

Analisis Tingkat Penerimaan Merchant ShopeePay Di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Accetance Model (TAM)

M. Wahidin¹, Lila Setiyani², Abilio Alfredo³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, STMIK ROSMA

Karawang, Indonesia

m.wahidin@dosen.rosma.ac.id, lila.setiyani@dosen.rosma.ac.id,
abilio.alfredo@mhs.rosma.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi *Mobile* telah memperluas jumlah klien telepon seluler, dan ini juga mempercepat perkembangan *e-commerce*. Di Indonesia banyak berbagai aplikasi *mobile payment* yang digunakan oleh masyarakat. Salah satunya aplikasi yang digunakan adalah ShopeePay yang berada di dalam aplikasi Shopee. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis tingkat penerimaan merchant ShopeePay pada aplikasi Shopee. Model penelitian yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan ShopeePay adalah Technology Acceptance Model (TAM). Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh data responden yaitu teknik Simple Random Sampling, berdasarkan teknik tersebut maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah setidaknya sebanyak 100 responden. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kedua hipotesis yang ada pada penelitian ini yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang positif terhadap penerimaan merchant Shopee Pay pada kota Karawang karena memiliki nilai *T-Statistic* >1.96 dan memiliki nilai *Path Coefficients* >0.1.

Kata kunci: Mobile Payment, ShopeePay, Technology Acceptance Model (TAM)

ABSTRACT

Technological advances in the field of Mobile communications have expanded the number of mobile phone clients, and this has also accelerated the development of e-commerce. In Indonesia, there are many various mobile payment applications that are used by the public. One of the applications used is ShopeePay which is in the Shopee application. Therefore, this study aims to analyze the level of acceptance of ShopeePay merchants on the Shopee application. The research model used to measure the level of acceptance of ShopeePay is the Technology Acceptance Model (TAM). While the sampling technique used

to obtain respondent data is the Simple Random Sampling technique, based on this technique, the number of respondents in this study is at least 100 respondents. The results of this study show that the two hypotheses in this study, namely perceived usefulness and perceived ease of use, have a positive impact on acceptance of Shopee Pay merchants in Karawang because they have a T-Statistic value > 1.96 and have a Path Coefficients value > 0.1 .

Key words: Mobile Payment, ShopeePay, Technology Acceptance Model (TAM)

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi nirkabel jauh atau *Mobile* telah memperluas jumlah klien telepon seluler, dan ini juga mempercepat perkembangan *e-commerce*. Perkembangan pesat bisnis perdagangan portabel dan meningkatnya jumlah pelanggan yang melakukan dan menggunakan ponsel juga telah memperkuat pekerjaan serbaguna sebagai aplikasi penting untuk membuat *mobile payment* di sekitar sini. *Mobile Payment* serbaguna saat ini cukup menonjol untuk diperhatikan pembeli dalam melakukan pembelian kepada pedagang sebagai pilihan dibandingkan dengan menggunakan uang atau kartu kredit. Penggunaan jasa pembayaran *e-commerce* memberikan akal sehat, kenyamanan, kecepatan dan memberikan kemudahan dalam melakukan pertukaran kapanpun dan dimanapun (Nugroho et al., 2017).

Di Indonesia banyak berbagai aplikasi *mobile payment* yang digunakan oleh masyarakat. Salah satunya aplikasi yang digunakan adalah ShopeePay yang berada di dalam aplikasi Shopee. Pada saat ini aplikasi *mobile payment* sangat mendunia dan hampir seluruh dunia sudah menggunakan *mobile payment* untuk melakukan transaksi pembayaran sehingga tidak lagi menggunakan uang tunai.

ShopeePay adalah sebuah aplikasi mobile yang berada di dalam aplikasi Shopee memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online, Aplikasi ShopeePay ada 2 jenis yaitu ShopeePay Saldo dan ShopeePay Bonus. ShopeePay Saldo digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan ShopeePay menjadi lebih cepat. ShopeePay Bonus adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan ShopeePay cash di *merchant-merchant* rekan Shopee (<https://help.shopee.co.id>, 2018).

Uraian diatas menarik penulis untuk meneliti tingkat penerimaan merchant Shopee pada pengguna ShopeePay di kota Karawang. Beberapa peneliti terdahulu mengungkapkan bahwa dalam mengukur tingkat penerimaan suatu teknologi dapat menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) seperti yang di ungkapkan oleh Subakdo Eko Yulanto yang menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap *e-Learning*

dengan model TAM yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kemanfaatan *e-Learning* pada siswa SMK di Yogyakarta (Yulianto, 2011). Hal ini juga dilakukan oleh Kharisma Nur Khakim yang menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan pada *software* akuntansi *MYOB* dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sebuah sistem informasi dalam hal *software MYOB* (Khakim & Hadiprajitno, 2011). Mustofa Abdul Karim yang menganalisis pengaruh penerimaan sistem pembayaran *GO-PAY* menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) terhadap intensitas penggunaan layanan *GOJEK* yang bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor seperti kemudahan, kemanfaatan serta pengalaman menggunakan *mobile payment* yang sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan konsumen pada sistem pembayaran *GO-PAY* (Karim, 2017).

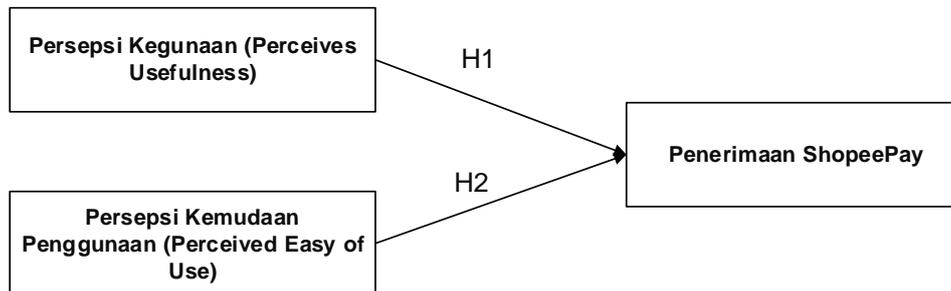
Berdasarkan uraian serta penelitian terdahulu diatas pendekatan TAM terungkap cocok untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan analisis tingkat penerimaan merchant *shopeepay* di Karawang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi pengguna *ShopeePay* serta dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan atau fitur dari *merchant* *Shopee*.

Materi dan Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian dengan menganalisis data menggunakan angka. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, hal ini disebabkan karena dalam memperoleh data dari hasil pengamatan langsung kepada pengguna dengan menggunakan kuesioner. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistic. Sedangkan model yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan *shopeepay* peneliti menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM), namun peneliti hanya menggunakan kegunaan dan kemudahan penggunaan untuk mengetahui penerimaan *Shopee Pay*. TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model ini menjelaskan bahwa ketika pengguna menggunakan sistem informasi, beberapa faktor mempengaruhi bagaimana dan kapan menggunakannya (Yudiana et al., 2021).

Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna yang terlibat menggunakan aplikasi *Shopee*. Melihat tempat yang ditunjuk oleh peneliti adalah masyarakat yang ada di Kabupaten Karawang, maka populasi dari penelitian ini adalah pengguna *Shopee Pay* yang ada di Kabupaten Karawang. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *sSimple Random Sampling* untuk mengetahui tingkat penerimaan *Shopee Pay*. Dalam *Simple Random Sampling*, dilakukan identifikasi awal dari seseorang atau kasus

yang masuk dalam kriteria penelitian yaitu pelaku yang terlibat dalam menggunakan aplikasi Shopee Pay. Berdasarkan hasil perhitungan sampling, jumlah responden yang akan digunakan adalah sebanyak 100 responden.



Gambar 1. Model Penelitian TAM

Berdasarkan model penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1. Kegunaan berpengaruh terhadap penerimaan layanan Shopee Pay pada aplikasi Shopee.
- H2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penerimaan layanan *mobile payment*.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden menggunakan *google form*. Jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak seratus orang sebagai sampel. Selanjutnya akan dilihat karakteristik responden menjadi sampel dalam penelitian ini, di mana responden dikelompokkan berdasarkan usia dan jenis kelamin, secara rinci dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	37	37 %
Wanita	63	63 %
Total	100	100,0 %

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat responden Wanita lebih banyak yaitu 63 responden atau sebesar 67% dan sisanya responden Pria sebanyak 37 responden atau sebesar 37% dan total responden yaitu 100.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
18-24 Tahun	82	82 %
25-28 Tahun	7	7 %
29-36 Tahun	9	11 %
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 2 dilihat responden dari berbagai Umur beserta jumlah presentasenya, diantaranya ada 18-24 Tahun berjumlah 82 responden atau sebesar 82%, kemudian dari 25-28 Tahun 9 responden atau sebesar 7%, 29-36 Tahun sebanyak 9 responden atau sebesar 11%.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya (Purnama & Ariyati, 2018).

Tabel 3. Item *Loading* dan AVE (*Average Variance Expected*)

Variabel	Pernyataan	Kode	Loading	Ave
Kegunaan (KG)	Menggunakan Shopee Pay mempermudah transaksi pembayaran dan bisa dilakukan dimana saja	KG 1	0.939	0.774
	Menggunakan Shopee Pay mempermudah kinerja dalam bertransaksi mobile payment	KG 2	0.842	
	Menggunakan Shopee Pay lebih mudah dari aplikasi yang lain	KG 3	0.855	
Kemudahan Penggunaan (KP)	Saya Mudah Mempelajari Tampilan Shopee Pay	KP 1	0.725	0.676
	Fitur Shopee Pay sangat mudah di pahami	KP 2	0.828	
	Untuk mempelajari fitur Shopee Pay, saya tidak membutuhkan waktu yang lama	KP 3	0.816	
	Shopee Pay sangat fleksibel digunakan	KP 4	0.785	
	Shopee Pay sangat mudah disesuaikan dengan kebutuhan saya	KP 5	0.902	
	Shopee Pay sangat tanggap, cepat dan beradaptasi dengan kebutuhan pengguna	KP 6	0.871	
	Shopee Pay sangat mudah dioperasikan	KP 7	0.708	
	Fitur – fitur Shopee Pay mudah dioperasikan	KP 8	0.885	

Variabel	Pernyataan	Kode	Loading	Ave
Penerimaan Shopee Pay (PN)	Menu – menu pada Shopee Pay tidak sulit digunakan	KP 9	0.855	0.721
	Saya menginstal Shopee pada handphone saya dan menggunakan Shopee Pay	PN 1	0.805	
	Saya mengkoneksikan Shopee Pay dengan beberapa aplikasi sebagai media untuk pembayaran	PN 2	0.769	
	Saya menggunakan Shopee Pay untuk transaksi	PN 3	0.861	
	Saya sangat sering menggunakan Shopee Pay dalam transaksi pembelian	PN 4	0.879	
	Saya sangat sering TOP UP Shopee Pay	PN 5	0.913	
	Hampir semua pembelian saya menggunakan Shopee Pay	PN 6	0.858	

Pada tabel 3 Dapat diketahui bahwa beberapa item pernyataan dari masing masing variabel yaitu KG, KP dan PN telah memenuhi persyaratan uji validitas konvergen dan tidak ada data yang *error*. Persyaratan untuk memenuhi uji validitas tersebut karena memiliki *outer loading* >0.5 dan juga nilai AVE untuk setiap variable memiliki nilai diatas 0.5. Dan demikian, dalam penelitian ini seluruh indikatornya dapat dinyatakan valid.

Tabel 4. Nilai Kolerasi Antar Variabel

	KG	KP	PN
KG	0.880		
KP	0.629	0.822	
PN	0.679	0.688	0.849

Pada table 4 merupakan table nilai koleransi antar variabel dengan variabel itu sendiri dan variabel dengan varibel lainnya, kolerasi varibel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil daripada kolerasi variabel dengan varibel lainnya. Dalam tabel 4.5 korelasi antar variabel itu sendiri udah lebih besar dari pada korelasi dengan variabel lainnya.

Tabel 5. Nilai Cross Loading

	KG	KP	PN
KG 1	0.939	0.585	0.651
KG 2	0.842	0.509	0.462
KG 3	0.855	0.559	0.645
KP 1	0.567	0.725	0.608
KP 2	0.477	0.828	0.529
KP 3	0.458	0.816	0.417
KP 4	0.471	0.785	0.547
KP 5	0.607	0.902	0.667

	KG	KP	PN
KP 6	0.593	0.871	0.617
KP 7	0.510	0.708	0.444
KP 8	0.485	0.885	0.599
KP 9	0.485	0.855	0.583
PN 1	0.608	0.599	0.805
PN 2	0.557	0.480	0.769
PN 3	0.506	0.577	0.861
PN 4	0.542	0.691	0.879
PN5	0.621	0.598	0.913
PN6	0.618	0.544	0.651

Pada table 5 merupakan table nilai koleransi antar indikator dengan variabel. Terlihat pada tabel 5 Indikator yang mengukur variabel itu korelasinya harus lebih besar daripada korelasi antara indikator dengan variabel lainnya.

3. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas dengan satu kali pengukuran saja. Hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antara jawaban atas pertanyaan tersebut (Karim, 2017). Jika korelasinya 0,7 maka item tersebut reliabel, dan sebaliknya jika nilai korelasinya di bawah 0,7 maka item tersebut tidak reliabel (Setiyani et al., 2021).

Tabel 6. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Kegunaan (KG)	0.911
Kemudahan Penggunaan (KP)	0.949
Penerimaan Shopee Pay (PN)	0.939

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable dikarenakan semua variabel ini memiliki nilai *Composite reliability* >0.7.

4. Nilai R-Square

Nilai R-Square menunjukkan kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai R-Square, semakin variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yang berarti semakin baik persamaan structural (Setiyani et al., 2021). Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel penerimaan memiliki nilai R-Square sebesar 0.574 yang berarti variabel persepsi kemudahan mempengaruhi variabel penerimaan sebesar 57.4%.

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel	R Square
-----------------	-----------------

Penerimaan Shopee Pay (PN)	0.574
----------------------------	-------

5. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Tabel 8. *Path Coefficients dan T-Statistics*

Keterangan	<i>Path Coefficients</i>	T-Statistic	Keterangan Hipotesis
H1 KG → PN	(+) 0.407	4,329	H1 Memiliki pengaruh positif dan signifikan
H2 KP → PN	(+) 0.432	5.183	H2 Memiliki pengaruh positif dan signifikan

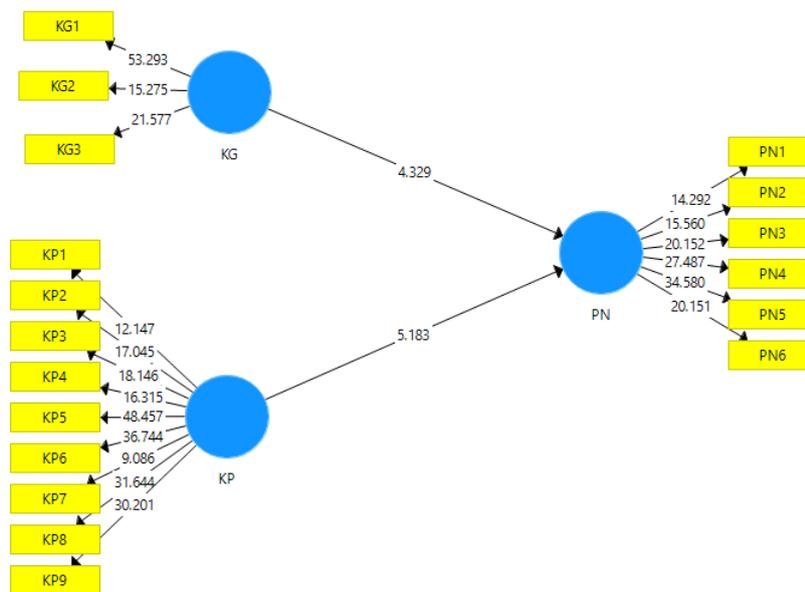
Path Coefficients dinyatakan positif jika memiliki nilai >0.1 dan dinyatakan negative jika memiliki nilai <0.1 . Nilai *T-Statistic* dapat dinyatakan signifikan jika memiliki nilai >1.96 dan dinyatakan tidak signifikan jika memiliki nilai <1.96 . Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa:

a. Kegunaan (KG) Berpengaruh Positif terhadap Penerimaan Shopee Pay (PN)

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan yaitu Kegunaan berpengaruh positif terhadap Penerimaan Shopee Pay (PN). Hal ini dapat dilihat dalam tabel 8 bahwa Kegunaan (KG) memiliki nilai *T-Statistic* yaitu sebesar 4.329 yang dinyatakan signifikan karena diatas >1.96 dan memiliki *Path Coefficients* sebesar 0.407 yang dinyatakan positif karena diatas nilai >0.1 .

b. Kemudahan Penggunaan (KP) berpengaruh Positif terhadap penerimaan Shopee Pay (PN)

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H2) menunjukkan yaitu Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Penerimaan ShopeePay (PN). Hal ini dapat dilihat dalam tabel 8 bahwa Kemudahan Penggunaan (KP) memiliki nilai *T-Statistic* yaitu sebesar 5.183 yang dinyatakan signifikan karena diatas >1.96 dan memiliki *Path Coefficients* sebesar 0.432 yang dinyatakan positif karena diatas nilai >0.1 .



Gambar 2. Hasil Perhitungan oleh SmartPLS

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Shopee Pay sebaiknya tetap memberikan kualitas pelayanan atau *maintenance* yang maksimal dan meningkat agar konsumen tetap setia untuk menggunakan Shopee Pay dalam media pembayaran pada merchant merchant Shopee Pay maupun Marketplace Shopee.
2. Sudah banyak yang menggunakan Shopee Pay untuk media pembayaran Marketplace Shopee dalam kehidupan sehari-hari untuk melakukan transaksi.
3. Ada beberapa responden yang masih Setuju atau netral dalam menginstal aplikasi shopee untuk sebagai aplikasi media pembayaran Shopee Pay
4. Dari korelasi antar variabel tingkat penerimaan diketahui nilai tertinggi yaitu 0.880 terdapat pada dimensi Kegunaan (*perceived usefulness*), sedangkan nilai terendah yaitu 0.822 terdapat pada dimensi Kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang berkaitan dengan tingkat penerimaan aplikasi Shopee Pay mempunyai hubungan yang kuat untuk meningkatkan pengguna aplikasi Shopee Pay di karawang.

Daftar Pustaka

- <https://help.shopee.co.id>. (2018). *Apa itu ShopeePay?* Shopee.
<https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>
- Karim, M. A. (2017). Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek Jurnal. *Jurnal Penelitian*.
- Khakim, kharisma N., & Hadiprajitno, B. (2011). Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Software Akuntansi Myob Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro University*, 1–26.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Departemen Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi, FT UGM*, 226–233.
- Purnama, R. A., & Ariyati, P. P. (2018). PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI DEPARTEMEN STORE KOTA SUKABUMI. *Jurnal Ekonomedia*, 7(01), 1–8.
- Setiyani, L., Effendy, F., & Slamet, A. A. (2021). Using Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) at Selected Private Technical High School: Google Drive Storage in E-Learning. *Utamax: Journal of Ultimate Research and Trends in Education*, 3(2), 80–89.
<https://doi.org/10.31849/utamax.v3i2.6746>
- Yudiana, Setiyani, L., & Effendy, F. (2021). ANALYSIS OF ACCEPTANCE LAYANAN TANGGAP KARAWANG APPLICATION (TANGKAR) USING TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODELS 3 (TAM 3). *The International Conference on Government Education Management and Tourism (ICoGEMT)*, 485–494.
- Yulianto, S. E. (2011). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Pemanfaatan E-Learning Dengan Model Tam Di Smk Muhammadiyah 3 Yogyakarta. *Jbti*, 11(1), 1–14.