

Analysis of E-Commerce Seller Behavior Using the Technology Acceptance Model (TAM) Method: Case Study on the Thaijajan Community on Shopee

Resti Rahayu^{1*)}, Rizqiyatul Khoiriyah²⁾, S. B. P. Handhajani³⁾, Ayu Indraswari⁴⁾

¹⁾³⁾⁴⁾Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Gajayana Malang

²⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

^{*)}Correspondence author: resti.rahayu@unigamalang.ac.id, Malang, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/jtik.v11i1.2671>

Abstract

In Indonesia, there are various platforms that provide functions to carry out buying and selling transactions or called e-commerce. One of the e-commerce that is widely used in Indonesia is Shopee. Shopee is one of the e-commerce that is included in the B2C category that is widely used by people in various countries, especially in Indonesia. Shopee was officially launched for the first time in 2015 in Singapore and has expanded its business to other countries, such as Indonesia, the Philippines, Malaysia, Vietnam, Thailand, and Taiwan. The service provided by Shopee for sellers, namely Shopee Seller, is a reference for sellers and buyers when they are going to make buying and selling transactions using the Shopee application. There are several factors that must be owned by the Shopee Seller application which are benchmarks so that good and safe services are created when sellers make transactions. Therefore, it is necessary to conduct a behavioral analysis of sellers using the Technology Acceptance Model (TAM) method so that it can be known how users (sellers) behave towards accepting the e-commerce application used, namely Shopee Seller. This study was conducted on the THAIJAJAN seller community who use the Shopee Seller application using a descriptive approach. The results of the study show that the use and acceptance of the Shopee Seller application in the THAIJAJAN community are in the high category and have positive values. Thus, it is hoped that Shopee will always pay attention to the services and features provided so that they can satisfy the needs of Shopee users, especially for sellers.

Keywords: E-Commerce, Shopee Seller, Technology Acceptance Model

Abstrak

Di Indonesia terdapat berbagai macam platform yang menyediakan fungsi untuk melakukan transaksi jual beli atau disebut *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang banyak digunakan di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang termasuk dalam kategori jenis B2C yang banyak digunakan oleh masyarakat berbagai negara terutama di Indonesia. Shopee resmi diluncurkan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura dan telah melakukan ekspansi bisnisnya sampai ke negara lainnya, seperti Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Taiwan. Layanan yang diberikan oleh Shopee untuk penjual yaitu Shopee Seller menjadi acuan bagi penjual dan pembeli saat akan bertransaksi jual-beli menggunakan aplikasi shopee. Ada beberapa faktor yang harus dimiliki oleh aplikasi Shopee Seller yang menjadi tolak ukur sehingga tercipta layanan yang baik dan aman saat para penjual bertransaksi. Maka dari itu perlu dilakukan analisis perilaku dari penjual dengan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* sehingga dapat diketahui bagaimana perilaku pengguna (penjual) terhadap penerimaan aplikasi *e-commerce* yang digunakan yaitu Shopee Seller. Penelitian ini dilakukan pada komunitas penjual THAIJAJAN yang menggunakan aplikasi Shopee Seller dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dan penerimaan aplikasi Shopee Seller pada komunitas THAIJAJAN berada pada kategori yang tinggi dan bernilai positif. Dengan demikian diharapkan Shopee agar selalu memperhatikan

layanan serta fitur yang disediakan sehingga dapat memuaskan kebutuhan dari pengguna Shopee terutama bagi para penjual.

Kata Kunci: E-Commerce, Shopee Seller, Technology Acceptance Model

PENDAHULUAN

Di Indonesia terdapat berbagai macam platform yang menyediakan fungsi untuk melakukan transaksi jual beli atau disebut *e-commerce*. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang termasuk dalam kategori jenis B2C yang banyak digunakan oleh masyarakat berbagai negara terutama di Indonesia. Shopee resmi diluncurkan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura dan telah melakukan ekspansi bisnisnya sampai ke negara lainnya, seperti Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Taiwan. Penggunaan Shopee sebagai salah satu *e-commerce* mengalami peningkatan pencatatan transaksi di Indonesia pada tahun 2019 mencapai angka sebesar 7,19 Miliar dari 3,85 Miliar pada tahun 2018 (CLSA, 2019).

Shopee digunakan sebagai media perantara dalam melakukan transaksi penjualan sebagai *seller* (penjual) maupun pembelian sebagai *buyer* (pembeli). Shopee memiliki berbagai fitur lengkap yang mudah digunakan oleh baik dari sisi penjual maupun pembeli. Shopee Seller merupakan salah satu program yang dirancang secara khusus untuk penjual. Penjual dapat mengakses dan mengelola toko yang dimiliki melalui aplikasi Shopee maupun *website* www.seller.shopee.co.id. Shopee Seller juga telah menjangkau pasar secara luas sehingga lebih banyak peluang konsumen yang akan melihat dan tertarik dengan produk yang dijual.

Penjual dapat menjual berbagai macam produk yang dimiliki melalui Shopee. Salah satu kategori produk yang terdapat di Shopee adalah koleksi penggemar. Koleksi penggemar merupakan produk-produk koleksi yang digemari oleh seseorang seperti *figure*, boneka maskot, *collectible card*, *photocard* dan lain sebagainya. Koleksi penggemar yang menjadi favorit terutama bagi kaum muda-mudi di Indonesia berasal dari Korea, Jepang dan Thailand. Transaksi dari koleksi penggemar dapat dilakukan melalui berbagai macam media sosial salah satunya adalah x.com atau Twitter. Komunitas THAIJAJAN merupakan salah satu forum yang dibuat untuk memfasilitasi penjual dan pembeli produk koleksi asal Thailand. Penjual dari komunitas THAIJAJAN

<https://journal.thamrin.ac.id/index.php/jtik/article/view/2671/2450>

akan menawarkan *merchandise* kepada anggota komunitas, pembeli yang tertarik akan mengirimkan *direct message* ke *account* penjual. Setelah *deal* dengan pembeli, pembeli diharuskan untuk *transfer* melalui bank ke rekening penjual. Banyaknya kasus penipuan di X juga menjadi salah satu penyebab penjual dan pembeli merasa *trust issue* atau tidak percaya satu sama lain. Maka dari itu diperlukan perantara *e-commerce* agar pembeli dan penjual merasa aman dan diuntungkan.

Layanan yang diberikan oleh Shopee Seller menjadi acuan bagi penjual serta pembeli saat akan bertransaksi menggunakan aplikasi tersebut. Ada beberapa faktor yang harus dimiliki oleh aplikasi maupun *website* Shopee Seller yang menjadi tolak ukur sehingga tercipta lingkungan layanan yang aman saat bertransaksi. Maka dari itu dalam pengukuran penerimaan aplikasi Shopee perlu dilakukan analisis perilaku pengguna dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) sehingga dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam layanan Shopee Seller untuk pengguna.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan kerangka kerja yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada 1989 dengan tujuan untuk menganalisis serta memahami berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan dan pengadopsian teknologi komputer. Metode TAM ditentukan oleh lima konstruk yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap pengguna (*attitude toward using*), niat perilaku (*behavioral intention to use*) dan penggunaan sistem sebenarnya (*actual system usage*) (Wicaksono, 2022). Teori ini digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya untuk mencari apa perilaku yang mendorong penerimaan penggunaan dari teknologi informasi yang salah satunya adalah *e-commerce*. Beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Andry, dkk (2023)	Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM)	Hasil penelitian ini perilaku pengguna Shopee masuk dalam kategori yang sangat bagus meliputi Perceived ease to use (85,73%), Perceived usefulness (84,55%), Trust (81,14%), Behaviour intention to use (80,98%), Attitude toward using (83,17%).
2	Santoso dan Widiyanti (2022)	Kahoot! Sebagai inovasi evaluasi hasil belajar siswa yang efektif dan menyenangkan	Hasil penelitian menunjukkan aplikasi Kahoot! efektif sebagai platform evaluasi hasil belajar ekonomi. Aplikasi Kahoot! merupakan inovasi dalam evaluasi hasil belajar yang lebih menyenangkan dilihat dari hasil analisis TAM yaitu keberterimaan oleh siswa cukup baik.
3	Hidayat dan Canta (2022)	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode TAM	Hasil penelitian diketahui bahwa pemakaian aplikasi Tokopedia 86,07%, kemudahan aplikasi 86,78%, manfaat aplikasi 86,78%, resiko aplikasi 86,60 % serta kepercayaan pengguna 87,32% dengan kategori sangat setuju. Dari hasil presepsi kepuasan dapat dinyatakan bahwa mahasiswa STMIK BI Balikpapan puas dalam menggunakan aplikasi Tokopedia.
4	Santoso dan Zusrony (2020)	Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)	Berdasarkan analisis dengan pendekatan deskriptif kuantitatif menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap keberadaan teknologi ini yang ditunjukkan dengan perolehan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, niat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan sistem aktual berkisar pada persentase 45-72%.
5	Kusumah (2018)	Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Applications	Hasil pembahasan menunjukkan persepsi pengguna terhadap manfaat aplikasi SPSS secara rata-rata keseluruhan mendapatkan nilai Mean dengan skor 4,08 dan kemudahan penggunaan aplikasi SPSS secara rata-rata keseluruhan mendapatkan nilai Mean dengan skor 4,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memperoleh manfaat yang baik dalam menggunakan aplikasi SPSS.

Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui perilaku penjual, khususnya para penjual yang ada pada komunitas THAIJAJAN

di Indonesia dalam penerimaan penggunaan aplikasi Shopee Seller dengan menggunakan pendekatan metode TAM.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Populasi yang digunakan berjumlah 3.527 orang yaitu pengguna Shopee yang tergabung dalam komunitas THAIJAJAN. Perhitungan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin berikut ini dimana n = jumlah sampel; N = total populasi; e = tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (0,1).

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)} = \frac{3527}{1 + (3527 \times 0,1^2)} = 97$$

Dari perhitungan di atas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *online* melalui *google form*. Kuesioner berisi pertanyaan yang terkait dengan objek yang diteliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Berikut adalah kuesioner beserta indikator pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan dalam Kuisoner

No	Pernyataan	Indikator	Pengukuran
1.	Shopee Seller menyediakan berbagai macam metode untuk pembayaran penghasilan	Persepsi Kemudahan (Hidayat dan Canta, 2022)	Skala Likert
2.	Ekspedisi atau jasa kirim yang dapat digunakan oleh penjual bervariasi		
3.	Banyaknya promo gratis ongkir, <i>cashback</i> serta kupon yang dapat dibuat oleh penjual sehingga pembeli menjadi tertarik		
1.	Shopee Seller mudah digunakan	Persepsi Kemudahan Penggunaan (Hidayat dan Canta, 2022)	Skala Likert
2.	Informasi mengenai Shopee Seller mudah didapatkan		
3.	Shopee Seller mudah diakses untuk bertransaksi kapan pun dan dimanapun		
4.	Mudah dalam mendapatkan kebutuhanpenjual di shopee Seller		
1.	Saya senang menggunakan Shopee Seller untuk berjualan	Sikap	Skala

No	Pernyataan	Indikator	Pengukuran
2.	Saya percaya penggunaan Shopee Seller jelas sehingga mudah untuk dipahami	Penggunaan (Andry dkk, 2023)	Likert
1.	Saya memiliki aplikasi Shopee untuk mengakses Shopee Seller pada ponsel yang saya miliki	Niat	
2.	Saya memilih Shopee Seller sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi	Perilaku (Andry dkk, 2023)	Skala Likert
3.	Saya merekomendasikan Shopee Seller kepada orang lain yang belum menggunakannya		
1.	Shopee Seller saat digunakan selalu berjalan lancar	Penggunaan Sistem	
2.	Bertransaksi melalui Shopee Seller tidak pernah gagal dan eror	Sebenarnya	Skala Likert
3.	Fitur yang ditawarkan pada Shopee Seller banyak serta menarik	(Hidayat dan Canta, 2022)	
4.	Stok barang yang ada di Shopee Seller dapat dilihat		

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah instrumen kuesioner yang digunakan valid atau tidak. Hasil dari uji validitas pada instrumen kuesioner adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Kode	Nilai Signifikansi	Kriteria	Simpulan
PK1	.000	< 0.05	Valid
PK2	.000	< 0.05	Valid
PK3	.000	< 0.05	Valid
PKP1	.000	< 0.05	Valid
PKP2	.000	< 0.05	Valid
PKP3	.000	< 0.05	Valid
PKP4	.000	< 0.05	Valid
SP1	.000	< 0.05	Valid
SP2	.000	< 0.05	Valid
NP1	.000	< 0.05	Valid
NP2	.000	< 0.05	Valid
NP3	.000	< 0.05	Valid
PSS1	.000	< 0.05	Valid
PSS2	.000	< 0.05	Valid
PSS3	.000	< 0.05	Valid
PSS4	.000	< 0.05	Valid

PK (Persepsi Kemanfaatan); PKP (Persepsi Kemudahan Penggunaan); SP(Sikap Perilaku); NP (Niat Perilaku); PSS (Penggunaan Sistem Sebenarnya).

Tabel di atas menunjukkan kesimpulan valid secara keseluruhan yang berarti nilai signifikansi dari setiap indikator $< 0,05$ yang berarti bahwa indikator atau pernyataan tersebut mampu mencerminkan variabelnya.

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila digunakan dalam kegiatan penelitian. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

TAM	Alpha Cronbach	Kriteria	Simpulan
Persepsi Kemanfaatan	.920	$> 0,60$	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.927	$> 0,60$	Reliabel
Sikap Penggunaan	.759	$> 0,60$	Reliabel
Niat Perilaku	.827	$> 0,60$	Reliabel
Penggunaan Sistem Sebenarnya	.875	$> 0,60$	Reliabel

Tabel di atas menampilkan bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai hasil Alpha Cronbach yang lebih dari kriteria uji reliabilitas yaitu 0,60, maka data yang terkumpul dapat dikatakan reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

- Persepsi Kemanfaatan

Hasil analisis statistik deskriptif dari data skor persepsi kemanfaatan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Kemanfaatan

No.	Pernyataan	N	Min	Max	Mean	%
1.	Shopee Seller menyediakan berbagai macam metode untuk pembayaran penghasilan	97	1,00	5,00	4,0722	81,44%
2.	Ekspedisi atau jasa kirim yang dapat digunakan oleh penjual bervariasi	97	2,00	5,00	4,1856	83,71%
3.	Banyaknya promo gratis ongkir, cashback serta kupon yang dapat dibuat oleh penjual sehingga pembeli menjadi tertarik	97	1,00	5,00	4,1546	83,09%

Berdasarkan tabel di atas, pada pernyataan pertama penjual yang menggunakan Shopee Seller setuju sebesar 81,44% bahwa Shopee telah menyediakan berbagai

macam metode untuk pembayaran penghasilan. Yang dimaksud dengan pembayaran penghasilan adalah para penjual di Shopee yang bergabung dengan affiliate dapat menerima penghasilan lebih yang diberikan oleh pihak Shopee. Affiliate akan diberikan setiap bulan melalui saldo penjual. Hal ini berarti dari penggunaan Shopee Seller dapat memberikan manfaat dengan penambahan penghasilan kepada para penjual. Pada pernyataan kedua, para penjual setuju sebesar 83,71% bahwa Shopee Seller menyediakan jasa kirim yang bervariasi. Hal ini akan mempermudah penjual untuk memilih ekspedisi mana yang akan digunakan untuk mengirim paket. Pada pernyataan ketiga, penjual setuju bahwa banyaknya promo gratis ongkir, cashback serta kupon yang dapat dibuat oleh mereka dapat menarik pembeli dengan promosi sehingga pembeli akan merasa tertarik dan berdatangan untuk membeli produk.

Dari ketiga pernyataan di atas menunjukkan bahwa penjual dari komunitas THAIJAJAN memiliki persepsi yang tinggi terhadap penerimaan Shopee Seller yang telah memberikan manfaat dan membantu proses transaksi jual beli.

- Persepsi Kemudahan Pengguna

Hasil analisis statistik deskriptif dari data skor persepsi kemudahan penggunaan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan Pengguna

No.	Pernyataan	N	Min	Max	Mean	%
1.	Shopee Seller mudah digunakan	97	1,00	5,00	4,1753	83,51%
2.	Informasi mengenai Shopee Seller mudah didapatkan	97	1,00	5,00	4,0928	81,86%
3.	Shopee Seller mudah diakses untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun	97	2,00	5,00	3,9794	79,59%
4.	Mudah dalam mendapatkan kebutuhan penjual di Shopee Seller	97	2,00	5,00	4,1649	83,30%

Tabel diatas menunjukkan item pernyataan 1 hingga 4 untuk persepsi kemudahan penggunaan dari Shopee Seller. Pada pernyataan pertama, para penjual merasa setuju sebesar 83,51% bahwa Shopee Seller mudah untuk digunakan. Fitur-fitur yang ada sangat mudah untuk dipahami. Informasi yang dibutuhkan oleh penjual mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Shopee Seller dapat dicari dengan

mudah. Bahkan apabila tidak memahami dengan penjelasan yang tertera di Pusat Edukasi Penjual, penjual bisa bertanya melalui Customer Service Shopee. Maka dari itu untuk pernyataan kedua disetujui penjual dari komunitas THAIJAJAN sebesar 81,86%. Penjual juga memberikan persepsi bahwa Shopee Seller mudah diakses kapanpun dan dimanapun mereka berada untuk melakukan transaksi dengan pembeli. Mereka dapat mengelola toko yang dimiliki secara bebas tanpa terikat waktu dan tempat. Penjual juga dapat menggunakan fitur yang telah disediakan dengan mudah untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Persepsi kemudahan penggunaan Shopee Seller dari penjual berada pada kategori tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa Shopee Seller menurut penjual dari komunitas THAIJAJAN telah memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasinya.

- Sikap Penggunaan

Hasil analisis statistik deskriptif dari data skor sikap penggunaan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 7. Hasil Statistik Deskriptif Sikap Penggunaan

No.	Pernyataan	N	Min	Max	Mean	%
1.	Saya senang menggunakan Shopee Seller untuk berjualan	97	3,00	5,00	4,2371	84,74%
2.	Saya percaya penggunaan Shopee Seller jelas sehingga mudah untuk dipahami	97	3,00	5,00	4,3299	86,60%

Tabel di atas menunjukkan 2 item pernyataan untuk sikap penggunaan dari Shopee Seller. Sikap penggunaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh penjual dalam menggunakan Shopee Seller. Dalam berjualan, penjual merasa senang saat menggunakan Shopee Seller karena sangat membantu transaksi dengan pembeli. Penjual menyatakan setuju sebesar 84,7% bahwa mereka senang menggunakan Shopee Seller dan sebesar 86,60% penjual juga merasa percaya bahwa fitur dari Shopee Seller jelas sehingga mudah untuk dipahami. Hal ini membuktikan bahwa Shopee Seller memiliki cara kerja yang jelas sehingga sikap penggunaan yang ditunjukkan penjual berada pada kategori tinggi

dan dapat disimpulkan bahwa para penjual dari komunitas THAIJAJAN menunjukkan sikap penggunaan yang positif terhadap Shopee Seller.

- Niat Perilaku

Hasil analisis statistik deskriptif dari niat perilaku disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 8. Hasil Statistik Deskriptif Niat Perilaku

No.	Pernyataan	N	Min	Max	Mean	%
1.	Saya memiliki aplikasi Shopee untuk mengakses Shopee Seller pada ponsel yang saya miliki	97	3,00	5,00	4,2990	85,98%
2.	Saya memilih Shopee Seller sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi	97	1,00	5,00	3,9691	79,38%
3.	Saya merekomendasikan Shopee Seller kepada orang lain yang belum menggunakannya	97	3,00	5,00	4,3402	86,80%

Tabel diatas menunjukkan 3 item pernyataan untuk niat perilaku dari Shopee Seller. Pernyataan pertama mengungkapkan bahwa para penjual memiliki aplikasi Shopee untuk mengakses Shopee Seller pada ponsel yang mereka miliki. Beberapa penjual menyatakan bahwa mereka terkadang tidak mengakses Shopee Seller melalui aplikasi namun melewati website www.seller.shopee.co.id. Pernyataan kedua, para penjual banyak memilih Shopee Seller sebagai pilihan utama dibandingkan dengan menggunakan e-commerce yang lain untuk bertransaksi. Banyak dari mereka yang sudah terbiasa menggunakan Shopee Seller sebagai perantara untuk bertransaksi dengan pembeli sehingga menjadikan Shopee Seller sebagai pilihan utama. Niat perilaku yang ditunjukkan para penjual berada pada kategori penerimaan yang tinggi terhadap Shopee Seller. Kesimpulannya, penjual dari komunitas THAIJAJAN menunjukkan keinginan untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan Shopee Seller kepada orang lain.

- Penggunaan Sistem Sebenarnya

Hasil analisis statistic deskriptif dari penggunaan sistem sebenarnya adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Statistik Deskriptif Penggunaan Sistem Sebenarnya

No.	Pernyataan	N	Min	Max	Mean	%
1.	Shopee Seller saat digunakan selalu berjalan lancar	97	1,00	5,00	3,9897	79,79%
2.	Bertransaksi melalui Shopee Seller tidak pernah gagal dan eror	97	1,00	5,00	4,0928	81,86%
3.	Fitur yang ditawarkan pada Shopee Seller banyak serta menarik	97	3,00	5,00	4,2784	85,57%
4.	Stok barang yang ada di Shopee Seller dapat dilihat	97	3,00	5,00	4,2887	85,77%

Tabel diatas menunjukkan item pernyataan 1 hingga 4 untuk penggunaan sistem sebenarnya dari Shopee Seller. Shopee Seller saat digunakan selalu berjalan lancar disetujui sebesar 79,79% oleh para penjual. Hal ini berarti Shopee Seller telah memenuhi kebutuhan penjual dalam menggunakan sistem. Kelancaran sistem sangat diperlukan oleh penjual dikarenakan apabila sistem mengalami bug atau error di saat mengelola toko maka akan merugikan penjual. Begitu pula saat bertransaksi, apabila terjadi kegagalan dan error maka akan merugikan pihak penjual dan pembeli. Namun dalam penggunaan sistem sebenarnya, penjual setuju sebesar 81,86% bahwa Shopee Seller hampir tidak pernah mengalami kegagalan dan error saat bertransaksi dengan pembeli.

Selain itu, penjual Shopee Seller merasa bahwa aplikasi telah menyediakan berbagai fitur yang menarik, seperti Shopee Video maupun Shopee Live karena tidak semua e-commerce menyediakan fitur tersebut. Shopee Seller juga memberikan fitur untuk melihat stok produk yang merupakan fitur yang penting bagi penjual. Penggunaan sistem sebenarnya yang ditunjukkan para penjual berada pada kategori yang tinggi terhadap penerimaan Shopee Seller. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa para penjual dari komunitas THAIJAJAN telah menggunakan Shopee Seller secara berulang kali sehingga mengetahui bagaimana keadaan sistem saat menggunakannya.

Hasil statistik deskriptif dari lima variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Statistik Deskriptif Secara Keseluruhan

No.	TAM	N	Mean	%
1.	Persepsi Kemanfaatan	97	4,1375	82,75%
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	97	4,1031	82,06%
3.	Sikap Penggunaan	97	4,2835	85,67%
4.	Niat Perilaku	97	4,2027	84,05%
5.	Penggunaan Sistem Sebenarnya	97	4,1624	83,25%

Persepsi kemanfaatan memiliki persentase 82,75%, persepsi kemudahan penggunaan 82,06%, sikap penggunaan 85,67%, niat perilaku 84,05% dan penggunaan sistem sebenarnya 83,25%. Secara keseluruhan, perilaku dari penjual komunitas THAIJAJAN terhadap variabel yang ada dalam TAM menunjukkan skor lebih dari 80% dalam menggunakan Shopee Seller. Hal ini berarti secara keseluruhan dari perilaku penjual komunitas THAIJAJAN terhadap penerimaan teknologi informasi Shopee Seller berada pada kategori yang tinggi dan positif.

Hasil analisis statistik deskriptif dari persepsi kemanfaatan menunjukkan mean 4,1375 dan persentase 82,75%. Hal ini berarti bahwa penjual dari komunitas THAIJAJAN memiliki persepsi yang tinggi terhadap penerimaan Shopee Seller karena aplikasi tersebut telah menyediakan layanan yang bermanfaat baik bagi mereka.

Hasil analisis statistik deskriptif dari persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan mean 4,1031 dan persentase 82,06%. Hal ini berarti bahwa Shopee Seller bagi penjual mudah digunakan karena usaha yang dikeluarkan saat mempelajari tidak menghabiskan banyak waktu dan tenaga serta mudah dipahami.

Hasil analisis statistik deskriptif dari sikap penggunaan menunjukkan mean 4,2835 dan persentase 85,67% yang menunjukkan bahwa perilaku penjual yang dilihat dari sikap penggunaan dalam penerimaan Shopee Seller berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa para penjual memberikan tanggapan dengan

menunjukkan sikap yang senang dan positif saat menerima layanan yang diberikan Shopee Seller.

Hasil analisis statistik deskriptif dari niat perilaku menunjukkan mean 4,2027 dan persentase 84,05%. Hal ini berarti bahwa perilaku penjual yang dilihat dari niat perilaku dalam penerimaan Shopee Seller berada pada kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para penjual memiliki suatu keinginan untuk tetap menggunakan dan akan merekomendasikan Shopee Seller kepada orang lain.

Hasil analisis statistik deskriptif dari persepsi kemanfaatan menunjukkan mean 4,1624 dan persentase 83,25%. Hal ini berarti bahwa perilaku penjual yang dilihat dari penggunaan sistem sebenarnya dalam penerimaan Shopee Seller berada pada kategori tinggi. Para penjual merasa Shopee Seller telah memenuhi kebutuhan saat menggunakan aplikasi yang ditandai dengan berjalannya sistem dengan lancar, hampir tidak pernah mengalami kegagalan atau error dan fitur yang disediakan dapat selalu digunakan sehingga penjual terus menggunakan Shopee Seller.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pemaparan diatas kelima faktor penerimaan pengguna menunjukkan skor persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebesar 82,75%, persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebesar 82,06%, sikap pengguna (*attitude toward using*) sebesar 85,67%, niat perilaku (*behavioral intention to use*) sebesar 84,05% dan penggunaan sistem sebenarnya (*actual system usage*) sebesar 83,25%. Perilaku yang ditunjukkan oleh penjual koleksi penggemar komunitas THAIJAJAN dalam penggunaan dan penerimaan aplikasi Shopee Seller berada pada kategori yang tinggi dan bernilai positif.

Saran yang dapat diberikan untuk pihak Shopee agar selalu memperhatikan layanan fitur yang disediakan sehingga dapat selalu memuaskan kebutuhan dari pengguna Shopee terutama bagi para penjual.

REFERENSI

- Amini, N., & Desi, Y. P. (2019). Persepsi Pengguna Atas Layanan Mobile Community Access Point. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 3(1).
- Andry, J. F., Herlina, H., & Susanto, F. M. (2023). Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 63-68.
- CLSA. (2019). Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee 2014-2023. Darmadi. (2017). Pengembangan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T. *JIFOTECH (Journal Of Information Technology)*, 2(1), 6-9.
- Handayani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayat, T., & Canta, D. S. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode TAM. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 472-478.
- Islami, M. M. (2021). Analisis Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Actual System Usege Melalui Attitude Toward Using (Studi Pada Pengguna Aplikasi Ruangguru Di Kota Makassar).
- Kusumah, E. P. (2018). Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Applications. *Integrated Journal of Business and Economics*.
- Maryam, S., & Wahyuningsih, S. (2018). Pengaruh Transaksi C2C Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying (Servei pada konsumen PT Shopee International Indonesia). *Jurnal Komunikasi*, 1-13.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Profit*, 6(1), 88-112.
- Nurrahmanto, P. A., & Rahardja, R. (2015). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat

- Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1-15.
- Nursakinah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Menggunakan E-Commerce Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-bis*, 32-40.
- Pusfitaningrum, M., Agustono, A., & Khomah, I. (2022). Adopsi E- Commerce dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Bagi Umkm Agribisnis Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 24, 34- 40.
- Rahayu, F. S., Budiyanto, D., & Palyama, D. (2017). Analisis Penerimaan e- Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1(2), 85-95.
- Rehatalanit, Y. (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 62-68.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1).
- Safrudin, S. W. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan OVO (studi pada mahasiswa STIE MalangkuÇeÇwara Malang).
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 49-54.
- Santoso, J. T., & Widiyanti, A. (2022). Kahoot! Sebagai inovasi evaluasi hasil belajar siswa yang efektif dan menyenangkan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran*, 171-185.
- Sari, K. H., & Sunitha, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(1), 44-54.
- Seller Shopee. (n.d.). Retrieved from Pusat Edukasi Penjual: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/>

-
- Shopee Karier. (n.d.). Retrieved Juli 8, 2024, from Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia: <https://careers.shopee.co.id/>
- Umar, S. H., Nuryati, N., & Solihatningsih, S. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran B2b (Business To Business) Dan B2c (Business To Customer) Terhadap Cara Pembelian Tiket Pesawat Di Lingkungan Mahasiswa. *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, 27-38.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.