menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel *Intention to Use* (7 item), *Performance Expectancy* (9 item), *Social Influence* (6 item), dan *Trust* (8 item) memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan **VALID**. Temuan ini menegaskan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lanjutan.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan batas minimum reliabel sebesar 0,60. Hasil pengujian menunjukkan nilai

*Cronbach's Alpha* sebesar 0,965 untuk *Intention to Use*, 0,969 untuk *Performance Expectancy*, 0,870 untuk *Social Influence*, dan 0,967 untuk *Trust*. Seluruh nilai berada di atas ambang batas yang ditentukan, sehingga instrumen penelitian dinyatakan **RELIABEL** dan konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.

#### c. Analisis Dekriptif Variabel

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Intention to Use* memperoleh respons positif dengan 57% responden menyatakan berniat menggunakan Aplikasi Hebat, sedangkan 43% belum berniat. Variabel *Performance Expectancy* menunjukkan 61% responden merasakan manfaat aplikasi, terutama dalam kemudahan dan efisiensi pelayanan PBB. Pada variabel *Social Influence*, sebanyak 54% responden merasakan adanya pengaruh sosial, khususnya dari rekan kerja dan citra sebagai wajib pajak yang melek teknologi. Sementara itu, variabel *Trust* memperoleh persentase tertinggi, dengan 64% responden menyatakan percaya terhadap keandalan, keamanan, dan konsistensi Aplikasi Hebat.

#### d. Uji Chi-Square/Tabulasi Silang

Uji *Chi-Square* dilakukan untuk melihat hubungan antara masing-masing variabel independen *terhadap Intention to Use*. Hasil tabulasi silang menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan searah

antara *Performance Expectancy* dan *Intention to Use*, dengan dominasi kategori “Ya–Ya” sebesar 88,5%. Pada variabel *Social Influence*, hubungan positif terlihat dengan kategori “Ya–Ya” sebesar 83,9%, sedangkan pada variabel *Trust*, mayoritas responden yang percaya juga memiliki niat menggunakan aplikasi. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap niat penggunaan Aplikasi Hebat.

#### e. Uji Regresi Logistik

Uji regresi logistik digunakan karena variabel dependen *Intention to Use* bersifat dikotomis (Ya/Tidak). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap peluang responden untuk menggunakan Aplikasi Hebat. Model regresi logistik menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memberikan kontribusi dalam menjelaskan niat penggunaan, sehingga model dinilai layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

#### f. Uji Wald

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dengan kriteria pengujian nilai signifikansi (Sig)  $< 0,05$ , diperoleh temuan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen *Intention to Use*.

Variabel *Performance Expectancy* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), yang mengindikasikan bahwa harapan kinerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan, sehingga hipotesis alternatif (Ha) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat dan peningkatan kinerja yang diperoleh dari penggunaan sistem, maka semakin besar pula niat pengguna untuk memanfaatkannya.

Variabel *Social Influence* juga terbukti berpengaruh secara parsial terhadap *Intention to Use* dengan nilai signifikansi sebesar 0,039 ( $< 0,05$ ). Hasil ini menegaskan bahwa pengaruh sosial, seperti dorongan dari lingkungan sekitar, rekomendasi pihak lain, maupun norma sosial, berperan penting dalam membentuk niat pengguna untuk menggunakan sistem. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha) pada variabel *Social Influence* dinyatakan diterima.

Variabel *Trust* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 ( $< 0,05$ ), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem, baik dari aspek keamanan, keandalan, maupun kredibilitas penyedia layanan, menjadi faktor penentu dalam

meningkatkan niat penggunaan. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) pada variabel *Trust* juga diterima. Secara keseluruhan, hasil uji parsial ini menegaskan bahwa *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Trust* merupakan faktor-faktor penting yang secara individual memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan sistem yang diteliti.

#### **g. Uji *Omnibus Tests of Model Coefficients***

Nilai signifikansi berdasarkan data yang diperoleh ialah  $0,000 < 0,05$ , maka bisa disimpulkan bahwasanya variabel *Performance Expectancy* (X1), *Social Influence* (X2), dan *Trust* (X3) secara simultan berdampak signifikan terhadap *Intention to Use* (Y) Aplikasi Hebat. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya model regresi logistik yang dipakai layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya, karena secara keseluruhan model mampu menjelaskan hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

#### **h. Koefisien Determinasi *Nagelkerke R<sup>2</sup>***

Nilai Nagelkerke  $R^2$  senilai 0,814 bermakna bahwasanya variabel independen yang terdiri dari *Performance Expectancy* (X1), *Social Influence* (X2), dan *Trust* (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan

pada variabel dependen *Intention to Use* (Y) senilai 81,4%, sementara itu sisanya senilai 18,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model studi ini.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, seluruh variabel independen terbukti memiliki hubungan signifikan terhadap *Intention to Use*. Hasil penelitian menegaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi niat wajib pajak menggunakan Aplikasi Hebat, diikuti oleh ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial.

Secara parsial, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh positif, dengan *Performance Expectancy* dan *Trust* menunjukkan kontribusi yang relatif kuat dalam mendorong niat penggunaan aplikasi. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi manfaat aplikasi, dorongan sosial, serta kepercayaan terhadap keandalan dan transparansi sistem menjadi faktor kunci dalam adopsi layanan perpajakan digital.

Manfaat yang dirasakan oleh pengguna Aplikasi Hebat khususnya dalam mempermudah proses pendaftaran dan pelayanan PBB menjadi indikator utama dalam membentuk ekspektasi kinerja pengguna. Di sisi lain, pengaruh sosial muncul melalui persepsi citra positif sebagai wajib pajak yang adaptif terhadap

teknologi, yang secara tidak langsung mendorong individu untuk memanfaatkan layanan digital pemerintah.

Kepercayaan pengguna terutama dibangun melalui keandalan sistem dan kepastian proses layanan, yang menunjukkan bahwa stabilitas dan transparansi aplikasi merupakan fondasi penting dalam meningkatkan penerimaan dan penggunaan berkelanjutan Aplikasi Hebat.

## SARAN

a) BAPENDA perlu melakukan pemeliharaan (*maintenance*) dan pembaruan sistem Aplikasi Hebat secara berkala.

Dalam jangka waktu enam bulan sekali maupun satu tahun sekali, guna memastikan stabilitas sistem, keamanan data, serta peningkatan performa aplikasi. Pemeliharaan yang konsisten diharapkan mampu meningkatkan responsivitas layanan, meminimalkan gangguan teknis, serta memberikan pengalaman penggunaan yang optimal bagi wajib pajak dalam mengakses layanan PBB secara digital.

b) BAPENDA disarankan untuk memfasilitasi kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada Wajib Pajak Kota Semarang.

Dengan menginformasikan mengenai penggunaan dan manfaat

Aplikasi Hebat, baik melalui media sosial, kegiatan tatap muka, maupun kolaborasi dengan perangkat kelurahan dan kecamatan. Upaya sosialisasi ini dapat didukung dengan pemberian insentif, seperti kemudahan administrasi, pengurangan sanksi administrasi tertentu, atau program apresiasi bagi wajib pajak yang aktif menggunakan aplikasi, sehingga dapat mendorong peningkatan jumlah pengguna dan memperkuat niat penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

c) Pemeliharaan dan pengembangan fitur status pemantauan pembayaran PBB.

Hal tersebut perlu terus dilakukan agar informasi yang ditampilkan bersifat akurat, real-time, dan mudah dipahami oleh pengguna. Kejelasan status pembayaran akan membantu meningkatkan transparansi layanan, memperkuat kepercayaan wajib pajak terhadap Aplikasi Hebat, serta memastikan bahwa aplikasi mampu memenuhi ekspektasi pengguna dalam memberikan kepastian dan kemudahan layanan perpajakan daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

Anugrah, Z., Suhaebah, L., Pramudita, T. R., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek di Kabupaten Garut. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 2(1), 31-42.

- Alkhawaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100240.
- Arisona, N., Rofianto, W., & Putriya, A. R. (2023). Utaut 2 (unified theory of acceptance and use of technology-2) and trust integration model towards behavioral intention to continue, willingness to recommend, and level of use. *Studies and Scientific Researches: Economics* Edition. <https://doi.org/10.29358/sceco.v0i38.558>
- Creswell, J., W. & Creswell, J.,D. (2018).Research design: Qualitative, Quantitative, and MixedMethods Approaches.5thed.,SAGE Publications
- Danang, S. (2009). Analisis regresi dan uji hipotesis. Med Press. Yogyakarta.
- Isyak, S. N. R., Subowo, A., & Santoso, R. S. (2024). KUALITAS PELAYANAN APLIKASI MOBILE PAKDE SEMAR Hebat DI BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA SEMARANG. *Journal of Public Policy and Management Review*, 13(3), 497-513.
- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. (2021). Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. *Technology in Society*, 64, 101400.
- Kurniawan, Rizal. "Pakde Semar" Mudahkan Masyarakat Bayar Pajak - Radar Semarang." "Pakde Semar" Mudahkan Masyarakat Bayar Pajak - Radar Semarang, Radar Semarang, 28 Oct. 2020, [radarsemarang.jawapos.com/Semarang/721372672/pakde-semar](http://radarsemarang.jawapos.com/Semarang/721372672/pakde-semar)
- mudahkan-masyarakat-bayar-pajak. Accessed 4 Mar. 2025.
- Lean, O. K., Zailani, S., Ramayah, T., & Fernando, Y. (2009). Factors influencing intention to use e-government services among citizens in Malaysia. *International journal of information management*, 29(6), 458-475.
- Venkatesh, V., M. Morris, G. Davis and F. Davis (2003) User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Website**
- Babel, Y. (2025, August 4). Penerimaan Pajak Kota Semarang 50 Persen pada Semester I, Halo Semarang. <https://halosemarang.id/penerimaan-pajak-kota-semarang-50-persen-pada-semester-i-dewan-dorong-optimalisasi-potensi-daerah/>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (24 Juni 2025). Realisasi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Provinsi Jawa Tengah, 2024. Diakses pada 6 Agustus 2025, dari <https://jateng.bps.go.id/id/statistic/s-table/2/MjQ5MCMY/realisasi-penerimaan-pajak-bumi-dan-bangunan-direktorat-jenderal-pajak--djp--provinsi-jawa-tengah-rupiah-.html>