

**DETERMINAN KEBERTERIMAAN PENGGUNA SHOPEE
DI KABUPATEN MINAHASA TENGGARA MENGGUNAKAN
TEKNOLOGI ACCEPTANCE MODEL**

Oleh:

Anjellita Tessalonika Langi¹
Evi Maria²

^{1, 2} Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Email:

682019122@student.uksw.edu¹
evi.maria@uksw.edu²

ABSTRACT

This research aims to determine the acceptability of Shopee application users in Southeast Minahasa Regency during the Covid-19 pandemic using the Technology Acceptance Model. The research sample is 187 people who are Shopee application users in Southeast Minahasa Regency. Simple linear regression was used to analyze the research data. The research results found evidence that perceived convenience has a positive effect on perceived usefulness and attitudes towards using Shopee in Southeast Minahasa Regency; perceived usefulness has a positive impact on attitudes towards use, and attitudes towards using the Shopee application have a positive effect on attitudes towards actual use. The research results found that people in Southeast Minahasa Regency had accepted and used the Shopee application well during the Covid-19 pandemic for online shopping transactions. The people there consider using the Shopee application for online shopping activities, making the shopping process practical and safe and preventing the spread of the coronavirus.

Keywords: *Shopee Application, Technology Acceptance Model, User Acceptance*

ABSTRAK

Tujuan riset ini untuk menemukan determinan keberterimaan pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara saat pandemi Covid-19 menggunakan *Technology Acceptance Model*. Sampel riset berjumlah 187 orang yang merupakan pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara. Regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis data riset ini. Hasil riset menemukan bukti bahwap persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan dan sikap penggunaan Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, persepsi kegunaan berpengaruh positif pada sikap penggunaan dan sikap penggunaan aplikasi Shopee berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan yang sesungguhnya. Hasil riset menemukan bahwa masyarakat di Kabupaten Minahasa Tenggara sudah menerima dan menggunakan aplikasi Shopee dengan baik saat pandemi Covid-19 berlangsung untuk transaksi belanja *online*. Masyarakat disana menganggap penggunaan aplikasi Shopee untuk aktivitas belanja *online*, membuat proses belanja menjadi praktis dan aman, serta mencegah penyebaran virus corona.

Kata Kunci: Aplikasi Shopee, Keberterimaan Pengguna, *Technology Acceptance Model*

A. PENDAHULUAN

Kebijakan pembatasan sosial skala besar saat pandemi Covid-19 berlangsung membuat interaksi masyarakat menjadi terbatas (Maria, 2020). Tujuannya untuk memutus rantai penyebaran virus corona. Kondisi ini membuat kebutuhan primer dan sekunder masyarakat di Indonesia dipenuhi dengan menggunakan layanan belanja secara *online* (Maria, 2021). Perdagangan elektronik (*e-commerce*) menjadi model bisnis yang banyak digunakan masyarakat saat pandemi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa (Primasari *et al.*, 2019; Minan, 2021; Fitriyani *et al.*, 2021). *E-commerce* memberikan kemudahan aktivitas penjualan dan pemasaran produk sehingga tidak hanya bermanfaat untuk pihak penjual maupun para calon konsumen ketika akan melakukan transaksi jual beli barang dan jasa (Hanny *et al.*, 2020). Pesatnya *e-commerce* memunculkan banyak *marketplace* di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Zalora, BlibliJD.ID, dan masih banyak lagi

Shopee menjadi salah satu *marketplace* populer dan banyak dikunjungi saat pandemi berlangsung (Olivia, 2022). Dari sisi jumlah kunjungan, aplikasi Shopee meraih peringkat pertama di Indonesia per Agustus 2022 (Wantiknas, 2022). Aplikasi ini menjadi aplikasi belanja *online* yang mayoritas dipilih responden survey populix saat hari belanja *online* nasional (harbolnas) tahun 2022 (Annur, 2022). Shopee memiliki fitur menarik, seperti *live chat*, *hashtag*, dan *shopee live* yang berbeda dengan *marketplace* lainnya (Pranitasari & Sidqi, 2021). Shopee menduduki peringkat pertama aplikasi yang paling banyak diunduh pada App Store dan Google Play Store (Darmawan, 2022). Aplikasi ini sudah diunduh dari Google Play Store sebanyak 100 juta lebih dan mendapatkan peringkat sebesar 4,2 dari skala 5.0. Ini artinya, masih terdapat banyak ulasan negatif dari para pengguna aplikasi ini. Ulasan negatif pengguna antara lain aplikasi terlalu berat, sehingga mengganggu proses transaksi jual dan beli, tidak ada penghapusan toko yang tidak

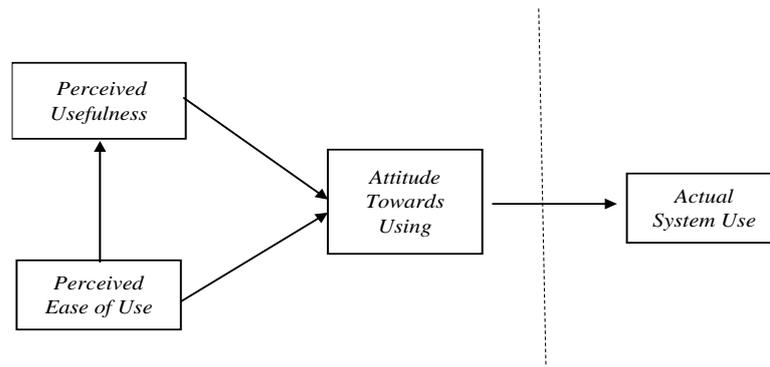
aktif, respon lambat dari penjual dan *customer service*, keamanan penarikan dana, dan lain-lain. Ulasan negatif ini menunjukkan pengguna Shopee masih merasa kurang puas dalam menggunakan aplikasi ini.

Riset terdahulu tentang pengguna dan aplikasi Shopee sudah banyak dilakukan. Riset terdahulu sudah mencoba menggunakan banyak metode/model untuk menganalisis kesuksesan aplikasi Shopee dari sisi pengguna. Model yang digunakan, antara lain *Technology Acceptance Model* (Chaniago & Akbar, 2020; Budiastuti & Muid, 2020), *Theory of Planned and Behaviour* (Nikolas *et al.*, 2022), *Delone and Mclane* (AlQadrie *et al.*, 2022), metode EUCS (Ariska & Amelia, 2020; Yang & Sihotang, 2023), metode *Algoritma Naïve Bayes* (Safitri & Dewa, 2020) dan metode *e-service quality* dan kartesius (Pranitasari & Sidqi, 2021). Hasil riset terdahulu tersebut menemukan bahwa metode/model pengukuran yang ada tersebut, terbukti secara empiris dapat digunakan dalam analisis pengguna aplikasi/sistem informasi. Riset-riset terdahulu memiliki kelemahan pada terbatasnya jumlah dan karakteristik responden, sehingga hasil riset tidak dapat digeneralisasi karena riset seperti ini membutuhkan sampel dalam jumlah besar dan profil responden yang bermacam-macam untuk mewakili populasi (Rismayanti *et al.*, 2021). Kondisi ini mendorong riset yang meneliti tentang pengguna dan aplikasi Shopee dalam rangka memberikan rekomendasi perbaikan dan peningkatan kinerja aplikasi dari sisi pengguna masih menarik dilakukan. Hasil riset Safitri & Dewa (2020) juga menguatkan bahwa transaksi jual beli di aplikasi ini masih memiliki peluang besar untuk terus bertumbuh meski pandemi telah berlalu, sehingga kualitas pelayanan tetap menjadi fokus utama pengelola aplikasi ini (Prasetyo *et al.*, 2020; Orariri *et al.*, 2020).

Tujuan riset ini adalah menerapkan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menemukan bukti empiris faktor apa saja yang menentukan keberterimaan pengguna untuk menggunakan aplikasi Shopee dalam transaksi belanja *online* saat pandemi Covid-19. Riset ini memilih TA karena model ini telah terbukti secara empiris dan konsisten dapat menjelaskan perilaku pengguna ketika menerima sebuah teknologi informasi yang diimplementasikan (Hervilia *et al.*, 2022). Riset ini memilih untuk meneliti Kabupaten Minahasa Tenggara, karena tiga alasan. Pertama, riset pengguna dan aplikasi Shopee belum pernah dilakukan disana. Kedua, kabupaten ini menduduki peringkat tertinggi ketiga dari 15 kabupaten/kota di Provinsi Sulawesi Utara yang konsisten selama tahun 2019-2022 menggunakan internet untuk transaksi jual beli *online*. Ketiga, hasil riset pendahuluan menemukan bahwa masyarakat di kabupaten ini melakukan transaksi jual beli *online* menggunakan aplikasi Shopee selama pandemi. Kontribusi dari riset ini ada dua. Pertama, bagi pengembangan ilmu bidang Sistem Informasi. Riset ini menyediakan bukti bahwa faktor yang menentukan keberterimaan pengguna aplikasi Shopee untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa secara *online*. Kedua, bagi pihak manajemen Shopee. Hasil riset ini dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen agar dapat memperhatikan faktor yang mempengaruhi keberterimaan pengguna aplikasi ini ketika hendak melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja aplikasi Shopee.

B. KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang cocok digunakan untuk memprediksi minat dan keinginan individu dalam menerima teknologi (Deananda *et al.*, 2020). TAM digunakan untuk mengukur dan menganalisis penerimaan pengguna terhadap penerapan sistem informasi di organisasi (Davis, 1985). Gambar 1 menyajikan empat faktor dalam TAM. Pertama, *perceived usefulness* (PU), yaitu persepsi kebermanfaatan teknologi untuk menunjang pekerjaan. Kedua, *perceived ease of use* (PEOU), yaitu persepsi kemudahan menggunakan teknologi. Ketiga, *attitude towards using* (ATU), yaitu sikap suka-tidak suka seseorang ketika menggunakan teknologi. Keempat, *actual system use* (ASU), yaitu kondisi saat teknologi digunakan secara nyata.



Gambar 1.
Technology Acceptance Model (Davis, 1985)

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness

Perceived ease of use (PEOU) memberikan gambaran bahwa penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi pengguna, sedangkan *perceived usefulness* (PU) memberikan gambaran bahwa teknologi informasi saat ini bermanfaat dalam kegiatan sehari-hari (Davis, 1985). Apabila ada hubungan signifikan antara PEOU dan PU, ini artinya ketika pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa mudah saat menggunakan aplikasi ini, maka kondisi ini maka akan membentuk persepsi pengguna bahwa aplikasi Shopee bermanfaat untuk membantu kegiatan sehari-hari dalam pemenuhan barang dan jasa yang dibeli secara *online*, dan sebaliknya. Jika pengguna merasa bahwa sulit menggunakan aplikasi Shopee, maka para pengguna akan membentuk persepsi bahwa aplikasi ini tidak bermanfaat untuk kegiatan sehari-hari dalam upaya pemenuhan barang dan jasa. Dalam upaya membuktikan hubungan antara PEOU dan PU pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, maka disusun hipotesis pertama, berikut ini.

H₁: *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif pada *perceived usefulness* para pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Attitude Toward Using

Perceived ease of use (PEOU) memberikan gambaran bahwa penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi pengguna dan *attitude toward using* (ATU) memberikan gambaran sikap suka atau tidak, seseorang ketika menggunakan teknologi (Davis, 1985). Apabila ada hubungan yang signifikan antara PEOU dan ATU, ini artinya ketika pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa mudah saat menggunakan aplikasi ini, maka akan mendorong terbentuknya sikap positif dari pengguna untuk menyukai aplikasi ini untuk bertransaksi belanja barang dan jasa secara *online*, dan sebaliknya. Jika pengguna Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa sulit menggunakan aplikasi Shopee, maka akan mendorong terbentuknya sikap negatif pengguna untuk tidak menyukai menggunakan aplikasi ini. Dalam upaya membuktikan hubungan antara PEOU dan ATU pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, maka disusun hipotesis kedua, berikut ini.

H₂: *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif pada *attitude toward using* para pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara.

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Attitude Toward Using

Perceived usefulness (PU) memberikan gambaran bahwa persepsi kebermanfaatan teknologi untuk menunjang pekerjaan dan *attitude toward using* (ATU) memberikan gambaran sikap suka atau tidak, seseorang ketika menggunakan teknologi (Davis, 1985). Apabila ada hubungan yang signifikan antara PU dan ATU, ini artinya apabila pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa penggunaan aplikasi ini memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari, maka akan mendorong terbentuknya sikap positif dari pengguna untuk menyukai aplikasi ini untuk bertransaksi *online*, dan sebaliknya. Jika pengguna aplikasi Shopee merasa penggunaan aplikasi ini tidak memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari, maka akan mendorong terbentuknya sikap negatif dari pengguna untuk tidak menyukai aplikasi ini untuk bertransaksi *online*. Dalam upaya membuktikan hubungan antara PU dan ATU pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, maka disusun hipotesis ketiga, berikut ini.

H₃: *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif pada *attitude toward using* para pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara.

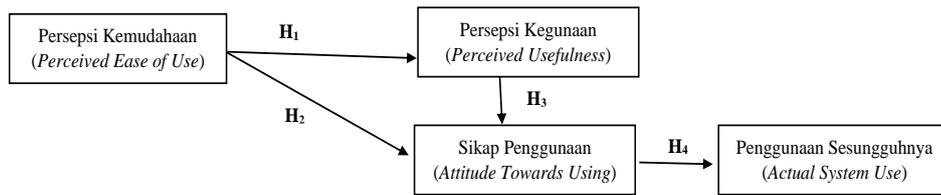
Pengaruh Attitude Toward Using terhadap Actual System Use

Attitude toward using (ATU) memberikan gambaran sikap suka atau tidak, seseorang ketika menggunakan teknologi dan *actual system use* (ASU) memberikan gambaran kondisi saat teknologi digunakan secara nyata (Davis, 1985). Apabila ada hubungan yang signifikan antara ATU dan ASU, ini artinya apabila pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara memberikan sikap positif, maka pengguna akan menggunakan aplikasi Shopee untuk transaksi belanja *online* dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa setiap harinya, dan sebaliknya. Jika pengguna aplikasi Shopee menunjukkan sikap negatif, maka pengguna tidak

akan menggunakan aplikasi Shopee dalam proses pemenuhan kebutuhan barang dan jasa sehari-harinya. Dalam upaya membuktikan hubungan antara ATU dan ASU pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, maka disusun hipotesis keempat, berikut ini.

H₄: *Attitude toward using* aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara berpengaruh positif pada *actual system usedisana*.

Gambar 2 menyajikan model riset untuk menguji empat hipotesis yang dikembangkan menggunakan TAM untuk menemukan bukti empiris tentang faktor apa yang mempengaruhi keberterimaan aplikasi Shopee di masyarakat Kabupaten Minahasa Tenggara.



Gambar 2.
Model Riset

C. METODE PENELITIAN

Metode riset ini adalah riset kuantitatif, dengan mengolah data angka untuk menguji hubungan di antara variabel menggunakan sampel tertentu yang mewakili populasi (Toding & Maria, 2023). Metode ini dipilih untuk melihat faktor yang mempengaruhi keberterimaan para pengguna aplikasi Shopee dari perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM). Riset ini menggunakan kuesioner *online* untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebar kepada masyarakat di Kabupaten Minahasa Tenggara dari tanggal 10 Januari sampai 28 Februari 2023. Metode pemilihan sampel riset menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria pemilihan sampel, yaitu responden merupakan pengguna aplikasi Shopee yang sudah pernah melakukan transaksi dalam aplikasi tersebut di Kabupaten Minahasa Tenggara dan responden mengisi kuesioner dengan lengkap. Total responden riset ini berjumlah 187 responden.

Variabel Operasional Riset dan Pengukurannya

Riset ini meneliti variabel dari TAM yang dikembangkan oleh Davis (1985), yaitu *Perceived Usefulness*(PU), *Perceived Ease Of Use*(PEOU), *Attitude Towards Using*(ATU), dan *Actual System Use*(ASU). Pernyataan kuesioner mengacu pada Davis (1985) dan (Toding & Maria, 2023) yang kemudian diadaptasi sesuai dengan konteks riset, yaitu aplikasi Shopee. Tabel 1 menyajikan instrumen riset ini. Item pernyataan kuesioner berjumlah 37 butir. Seluruh item kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert* lima poin, yaitu poin 1 Sangat Tidak Setuju (STS), poin 2 Tidak Setuju (TS), poin 3 Netral (N), poin 4 Setuju (S), dan poin 5 Sangat Setuju (SS). Sebelum disebar kuesioner akan dilakukan pengujian kualitas instrumen dengan cara melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian

validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir pernyataan dalam mendefinisikan variabel, menggunakan *Product Moment Pearson Correlation* (Sugiyono, 2017). Apabila nilai $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) < 0,05$ dan nilai r_{hitung} bernilai positif, maka pernyataan dikatakan valid, dan sebaliknya. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach Alpha* (α). Tujuannya, untuk mengukur konsistensi dan keakuratan pernyataan kuesioner jika digunakan pada obyek yang berulang, dan jawaban kuesioner reliabel jika nilai (α) $> 0,60$, dan sebaliknya.

Tabel 1.
Operasionalisasi Variabel Riset

VARIABEL	PERNYATAAN
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1 Tanpa Shopee, saya sulit melakukan aktivitas berbelanja saat pandemi.
	PU2 Shopee memberikan kendali besar kepada saya saat berbelanja disana.
	PU3 Kinerja belanja saya meningkat jika menggunakan Shopee saat pandemi.
	PU4 Kebutuhan keseharian saya terpenuhi dari aplikasi Shopee saat pandemi.
	PU5 Waktu belanja saat pandemi lebih hemat, jika bertransaksi di Shopee.
	PU6 Transaksi akan selesai lebih cepat, jika saya menggunakan Shopee.
	PU7 Aspek penting sehari-hari saya saat pandemi di dukung aplikasi Shopee.
	PU8 Kegiatan belanja saya dapat selesai lebih banyak jika menggunakan Shopee
	PU9 Waktu kegiatan tidak produktif berkurang, jika belanja pakai Shopee.
	PU10 Keefektifan belanja saya meningkat, jika belanja pakai Shopee.
	PU11 Kualitas belanja saya meningkat, jika belanja pakai Shopee.
	PU12 Produktivitas saya meningkat, jika belanja pakai Shopee.
	PU13 Kegiatan sehari-hari saya saat pandemi mudah, jika belanja pakai Shopee.
	PU14 Secara keseluruhan, saya merasa Shopee berguna di keseharian saya
<i>Perceived Ease Of Use</i>	PEOU1 Saat menggunakan aplikasi Shopee, saya sering mengalami kebingungan.
	PEOU2 Saat menggunakan aplikasi Shopee, saya sering melakukan kesalahan.
	PEOU3 Saya frustrasi ketika berinteraksi dalam aplikasi Shopee.
	PEOU4 Aplikasi Shopee, saya sering gunakan untuk berinteraksi dengan pengguna.
	PEOU5 Melakukan interaksi dengan Shopee membutuhkan usaha yang banyak.
	PEOU6 Saya merasa mudah memulihkan kesalahan saat menggunakan Shopee
	PEOU7 Aplikasi Shopee tidak fleksibel dan kaku untuk aktivitas interaksi.
	PEOU8 Saya merasa mudah melakukan yang saya inginkan menggunakan Shopee
	PEOU9 Banyak kejutan/hal terduga disediakan dalam aplikasi Shopee.
	PEOU10 Saya merasa sulit menggunakan Shopee
	PEOU11 Interaksi saya dengan Shopee mudah saya pahami
	PEOU12 Mudah bagi saya, mengingat cara bertransaksi menggunakan Shopee
	PEOU13 Shopee memberikan panduan yang membantu saya bertransaksi disana
	PEOU14 Secara keseluruhan menurut saya Shopee mudah untuk digunakan
<i>Attitude Towards Using</i>	ATU1 Saya merasa sangat menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
	ATU2 Saya merasa mungkin menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
	ATU3 Saya merasa sedikit menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
	ATU4 Saya merasa tidak terlalu suka atau tidak suka Shopee saat pandemi.
	ATU5 Saya merasa sedikit tidak menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
	ATU6 Saya merasa tidak menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
	ATU7 Saya merasa sangat tidak menyukai aplikasi Shopee saat pandemi.
<i>Actual System Use</i>	ASU1 Rata-rata saya menggunakan Shopee (pilihlah jawaban yang paling akurat menurut anda): Tidak pernah menggunakan; Menggunakan sekitar sekali setiap minggu; Menggunakan beberapa kali setiap minggu; Menggunakan sekali setiap hari; Menggunakan beberapa kali setiap hari.
	ASU2 Rata-rata lamanya waktu saya ketika menggunakan Shopee (pilihlah jawaban yang paling akurat menurut anda): Tidak pernah menggunakan; Kurang dari 1 jam; Antara 1 sampai 3 jam; 3 sampai 5 jam; lebih dari 5 jam.

Metode Analisis

Data riset ini akan dianalisis menggunakan dua acara. Pertama, pengujian asumsi klasik dengan menguji normalitas dan heteroskedastisitas. *Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk menguji normalitas data. Jika nilai *asympt.sig (2-tail) > 0,05*, artinya data terdistribusi normal, dan sebaliknya. Sedangkan, jika nilai *sig. > 0,05*, maka artinya data riset ini tidak punya gejala heteroskedastisitas, dan sebaliknya. Kedua, pengujian hipotesis riset menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menyelenggarakan Uji T. Tujuannya, untuk menguji pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hipotesis riset didukung, jika nilai *Sig. < 0,05*, dan sebaliknya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil demografi responden berdasarkan gender, umur, dan profesi disajikan pada Tabel 2. Total responden riset ini ada 187 responden. Dari sisi gender, ada 44 orang responden laki-laki dan sisanya sebanyak 143 orang perempuan. Dari sisi umur, ada 134 responden berada pada rentang usia 20-40 tahun dan sisanya 17 responden berada pada rentang usia 41-51 tahun. Sedangkan dari sisi profesi, ada 100 responden mahasiswa/pelajar, 28 responden berprofesi sebagai aparatur sipil negara, 15 responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 35 responden berprofesi sebagai wiraswasta, dan sisanya berprofesi pelaut, polisi, dokter dan perawat, yaitu sebanyak 9 responden.

Tabel 2.
Demografi Responden

Keterangan	Kategori	Jumlah
Gender	Laki-Laki	44
	Perempuan	143
Umur	< 20 Tahun	36
	20 Tahun – 40 Tahun	134
	41 Tahun – 51 Tahun	17
Profesi	Mahasiswa/Pelajar	100
	Aparatur Sipil Negara	28
	Ibu Rumah Tangga	15
	Wiraswasta	35
	Pelaut/polisi/dokter/perawat	9

Sumber: *Data Olahan, 2023*

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 3 menyajikan hasil uji validitas riset menggunakan *Product Moment Pearson Correlation*. Ada dua tahap pengujian. Tahap 1 pengujian dilakukan pada 37 item pernyataan dalam kuesioner, dan ditemukan ada tiga butir pernyataan, yaitu PEOU14, ATU1 dan ATU2 tidak valid karena nilai *Sig. > 0,05* dan nilai *r* bernilai negatif, sedangkan sisanya 34 butir pernyataan kuesioner valid. Tiga butir pernyataan yang tidak valid dihapus, dan dilakukan uji validitas tahap 2. Hasil pengujian tahap 2 ditemukan bahwa 34 butir pernyataan kuesioner valid, sehingga dilanjutkan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4 dan menemukan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner memiliki (α) $> 0,60$. Ini artinya 34 butir pernyataan kuesioner reliabel dan dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 5. Jika nilai Sig.> 0,05 maka variabel terdistribusi normal dan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Hasil uji menemukan bahwa data yang akan digunakan semua terdistribusi normal dan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas, sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas

Uji Tahap 1				Uji Tahap 2				
Variabel	Rhitung	Sig.	Ket	Variabel	Rhitung	Sig.	Ket	
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0,601	0,000	Valid	PU1	0,601	0,000	Valid
	PU2	0,684	0,000	Valid	PU2	0,684	0,000	Valid
	PU3	0,742	0,000	Valid	PU3	0,742	0,000	Valid
	PU4	0,709	0,000	Valid	PU4	0,709	0,000	Valid
	PU5	0,650	0,000	Valid	PU5	0,650	0,000	Valid
	PU6	0,688	0,000	Valid	PU6	0,688	0,000	Valid
	PU7	0,762	0,000	Valid	PU7	0,762	0,000	Valid
	PU8	0,630	0,000	Valid	PU8	0,630	0,000	Valid
	PU9	0,694	0,000	Valid	PU9	0,694	0,000	Valid
	PU10	0,717	0,000	Valid	PU10	0,717	0,000	Valid
	PU11	0,648	0,000	Valid	PU11	0,648	0,000	Valid
	PU12	0,757	0,000	Valid	PU12	0,757	0,000	Valid
	PU13	0,779	0,000	Valid	PU13	0,779	0,000	Valid
	PU14	0,662	0,000	Valid	PU14	0,662	0,000	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	0,479	0,000	Valid	PEOU1	0,550	0,000	Valid
	PEOU2	0,600	0,000	Valid	PEOU2	0,649	0,000	Valid
	PEOU3	0,415	0,000	Valid	PEOU3	0,484	0,000	Valid
	PEOU4	0,435	0,000	Valid	PEOU4	0,474	0,000	Valid
	PEOU5	0,459	0,000	Valid	PEOU5	0,521	0,000	Valid
	PEOU6	0,382	0,000	Valid	PEOU6	0,371	0,000	Valid
	PEOU7	0,374	0,000	Valid	PEOU7	0,438	0,000	Valid
	PEOU8	0,445	0,000	Valid	PEOU8	0,389	0,000	Valid
	PEOU9	0,386	0,000	Valid	PEOU9	0,377	0,000	Valid
	PEOU10	0,456	0,000	Valid	PEOU10	0,546	0,000	Valid
	PEOU11	0,336	0,000	Valid	PEOU11	0,246	0,000	Valid
	PEOU12	0,313	0,000	Valid	PEOU12	0,200	0,000	Valid
	PEOU13	0,427	0,000	Valid	PEOU13	0,320	0,000	Valid
	PEOU14	0,137	0,061	Invalid				
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	-0,184	0,012	Invalid				
	ATU2	-0,061	0,405	Invalid				
	ATU3	0,610	0,000	Valid	ATU3	0,603	0,000	Valid
	ATU4	0,818	0,000	Valid	ATU4	0,885	0,000	Valid
	ATU5	0,771	0,000	Valid	ATU5	0,859	0,000	Valid
	ATU6	0,746	0,000	Valid	ATU6	0,865	0,000	Valid
	ATU7	0,703	0,000	Valid	ATU7	0,801	0,000	Valid
<i>Actual System Use</i>	ASU1	0,747	0,000	Valid	ASU1	0,747	0,000	Valid
	ASU2	0,867	0,000	Valid	ASU2	0,867	0,000	Valid

Sumber: Data Olahan, 2023

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Ket
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,917	14 Item	Reliabel
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU)	0,633	13 Item	Reliabel
<i>Attitude Towards Using</i> (ATU)	0,862	5 Item	Reliabel
<i>Actual System Use</i> (ASU)	0,654	2 Item	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2023

Tabel 5.
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Normalitas	Uji Heteroskedastisitas
PEOU terhadap PU	0,200	0,443
PEOU terhadap ATU	0,069	0,400
PU terhadap ATU	0,200	0,713
ATU terhadap ASU	0,078	0,113

Sumber: Data Olahan, 2023

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis riset ini diuji menggunakan uji regresi linear sederhana, dengan melakukan uji *t*, jika nilai Sig.< 0,05 maka hipotesis didukung, dan sebaliknya. Ada empat hipotesis yang diuji dalam riset ini. Hasil uji hipotesis riset ini dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil pengujian ditemukan bahwa H₁, H₂, H₃, dan H₄ riset ini didukung bukti empiris. Riset ini menemukan ada pengaruh positif signifikan PEOU terhadap PU, PEOU terhadap ATU, PU terhadap ATU, dan ATU terhadap ASU untuk konteks pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara.

Tabel 6.
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	t-hitung	Sig.(<i>p-value</i>)	Ket
H1: PEOU terhadap PU	0,590	4,705	0,000	Didukung
H2: PEOU terhadap ATU	0,236	5,132	0,000	Didukung
H3: PU terhadap ATU	0,083	3,124	0,002	Didukung
H4: ATU terhadap ASU	0,087	3,743	0,000	Didukung

Sumber: Data Olahan, 2023

Pembahasan

Hasil uji dari hipotesis pertama (H₁) menemukan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh positif pada *perceived usefulness* (PU) dari pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, sehingga H₁ terdukung. Ini terlihat dari nilai t-hitung sebesar 4,705 dan *p-value* sebesar 0,000. Temuan ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Mahendra & Irfan (2016), Rosyida (2017), Chaniago & Akbar (2020), dan Toding & Maria (2023). Pengaruh positif dari PEOU terhadap PU, berarti semakin pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara mempunyai persepsi aplikasi ini mudah ketika digunakan dalam transaksi belanja barang dan jasa secara *online*, maka pengguna akan memiliki keyakinan tinggi untuk menggunakan aplikasi ini dalam aktivitas sehari-harinya, demikian sebaliknya. Individu yang merasa penggunaan aplikasi ini sulit, cenderung tidak

akan menjalankan aplikasi ini untuk kegiatan belanja barang dan jasa sehari-harinya. Meskipun kondisi pandemi membatasi kegiatan interaksi, maka individu yang memiliki persepsi sulit tetap akan melakukan aktivitas belanja barang dan jasa secara konvensional di Kabupaten Minahasa Tenggara.

Hasil uji dari hipotesis kedua (H_2) menemukan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh positif pada *attitude towards using* (ATU) dari pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, sehingga H_2 terdukung. Ini terlihat dari nilai t_{hitung} sebesar 5,132 dan $p-value$ sebesar 0,000. Temuan ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Rosyida (2017), Chaniago & Akbar (2020), Toding & Maria (2023). Pengaruh positif dari PEOU terhadap ATU, berarti semakin pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa mudah saat menggunakan aplikasi ini, maka akan bersikap menyukai aplikasi ini untuk melakukan transaksi belanja barang dan jasa secara *online*, dan sebaliknya. Pengguna Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara yang memiliki persepsi aplikasi ini sulit untuk melakukan transaksi belanja *online*, akan bersikap tidak menyukai aplikasi ini.

Hasil uji dari hipotesis ketiga (H_3) menemukan bahwa *perceived usefulness* (PU) berpengaruh positif pada *attitude towards using* (ATU) dari pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, sehingga H_3 terdukung. Ini terlihat dari nilai t -hitung sebesar 3,124 dan $p-value$ sebesar 0,002. Temuan ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Rosyida (2017). Pengaruh positif dari PU terhadap ATU, berarti semakin pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara merasa penggunaan aplikasi ini memberikan manfaat dalam membantu aktivitas belanja kebutuhannya secara *online*, maka pengguna akan menyukai aplikasi ini, demikian sebaliknya. Namun, jika pengguna tidak merasakan manfaat penggunaan aplikasi ini, maka pengguna akan tidak menyukai penggunaan aplikasi ini untuk transaksi secara *online* saat pandemi.

Hasil uji dari hipotesis keempat (H_4) menemukan bahwa *attitude towards using* (ATU) berpengaruh positif pada *actual system use* (ASU) dari pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara, sehingga H_4 terdukung. Ini terlihat dari nilai t -hitung sebesar 3,743 dan $p-value$ sebesar 0,000. Temuan ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Wida *et al.* (2016), Rosyida (2017), dan Toding & Maria (2023). Pengaruh positif dari ATU terhadap ASU, berarti semakin suka pengguna pengguna di Kabupaten Minahasa Tenggara pada aplikasi Shopee, maka pengguna tidak akan ragu-ragu lagi untuk menggunakan aplikasi tersebut untuk transaksi belanja *online*, demikian sebaliknya. Pengguna yang menyukai aplikasi ini, saat pandemi berlangsung lebih memilih bertransaksi barang dan jasa secara *online* pada aplikasi ini daripada belanja secara konvensional. Masyarakat di Kabupaten Minahasa Tenggara juga menyadari jika belanja secara konvensional saat pandemi berlangsung sangat berbahaya, karena virus corona sangat mematikan.

E. SIMPULAN

Riset ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan bukti empiris determinan keberterimaan pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara saat pandemi Covid-19 menggunakan *Technology Acceptance Model*

(TAM). TAM adalah metode yang telah terbukti secara empiris dapat digunakan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap implementasi teknologi informasi, yaitu aplikasi Shopee. Hasil pengujian riset ini menemukan bahwa *perceived ease of use* dari pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Minahasa Tenggara berpengaruh positif pada *perceived usefulness* dari aplikasi, *perceived ease of use* dari pengguna aplikasi Shopee berpengaruh positif pada *attitude towards using* aplikasi, *perceived usefulness* dari pengguna aplikasi Shopee berpengaruh positif pada *attitude towards using* aplikasi, serta *attitude towards using* pengguna aplikasi Shopee berpengaruh positif pada *actual system use* aplikasi Shopee. Hasil riset menemukan bahwa masyarakat di Kabupaten Minahasa Tenggara sudah menerima dan menggunakan aplikasi Shopee dengan baik saat pandemi Covid-19 berlangsung untuk transaksi belanja *online*. Masyarakat disana menganggap penggunaan aplikasi Shopee untuk aktivitas belanja *online*, membuat proses belanja menjadi praktis dan aman, serta mencegah penyebaran virus corona saat pandemi berlangsung.

Riset ini memiliki keterbatasan pada responden, dimana tidak memiliki responden yang memiliki peran sebagai penjual dalam aplikasi Shopee. Kondisi ini membuat hasil riset tentang keberterimaan pengguna aplikasi Shopee ini hanya khusus untuk menggambarkan faktor keberterimaan pengguna dari sisi pembeli saja. Oleh sebab itu, riset mendatang disarankan untuk meneliti tidak hanya pembeli tetapi juga dari sisi penjual. Ini dilakukan supaya bisa didapatkan hasil riset yang lebih komprehensif untuk memberikan rekomendasi kepada pengelola Shopee, tentang faktor yang mempengaruhi keberterimaan pengguna aplikasi Shopee baik dari sisi pembeli maupun penjual.

DAFTAR PUSTAKA

- AlQadrie, S. Z., Prawira, D., & Ilhamsyah. (2022). Analisis Kesuksesan E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Delone & Mclean IS Success Model (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Tanjungpura). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 10(2), 119.
- Annur, C. M. (2022). *Survei: Shopee Jadi Platform E-commerce yang Paling Banyak Digunakan Saat Harbolnas*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Ariska, I., & Amelia, R. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Marketplace Shopee Dan Lazada Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs). *Bina Darma Conference on Computer Science*, 321–327.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan Technology Model. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Chaniago, D., & Akbar, M. (2020). Analisis Kemampuan Pengguna dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 2(2), 2746–1343.
- Darmawan, E. S. (2022). *Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021*. Kompas.Com.
- Davis, F. D. (1985). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results [Massachusetts Institute of Technology]. In *Sloan School of Management* (Issue January 1985). <https://doi.org/oclc/56932490>
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Fitriyani, F., Nabilah, A. H., Utami, A. S., Arifah, A. N., Rahmadanti, F. F., Salma, N. C., Arfiana, S. F., & Toharudin, T. (2021). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Aktivitas Belanja Online Mahasiswa Jawa Barat di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Statistika X*. <http://prosiding.statistics.unpad.ac.id/index.php/prosidingnasional/article/view/88>
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Sawangan, Depok. *Excellent*, 7(1), 56–68. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.626>
- Hervilia, H., Singasatia, D., & M. Agus Sunandar. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410.

<https://doi.org/10.55123/insologi.v1i4.750>

- Mahendra, & Irfan. (2016). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Mengevaluasi Penerimaan Pengguna terhadap Sistem Informasi pada PT. Ari Jakarta. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.
- Maria, E. (2020). Digitalisasi Ekonomi Desa Memasuki Era Kenormalan Baru. In T. C. Leasiwal (Ed.), *Perkembangan Perekonomian Indonesia saat Serangan Pandemi Covid-19* (Vol. 1, Issue 9, pp. 25–58). CV. AA. Rizky.
- Maria, E. (2021). Sistem Informasi Akuntansi dan UMKM saat Pandemi COVID-19. In H. Fahlevy, R. Mullyany, M. Indriani, D. Setiawan, & H. Ihsan (Eds.), *Dinamika Akuntansi di Masa Krisis* (1st ed., pp. 89–110). Syah Kuala University Press.
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Nikolas, F., Antara, A. M. E., Fitriani, A. D. N., Darmayana, I. G., Agnestia, Pasangkin, J. K., & Islamiyah. (2022). Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Masyarakat Kalimantan Timur. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 1(2), 115–121. <https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.409>
- Olivia, O. (2022). *Daftar Toko Online Paling Besar dan Terpopuler di Indonesia Tahun 2022*. Kompas.Com.
- Orariri, C. A., Wardianto, K. B., & Subagja, G. (2020). Analisis Minat Beli Online Pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(2), 59–68.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Prasetyo, E. A., Djumali, & Hartono, S. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi. Manajemen Fakultas Ekonomi Uniba Surakarta). *Smooting: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(1), 27–36.
- Primasari, D., Sudjono, & Abriani, N. (2019). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Peningkatan Permintaan Kuantitas Produk Pada UMKM di Kabupaten Banyumas (Suatu Pendekatan Teori Technology Acceptance Model). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 63–73.
- Rismayanti, A., Maria, E., & Chernovita, H. P. (2021). Evaluasi Kesuksesan Website PT Yogyakarta Mega Grafika Saat COVID-19 Menggunakan Model DeLone-McLean. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 10(3), 688–

700.

- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja Online. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 2, 81–86.
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Daya Saing: Jurnal Manajemen Sumber Daya*, 22(2), 117–125. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta Bandung.
- Toding, S., & Maria, E. (2023). Determinan Keberterimaan Sistem Informasi Pemerintahan Daerah Kota Ambon menggunakan Technology Acceptance Model. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 12(1), 1–12.
- Wantiknas. (2022). *Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. Dewan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Nasional. <http://www.wantiknas.go.id/id/berita/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022#:~:text=Menurut data Similarweb%2C pada Agustus,7 juta kunjungan dari Indonesia>
- Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) pada Perilaku Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 16(2), 1–20. <https://doi.org/10.4018/joeduc.2004010104>
- Yang, M. Z., & Sihotang, J. I. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat. *Informatics and Digital Expert (INDEX)*, 4(2), 53–60. <https://doi.org/10.36423/index.v4i2.1110>