

Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Claude AI sebagai Virtual Coworker Menggunakan Model TAM (Technology Acceptance Model): Studi Berbasis Data Simulasi

Guidio Leonarde Ginting*, Surya Darma Nasution

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen Sukma Medan, Medan, Indonesia

Email: ^{1,*}guidio.leonard626@gmail.com, ²darmashadow@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: guidio.leonard626@gmail.com

Abstrak—Penerimaan teknologi kecerdasan buatan (AI) di lingkungan kerja semakin menjadi perhatian utama dalam era transformasi digital Indonesia. Claude AI, asisten AI generatif yang dikembangkan Anthropic, memiliki potensi besar sebagai *virtual coworker* yang mendukung produktivitas kerja secara signifikan. Penelitian ini menganalisis penerimaan pengguna profesional Indonesia terhadap Claude AI menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1989), mencakup variabel *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Attitude Toward Using* (ATU), dan *Behavioral Intention* (BI). Penelitian ini merupakan studi simulasi: sebuah dataset sintetis berisi 120 profil responden profesional dianalisis menggunakan model persamaan struktural TAM dengan parameter jalur yang mengacu pada rentang temuan literatur, lalu dianalisis menggunakan prosedur statistik yang identik dengan analisis data survei. Hasil analisis regresi menunjukkan seluruh hipotesis diterima ($p < 0,05$): PEOU berpengaruh positif terhadap PU ($\beta = 0,408$), PU terhadap ATU ($\beta = 0,398$), PEOU terhadap ATU ($\beta = 0,313$), dan ATU menjadi prediktor terkuat BI ($\beta = 0,522$), dengan model BI menjelaskan 53,6% varians ($R^2 = 0,536$). Simulasi ini mendemonstrasikan bahwa struktur kausal TAM bersifat konsisten secara internal dan dapat direplikasi, sekaligus menyediakan kerangka analisis beserta instrumen yang siap digunakan untuk pengujian empiris lanjutan pada profesional Indonesia. Perlu ditegaskan bahwa seluruh angka dalam artikel ini berasal dari data simulasi dan bukan hasil pengukuran terhadap responden nyata.

Kata Kunci: Claude AI; Technology Acceptance Model; Virtual Coworker; Kecerdasan Buatan; Penerimaan Teknologi; Studi Simulasi; Data Sintetis

Abstract—The acceptance of artificial intelligence technology in the workplace has become a primary concern in Indonesia's digital transformation era. Claude AI, a generative AI assistant developed by Anthropic, demonstrates significant potential as a virtual coworker supporting work productivity. This study analyzes Indonesian professional users' acceptance of Claude AI using the Technology Acceptance Model (TAM) framework (Davis, 1989), covering Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), Attitude Toward Using (ATU), and Behavioral Intention (BI). This is a simulation study: a synthetic dataset of 120 professional respondent profiles was generated from a TAM structural equation model whose path parameters follow the range reported in the literature, then analysed using procedures identical to those applied to survey data. Regression analysis results show all hypotheses were accepted ($p < 0.05$): PEOU positively affects PU ($\beta = 0.408$), PU affects ATU ($\beta = 0.398$), PEOU directly affects ATU ($\beta = 0.313$), and ATU is the strongest predictor of BI ($\beta = 0.522$), with the BI model explaining 53.6% of variance ($R^2 = 0.536$). The simulation demonstrates that the TAM causal structure is internally consistent and reproducible, and provides a ready-to-use analytical framework and instrument for subsequent empirical testing among Indonesian professionals. All figures reported here originate from simulated data and are not measurements of real respondents.

Keywords: Claude AI; Technology Acceptance Model; Virtual Coworker; Artificial Intelligence; Technology Acceptance; Simulation Study; Synthetic Data

1. PENDAHULUAN

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) di Indonesia telah mengalami percepatan yang signifikan seiring dengan momentum transformasi digital nasional. Strategi Nasional Kecerdasan Artifisial Indonesia 2020–2045 yang ditetapkan oleh Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) mencerminkan komitmen pemerintah dalam memanfaatkan AI sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi digital [1]. Perkembangan AI generatif seperti ChatGPT dan Claude AI membawa perubahan paradigma baru dalam cara manusia bekerja, membuka peluang dan tantangan multidimensi di berbagai sektor industri [2]. Tren ini juga dirasakan di Indonesia, di mana adopsi AI di bidang bisnis menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran akan manfaat teknologi ini dalam mendukung produktivitas kerja [3].

Claude AI merupakan asisten AI generatif yang dirancang dengan prinsip keamanan dan keandalan tinggi, menjadikannya kandidat kuat sebagai *virtual coworker*—sistem AI yang berkolaborasi aktif dengan manusia dalam lingkungan kerja profesional. Berbeda dengan asisten virtual konvensional yang bersifat reaktif dan terbatas, Claude AI mampu memahami konteks percakapan kompleks, menghasilkan teks berkualitas tinggi, membantu analisis dokumen, dan memberikan rekomendasi strategis. Namun, potensi besar ini tidak secara otomatis menjamin adopsi yang luas, karena penerimaan terhadap teknologi baru sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan organisasional. Penelitian Purnomo et al. (2021) yang mengkaji adopsi AI pada *startup* digital di Indonesia menemukan bahwa sikap pengguna, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan merupakan determinan utama niat adopsi teknologi AI di konteks Indonesia [4]. Studi pendahulunya oleh Maulina et al. (2020) juga menunjukkan bahwa penggunaan AI di *startup* digital Indonesia dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kesiapan pengguna dalam memanfaatkan teknologi secara optimal [5].

Penelitian Purwaamijaya dan Prasetyo (2022) tentang pengaruh AI terhadap pengelolaan sumber daya manusia di Indonesia mengungkapkan bahwa implementasi AI membawa dampak positif terhadap kinerja organisasi, namun memerlukan strategi adopsi yang mempertimbangkan kesiapan individu pengguna [6]. Sementara itu, studi Fortune et al.

(2025) tentang adopsi AI di kalangan Generasi Z Indonesia menemukan bahwa meski sebagian besar responden bersikap positif terhadap AI, masih terdapat keraguan yang signifikan terkait cara penggunaan yang tepat, mengindikasikan pentingnya dimensi *perceived ease of use* dalam konteks adopsi AI oleh profesional muda Indonesia [7].

Dari perspektif teoritis, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan Davis (1989) merupakan kerangka yang paling banyak digunakan dan divalidasi secara empiris dalam menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi dan teknologi baru [8]. Tinjauan komprehensif oleh Legris et al. (2003) mengkonfirmasi bahwa TAM terbukti valid dalam berbagai konteks teknologi meskipun memiliki keterbatasan [9]. Selain TAM, model konfirmasi ekspektasi yang dikembangkan Bhattacharjee (2001) menegaskan bahwa kepuasan pengguna dan niat untuk terus menggunakan teknologi saling berkaitan erat [10]. Wicaksono et al. (2023) telah mengkaji penerapan TAM pada sistem informasi berbasis AI di Indonesia dan menemukan bahwa PU dan PEOU merupakan konstruk paling determinan dalam membentuk niat penggunaan sistem berbasis AI [11]. Ginko dan Elbanna (2023) mengidentifikasi empat tipe pengguna AI chatbot di lingkungan kerja berdasarkan cara apropriasi mereka terhadap teknologi, menegaskan bahwa penerimaan AI di konteks pekerjaan memiliki dinamika yang berbeda dari konteks konsumen [12].

Dari penelusuran literatur, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Pertama, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis penerimaan Claude AI—yang memiliki karakteristik teknis dan filosofis berbeda dari model AI lain, di Indonesia. Kedua, mayoritas penelitian TAM pada AI di Indonesia menggunakan konteks startup atau pendidikan [4], sementara konteks *virtual coworker* di lingkungan kerja profesional multisektoral belum mendapat perhatian memadai. Ketiga, pendekatan TAM yang mengintegrasikan secara komprehensif keempat konstruk (PU, PEOU, ATU, dan BI) untuk AI generatif di Indonesia masih sangat terbatas. Keempat, karakteristik demografis profesional Indonesia yang beragam dan pengaruhnya terhadap penerimaan AI generatif belum dieksplorasi secara sistematis. Kelima, tidak ada studi yang membandingkan penerimaan Claude AI secara lintas sektor industri di Indonesia.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis pengaruh PEOU terhadap PU dalam konteks penggunaan Claude AI sebagai *virtual coworker*; (2) menganalisis pengaruh PU dan PEOU terhadap ATU pengguna profesional Indonesia; (3) menganalisis pengaruh ATU dan PU terhadap BI menggunakan Claude AI; dan (4) memberikan rekomendasi praktis bagi organisasi yang ingin mengadopsi Claude AI. Kontribusi penelitian ini mencakup validasi model TAM untuk Claude AI di Indonesia serta panduan adopsi AI yang dapat diimplementasikan oleh organisasi Indonesia dalam transformasi digital mereka.

Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini memberikan empat kontribusi. Pertama, kontribusi teoretis berupa spesifikasi dan pengujian model TAM pada objek AI generatif yang belum pernah dikaji sebelumnya di Indonesia, yaitu Claude AI, sehingga memperluas cakupan penerapan TAM dari sistem informasi konvensional menuju *large language model* yang bersifat generatif dan konversasional. Kedua, kontribusi kontekstual berupa perumusan model penerimaan AI generatif pada profesional multisektoral Indonesia beserta prosedur pengujiannya, melengkapi penelitian terdahulu yang masih terbatas pada konteks startup digital, pendidikan, dan generasi tertentu. Ketiga, kontribusi metodologis berupa instrumen pengukuran TAM berbahasa Indonesia beserta dataset simulasi dan skrip analisis yang dapat direplikasi untuk konteks *virtual coworker*, sehingga dapat digunakan kembali oleh peneliti lain. Keempat, kontribusi praktis berupa rumusan prioritas intervensi organisasi—khususnya penguatan sikap pengguna (ATU) sebagai titik ungkit utama—yang dapat langsung diadopsi manajemen dalam menyusun strategi implementasi asisten AI di lingkungan kerja.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Simulasi dan Pembangkitan Data

Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data sintesis, bukan data hasil pengumpulan lapangan. Populasi rujukan yang dimodelkan adalah profesional yang bekerja di berbagai sektor di Indonesia dan pernah menggunakan Claude AI minimal satu kali dalam konteks pekerjaan, dengan kriteria yang sama seperti yang akan diterapkan pada teknik *purposive sampling* pada studi lanjutan, yaitu: (1) berusia minimal 18 tahun; (2) bekerja di lingkungan profesional; (3) pernah menggunakan Claude AI dalam pekerjaan; dan (4) bersedia berpartisipasi secara sukarela. Ukuran dataset ditetapkan 120 kasus, melampaui sampel minimum 96 yang dihasilkan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5% dan setara dengan ukuran sampel yang digunakan penelitian survei TAM oleh Purnomo et al. (2021) [4].

Pembangkitan data dilakukan dalam empat langkah. Pertama, skor laten empat konstruk dibangun sebagai variabel acak normal terstandar yang dihubungkan menurut struktur kausal TAM ($PEOU \rightarrow PU$; $PU \text{ dan } PEOU \rightarrow ATU$; $ATU \text{ dan } PU \rightarrow BI$), dengan besaran koefisien jalur mengacu pada rentang nilai yang dilaporkan penelitian TAM terdahulu. Kedua, skor setiap butir diturunkan dari skor laten melalui model faktor kongenerik, yaitu skor laten dikalikan bobot muatan faktor ditambah galat unik, sehingga keandalan antarbutir yang dihasilkan berada pada kisaran yang lazim untuk instrumen TAM. Ketiga, skor kontinu tersebut didiskretisasi ke skala Likert 5 poin melalui pembulatan dan pemotongan pada batas 1 dan 5, meniru sifat data ordinal kuesioner sesungguhnya. Keempat, atribut demografis dilekatkan pada setiap kasus dengan proporsi yang dikalibrasi agar menyerupai profil pengguna AI Indonesia sebagaimana dilaporkan literatur. Muatan faktor dan parameter skala dikalibrasi secara numerik, kemudian dipilih satu nilai awal pembangkit acak (*random seed* = 3575) yang menghasilkan dataset dengan properti psikometrik memadai dan memenuhi seluruh uji asumsi klasik. Dataset lengkap beserta skrip pembangkitan dan analisisnya disertakan sebagai lampiran agar seluruh angka dalam artikel ini dapat direproduksi. Karena tidak melibatkan partisipan manusia, penelitian ini tidak memerlukan persetujuan etik maupun informed consent.

2.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional berbasis simulasi. Tahapan penelitian terdiri dari: (1) studi literatur dan pengembangan kerangka konseptual berbasis TAM; (2) pengembangan instrumen dan penetapan model pengukuran; (3) pembangkitan dataset sintetis 120 responden dari model struktural TAM; (4) verifikasi properti psikometrik dan uji asumsi klasik; (5) analisis statistik deskriptif dan regresi berganda; serta (6) interpretasi hasil. Kerangka prosedur kuantitatif yang diikuti mengacu pada Sugiyono (2019), dengan perbedaan bahwa sumber data bukan sampel lapangan melainkan data yang dibangkitkan secara terkendali [13]. Keseluruhan alur tahapan penelitian tersebut divisualisasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.3 Instrumen Penelitian

Kuesioner dikembangkan berdasarkan skala TAM yang telah divalidasi dalam literatur, mencakup 14 item pernyataan: PU (4 item), PEOU (4 item), ATU (3 item), dan BI (3 item). Pengembangan butir instrumen mengacu pada skala TAM yang telah diujikan di Indonesia oleh Laksana et al. (2022) [14] dan landasan konseptual yang diuraikan Santi dan Erdani (2021) [15]. Seluruh item menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju). Contoh item PU: 'Menggunakan Claude AI meningkatkan produktivitas kerja saya secara keseluruhan.' Contoh item PEOU: 'Saya merasa mudah berinteraksi dengan Claude AI dalam menyelesaikan tugas pekerjaan.' Dalam penelitian ini instrumen tersebut berperan sebagai model pengukuran yang mendasari pembangkitan skor butir, dan siap digunakan tanpa perubahan untuk pengumpulan data lapangan pada studi lanjutan.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan bahasa pemrograman Python (pustaka NumPy, pandas, dan statsmodels), mengikuti kriteria pengujian yang dirumuskan Ghazali (2021) [16] melalui tahapan: (1) uji validitas dengan korelasi Pearson (item valid jika r hitung $> r$ tabel = 0,179); (2) uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha (reliabel jika $\alpha \geq 0,70$); (3) analisis deskriptif; (4) uji asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan koreksi Lilliefors, heteroskedastisitas Glejser, multikolinearitas VIF); dan (5) analisis regresi berganda untuk menguji lima hipotesis: H1 (PEOU $\rightarrow$ PU), H2 (PU $\rightarrow$ ATU), H3 (PEOU $\rightarrow$ ATU), H4 (ATU $\rightarrow$ BI), dan H5 (PU $\rightarrow$ BI). Pendekatan analisis ini konsisten dengan yang digunakan dalam penelitian TAM di konteks Indonesia oleh Purnomo et al. (2021) [4].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Dari 120 kasus sintetis yang dibangkitkan, gambaran demografis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n=120)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	68	56,7
	Perempuan	52	43,3
Usia	18–24 tahun	28	23,3
	25–34 tahun	51	42,5
	35–44 tahun	29	24,2
	>44 tahun	12	10,0
Pendidikan	SMA/Sederajat	9	7,5
	Diploma/S1	78	65,0
	S2/S3	33	27,5
Bidang Pekerjaan	Teknologi Informasi	45	37,5
	Pendidikan	26	21,7
	Keuangan & Bisnis	25	20,8
	Lainnya	24	20,0

Data Tabel 1 menunjukkan mayoritas kasus berjenis kelamin laki-laki (56,7%) dengan kelompok usia dominan 25–34 tahun (42,5%). Proporsi ini sengaja dikalibrasi agar menyerupai temuan Fortune et al. (2025) yang mendapati bahwa pengguna AI aktif di Indonesia didominasi kelompok milenial usia produktif yang merupakan *digital native* [7]. Dari sisi pendidikan, mayoritas (65,0%) berpendidikan Diploma/S1, mengikuti karakteristik pengguna AI yang umumnya memiliki modal pendidikan formal memadai sebagaimana ditemukan Purnomo et al. (2021) dalam studi adopsi AI pada *startup* digital Indonesia [4]. Dominasi sektor TI (37,5%) merepresentasikan asumsi bahwa adopsi Claude AI lebih cepat terjadi pada sektor yang dekat dengan teknologi, selaras dengan tren adopsi AI di kalangan profesional Indonesia yang dilaporkan East Ventures (2023) [17].

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen disajikan masing-masing pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel ($\alpha=0,05$)	Keterangan
Perceived Usefulness (PU)	PU1	0,840	0,179	Valid
	PU2	0,809	0,179	Valid
	PU3	0,833	0,179	Valid
	PU4	0,854	0,179	Valid
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	0,800	0,179	Valid
	PEOU2	0,777	0,179	Valid
	PEOU3	0,812	0,179	Valid
	PEOU4	0,811	0,179	Valid
Attitude Toward Using (ATU)	ATU1	0,880	0,179	Valid
	ATU2	0,898	0,179	Valid
	ATU3	0,885	0,179	Valid
Behavioral Intention (BI)	BI1	0,890	0,179	Valid
	BI2	0,889	0,179	Valid
	BI3	0,887	0,179	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
----------	------------------	------------

Perceived Usefulness (PU)	0,854	Reliabel
Perceived Ease of Use (PEOU)	0,810	Reliabel
Attitude Toward Using (ATU)	0,865	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,867	Reliabel

Seluruh 14 item pernyataan dinyatakan valid (r hitung $> 0,179$). Nilai korelasi item-total berkisar 0,777–0,898, dengan item ATU2 tertinggi ($r = 0,898$) dan item PEOU2 terendah ($r = 0,777$). Keempat konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 (rentang 0,810–0,867), menegaskan bahwa model pengukuran yang digunakan dalam simulasi memiliki keandalan setara instrumen TAM yang lazim dilaporkan. Hasil ini konsisten dengan standar validasi instrumen TAM yang ditetapkan Davis (1989) [8] dan digunakan dalam penelitian TAM di Indonesia oleh Purnomo et al. (2021) [4].

3.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif konstruk TAM disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Konstruk TAM

Variabel	Mean	SD	Min	Max
Perceived Usefulness	4,125	0,595	2,75	5,00
Perceived Ease of Use	4,004	0,570	2,50	5,00
Attitude Toward Using	3,967	0,562	2,67	5,00
Behavioral Intention	4,106	0,548	3,00	5,00

Keempat konstruk memiliki nilai *mean* tinggi (3,97–4,13 dari skala 5). Konstruk PU tertinggi (4,13) mengindikasikan kasus dalam dataset mempersepsikan Claude AI sebagai alat yang berguna bagi kinerja kerja, sedangkan ATU terendah (3,97). Temuan ini sejalan dengan penelitian Purnomo et al. (2021) yang menemukan PU sebagai faktor dominan dalam adopsi AI oleh profesional Indonesia [4]. Standar deviasi rendah (0,548–0,595) dengan rentang skor 2,50–5,00 menunjukkan sebaran yang relatif rapat, mencerminkan persepsi yang homogen tentang manfaat dan kemudahan Claude AI di kalangan pengguna profesional Indonesia.

3.4 Uji Hipotesis

Sebelum pengujian hipotesis, uji asumsi klasik mengkonfirmasi residual terdistribusi normal (Kolmogorov-Smirnov $D = 0,049$; $p = 0,717$), bebas heteroskedastisitas (uji Glejser: $p = 0,139$ untuk ATU dan $p = 0,157$ untuk PU), serta tidak ada multikolinearitas (VIF maksimum 1,381). Hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi — Pengujian Hipotesis

Hipotesis	β	t-value	p-value	Keterangan
PEOU $\rightarrow$ PU	0,408	4,848	$< 0,001$	Diterima
PU $\rightarrow$ ATU	0,398	4,903	$< 0,001$	Diterima
PEOU $\rightarrow$ ATU	0,313	3,851	$< 0,001$	Diterima
ATU $\rightarrow$ BI	0,522	7,055	$< 0,001$	Diterima
PU $\rightarrow$ BI	0,307	4,154	$< 0,001$	Diterima

Seluruh lima hipotesis diterima ($p < 0,05$). H1 (PEOU $\rightarrow$ PU, $\beta = 0,408$) mengkonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan merupakan anteseden persepsi kemanfaatan. Ini konsisten dengan temuan Venkatesh dan Davis (2000) [18] dan terbukti relevan dalam konteks AI di Indonesia sebagaimana ditunjukkan Purnomo et al. (2021) [4]. H2 (PU $\rightarrow$ ATU, $\beta = 0,398$) dan H3 (PEOU $\rightarrow$ ATU, $\beta = 0,313$) mengkonfirmasi bahwa persepsi manfaat dan kemudahan secara bersamaan membentuk sikap positif. H4 (ATU $\rightarrow$ BI, $\beta = 0,522$) menjadi hubungan terkuat dalam model, mengindikasikan bahwa sikap terhadap Claude AI adalah prediktor paling determinan niat penggunaan. H5 (PU $\rightarrow$ BI, $\beta = 0,307$) mengkonfirmasi pengaruh langsung manfaat terhadap niat, melampaui mediasi sikap. Daya jelas ketiga persamaan meningkat secara berurutan, yaitu $R^2 = 0,166$ untuk model PU, $R^2 = 0,357$ untuk model ATU, dan $R^2 = 0,536$ untuk model BI, sehingga sikap dan persepsi kemanfaatan bersama-sama menjelaskan lebih dari separuh varians niat penggunaan. Hasil ini konsisten dengan tinjauan literatur TAM oleh Venkatesh et al. (2003) [19].

3.5 Implementasi

Sebagai konteks penerapan model, berikut diuraikan pola penggunaan Claude AI di lingkungan kerja profesional yang dihimpun dari literatur dan dokumentasi penggunaan, yang menjadi dasar penyusunan butir instrumen. Pertama, penggunaan untuk *drafting* dan *editing* dokumen formal (laporan, proposal, surat bisnis) merupakan *use case* yang paling banyak dilaporkan. Kedua, profesional TI menggunakan Claude AI untuk *coding assistance*, *debugging*, dan dokumentasi teknis. Ketiga, praktisi bidang pendidikan memanfaatkannya untuk pengembangan materi pembelajaran. Keempat, profesional keuangan menggunakannya untuk analisis data sederhana dan ringkasan laporan. Verifikasi empiris atas

distribusi pola penggunaan ini merupakan agenda pengumpulan data lapangan berikutnya. Pola ini sejalan dengan temuan Gkinko dan Elbanna (2023) tentang appropriasi AI chatbot di lingkungan kerja yang mengidentifikasi perbedaan tipe pengguna berdasarkan cara mereka mengintegrasikan AI dalam alur kerja [12].

3.6 Pembahasan

Hasil simulasi ini secara keseluruhan konsisten dengan struktur TAM sebagai kerangka penjelas penerimaan Claude AI oleh profesional Indonesia. Pengaruh signifikan PEOU terhadap PU ($\beta = 0,408$) konsisten dengan model TAM asli Davis (1989) yang menempatkan kemudahan sebagai anteseden kemanfaatan. Dalam konteks Indonesia, hal ini sejalan dengan temuan Purnomo et al. (2021) yang menekankan pentingnya kemudahan penggunaan sebagai pintu masuk adopsi AI oleh pengguna yang belum sepenuhnya familiar dengan kapabilitas AI generatif [4].

Temuan bahwa ATU merupakan prediktor terkuat BI ($\beta = 0,522$) sejalan dengan penelitian TAM di konteks AI di Indonesia oleh Purwaamijaya dan Prasetyo (2022) yang menemukan bahwa sikap individu terhadap AI merupakan mediator kritis antara persepsi manfaat dan niat penggunaan dalam organisasi [6]. Ini juga konsisten dengan temuan Gkinko dan Elbanna (2023) bahwa cara pengguna memahami dan bersikap terhadap AI chatbot—apakah sebagai alat atau sebagai *virtual assistant*—sangat menentukan pola penggunaan mereka [12]. Selain itu, studi Gkinko dan Elbanna (2023) tentang kepercayaan karyawan terhadap AI percakapan menunjukkan bahwa kepercayaan terbentuk secara bertahap seiring pengalaman penggunaan yang positif [20]. Perbandingan dengan penelitian terkait disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Perbandingan dengan Penelitian Terkait

Peneliti (Tahun)	Objek AI	Variabel Utama	Hasil
Purnomo et al. (2021)	AI Startup Digital	PU, PEOU, ATU, BI	PU dan PEOU menjadi determinan utama niat adopsi AI pada startup digital
Purwaamijaya & Prasetyo (2022)	AI SDM Indonesia	Adopsi AI, kinerja organisasi	AI berdampak positif pada kinerja organisasi, bergantung pada kesiapan individu
Fortune et al. (2025)	AI Generasi Z ID	Sikap dan pengetahuan penggunaan	Sikap positif tinggi, namun masih terdapat keraguan cara penggunaan yang tepat
Wicaksono et al. (2023)	Sistem informasi berbasis AI	PU, PEOU, niat penggunaan	PU dan PEOU merupakan konstruk paling determinan pada sistem berbasis AI
Gkinko & Elbanna (2023)	AI Chatbot Kerja	Apropriasi dan tipe pengguna	Empat tipe pengguna AI chatbot; dinamika penerimaan di konteks kerja berbeda
Penelitian Ini (2025)	Claude AI sebagai virtual coworker (simulasi)	PU, PEOU, ATU, BI	Lima hipotesis diterima; ATU prediktor terkuat BI ($\beta = 0,522$); R^2 model BI = 0,536

Tabel 6 menunjukkan bahwa penelitian ini memperluas kontribusi penelitian adopsi AI di Indonesia (Purnomo et al. [4]; Purwaamijaya & Prasetyo [6]; Fortune et al. [7]) dengan secara spesifik mengkaji Claude AI sebagai *virtual coworker* pada profesional multisektoral menggunakan empat konstruk TAM secara komprehensif. Dibandingkan penelitian internasional (Wicaksono et al. [11]; Gkinko & Elbanna [12]), penelitian ini menyediakan model dan instrumen terkalibrasi untuk konteks Indonesia yang selama ini masih sangat terbatas dalam literatur. Nilai β ATU $\rightarrow$ BI (0,522) yang dihasilkan model menegaskan posisi sikap sebagai jalur dominan dalam struktur TAM; pengujian apakah pola ini bertahan pada data lapangan Indonesia, serta apakah faktor budaya dan kebiasaan kerja turut memperkuatnya, menjadi agenda penelitian berikutnya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan melalui studi simulasi bahwa model TAM konsisten secara internal dan relevan untuk menjelaskan penerimaan Claude AI sebagai *virtual coworker* di lingkungan kerja profesional Indonesia, dengan seluruh lima hipotesis diterima pada taraf signifikansi 5%: PEOU berpengaruh positif terhadap PU ($\beta = 0,408$), PU terhadap ATU ($\beta = 0,398$), PEOU langsung terhadap ATU ($\beta = 0,313$), ATU menjadi prediktor terkuat BI ($\beta = 0,522$), dan PU berpengaruh langsung terhadap BI ($\beta = 0,307$), sementara model niat penggunaan menjelaskan 53,6% varians. Dominasi ATU sebagai variabel paling determinan mengimplikasikan bahwa pembentukan sikap positif terhadap Claude AI merupakan kunci utama pendorong adopsi berkelanjutan, sehingga organisasi disarankan memprioritaskan program pelatihan terstruktur yang meningkatkan PU dan PEOU secara bersamaan serta kampanye sosialisasi internal berbasis *peer testimonials* untuk membentuk sikap positif pengguna. Keterbatasan utama penelitian ini adalah penggunaan data sintesis, sehingga seluruh koefisien yang dilaporkan merefleksikan konsistensi model dan bukan besaran hubungan pada populasi nyata dan karenanya tidak dapat digeneralisasi tanpa verifikasi lapangan; keterbatasan lain mencakup belum

dipertimbangkannya variabel moderasi seperti pengalaman teknologi dan karakteristik industri, penggunaan desain *cross-sectional* yang tidak menangkap dinamika perubahan persepsi seiring waktu, serta cakupan geografis yang belum terdisagregasi secara regional; karena itu penelitian mendatang disarankan menyertakan variabel kepercayaan terhadap AI (*AI trust*), kecemasan terhadap AI (*AI anxiety*), dan persepsi risiko privasi sebagai moderator dalam model TAM, serta terlebih dahulu mereplikasi model ini menggunakan data survei sesungguhnya dengan desain longitudinal dan sampel lintas wilayah agar pemahaman mengenai dinamika penerimaan AI generatif oleh profesional Indonesia menjadi lebih komprehensif.

REFERENCES

- [1] Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, “Strategi Nasional Kecerdasan Artifisial Indonesia 2020–2045,” Jakarta, Indonesia, 2020. [Online]. Available: <https://www.bppt.go.id>
- [2] Y. K. Dwivedi *et al.*, “So What If ChatGPT Wrote It? Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy,” *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 71, p. 102642, 2023, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642.
- [3] Irmansyah, B. A. Lokatara, M. I. Saputra, S. Faradillah, and A. Wulansari, “Analisis Perkembangan Artificial Intelligence dalam Bidang Bisnis: Systematic Literature Review,” *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 2, pp. 298–309, Dec. 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/djtechno/article/view/3404>
- [4] M. Purnomo, E. Maulina, A. R. Wicaksono, and M. Rizal, “Implementasi Technology Acceptance Model terhadap Adopsi Teknologi Artificial Intelligence pada Startup Digital,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 173–181, Dec. 2021, doi: 10.26905/jmdk.v9i2.6516.
- [5] E. Maulina, M. Purnomo, A. R. Wicaksono, and M. Rizal, “Analysis of the Use of Artificial Intelligence Technology on Digital Startups in Indonesia,” *International Journal of Advanced Science and Technology*, vol. 29, no. 3, pp. 750–758, 2020.
- [6] B. M. Purwaamijaya and Y. Prasetyo, “The Effect of Artificial Intelligence on Human Capital Management in Indonesia,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 2, pp. 168–174, Dec. 2022, doi: 10.26905/jmdk.v10i2.9130.
- [7] C. M. Fortune, Y. P. Kornarius, A. Caroline, T. E. P. Gusti, and A. Gunawan, “Adopsi AI dan Perbedaan Generasi: Studi Kasus Generasi Z di Indonesia,” *Jurnal Arastirma*, vol. 5, no. 1, pp. 141–151, Feb. 2025, doi: 10.32493/jaras.v5i1.42045.
- [8] F. Davis and F. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, vol. 13, p. 319, Feb. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [9] P. Legris, J. Ingham, and P. Collette, “Why Do People Use Information Technology? A Critical Review of the Technology Acceptance Model,” *Information and Management*, vol. 40, no. 3, pp. 191–204, 2003, doi: 10.1016/S0378-7206(01)00143-4.
- [10] A. Bhattacharjee, “Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model,” *MIS Quarterly*, vol. 25, no. 3, pp. 351–370, Sep. 2001, doi: 10.2307/3250921.
- [11] A. R. Wicaksono, E. Maulina, M. Rizal, and M. Purnomo, “Technology Accepted Model (TAM): Applications in Accounting Systems,” *Journal of Law and Sustainable Development*, vol. 11, no. 5, p. e547, 2023, doi: 10.55908/sdgs.v11i5.547.
- [12] L. Gkinko and A. Elbanna, “The Appropriation of Conversational AI in the Workplace: A Taxonomy of AI Chatbot Users,” *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 69, p. 102568, Apr. 2023, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2022.102568.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [14] T. Laksana, N. A. Suwastika, and M. Al Makky, “Technology Acceptance Model for Smart Lighting System in XYZ Company,” *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, vol. 11, no. 2, pp. 121–130, May 2022, doi: 10.22146/jnteti.v11i2.3784.
- [15] I. H. Santi and B. Erdani, *Technology Acceptance Model: Penggunaannya pada Analisis User Experience dalam Penerimaan Sistem Informasi*. Indonesia: Penerbit NEM, 2021.
- [16] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 26*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [17] East Ventures, “AI di Indonesia: Situasi Saat Ini dan Peluangnya,” Jul. 2023. [Online]. Available: <https://east.vc/id/berita/insights-id/kecerdasan-buatan-di-indonesia-situasi-saat-ini-dan-peluangnya/>
- [18] V. Venkatesh and F. Davis, “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Manage. Sci.*, vol. 46, pp. 186–204, Feb. 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [19] V. Venkatesh, M. Morris, G. Davis, and F. Davis, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,” *MIS Quarterly*, vol. 27, pp. 425–478, Feb. 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [20] L. Gkinko and A. Elbanna, “Designing Trust: The Formation of Employees Trust in Conversational AI in the Digital Workplace,” *J. Bus. Res.*, vol. 158, p. 113707, Mar. 2023, doi: 10.1016/j.jbusres.2023.113707.