



Analisis Penerimaan Masyarakat Kota Salatiga terhadap Fintech ShopeePay dengan *Technology Acceptance Model*

Alwin Adi Putra¹, Yessica Nataliani^{*,2}

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Satya Wacana

e-mail: ¹682016094@student.uksw.edu, ^{*,2}yessica.nataliani@uksw.edu

ARTICLE INFO

History of the article:

Received Desember 1, 2022

Revised January 21, 2023

Accepted April 12, 2023

Keywords:

Technology Acceptance Model

Fintech

ShopeePay

Covid-19 pandemic

Correspondence:

Telepon: +6298 321212

E-mail:

yessica.nataliani@uksw.edu

ABSTRACT

Online shopping has become increasingly popular for many people in Indonesia since the Covid-19 pandemic took hold. Shopee is one of the most popular online buying and selling applications. Based on a survey conducted by App Annie, Shopee has been named the most popular marketplace in Indonesia regarding the number of active users and the volume of monthly visits. Shopee has a fintech called ShopeePay. Technology Acceptance Model (TAM) was used to analyze user acceptance during the Covid-19 pandemic. 100 ShopeePay users were taken as a sample using a purposive sampling technique, collected by questionnaire. Determination of the number of samples refers to the number of samples used in previous studies relevant to this research. The analytical techniques used in this study include regression analysis (simple and multiple) and path analysis. The analysis results from the Technology Acceptance Model show that the factors influencing the acceptance of ShopeePay fintech during the Covid-19 pandemic in Salatiga were Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. These two perceptions of TAM influence Attitude toward Using and Behavioral Intention to Use, which impacts ShopeePay's Actual System Usage during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Technology Acceptance Model, Fintech, ShopeePay, Covid-19 pandemic

PENDAHULUAN

Terdapat beberapa aplikasi jual beli online yang marak digunakan masyarakat, salah satu yang terpopuler adalah Shopee. Menurut Timorria, Shopee sendiri terpilih sebagai *marketplace* terpopuler di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif dan jumlah kunjungan bulanan, menurut survei yang dilakukan oleh App Annie. Nilai transaksi Barang Dagangan Kotor (*Gross Merchant Value*, GMV) Shopee pada tahun 2021 adalah 62,5 miliar Dollar US. Kinerja itu meningkat 76,8% jika mengacu pada kurun waktu yang sama di tahun sebelumnya yaitu 35,4 miliar Dollar US [1].

Teknologi keuangan atau *financial technology* (*fintech*) adalah inovasi baru di bidang keuangan. *Fintech* merupakan penggabungan layanan keuangan dengan teknologi. Model bisnis yang semula bersifat konvensional dengan bertransaksi secara langsung (tatap muka) dan harus membawa uang tunai, saat ini berubah dan dapat dilakukan dari jarak jauh (secara *online*) [2]. Shopee memiliki *fintech* bernama ShopeePay. Semenjak berlangsungnya pandemi Covid-19 tingkat penggunaan ShopeePay semakin tinggi.

Tidak semua teknologi baru dapat dengan mudah diterima dan digunakan oleh masyarakat, karena penerimaan teknologi baru tersebut memerlukan proses dan waktu yang kadang cukup lama bagi masyarakat untuk beradaptasi [3]. Tinggi rendahnya tingkat penerimaan sebuah teknologi tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pembuat atau penyedia teknologi perlu mengetahui faktor-faktor penentu penerimaan teknologi sehingga dapat lebih memberikan manfaat bagi penggunaannya. Hal ini yang selanjutnya mendorong untuk dilakukannya penelitian tentang penerimaan penggunaan *fintech*, khususnya ShopeePay.

Berbagai model analisis penerimaan sebuah teknologi di antaranya adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Readiness Acceptance Model* (TRAM), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Berdasarkan beberapa model tersebut, selanjutnya dipilih *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai pendekatan dalam menganalisis sistem penerimaan teknologi informasi. Chao menyatakan bahwa dalam TAM, persepsi kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*, PU) dan persepsi kemudahan penggunaan sistem (*perceived ease of use*, PEU) menentukan niat untuk menggunakan sistem tertentu (*behavioral intention to use*, BIU), yang selanjutnya akan menentukan perilaku penggunaan sistem (*attitude toward using*, AU) [4].

Sejumlah penelitian sebelumnya mengenai pemanfaatan teknologi sistem informasi dengan menggunakan TAM telah dilakukan. Rasyid, dkk. dalam risetnya tentang minat penggunaan *mobile payment* LinkAja menemukan bahwa PEU berpengaruh signifikan terhadap PU, BIU, dan AU. Selanjutnya, PU berpengaruh signifikan terhadap AU dan BIU, AU berpengaruh signifikan terhadap BIU. BIU tidak menjadi variabel mediasi dari pengaruh PEU terhadap BIU. AU menjadi variabel mediasi dari PU terhadap BIU [5].

Salam dan Krisnawati dalam risetnya tentang penerimaan terhadap Gopay di Bandung menemukan bahwa PU dan PEU mempengaruhi AU secara signifikan, PU dan AU mempengaruhi BIU secara signifikan, PU mempengaruhi BIU secara signifikan melalui AU. Selanjutnya, PEU mempengaruhi BIU secara signifikan melalui AU, PU dan PEU mempengaruhi BIU secara signifikan melalui AU [6]. Selain LinkAja dan Gopay, beberapa penelitian lain meneliti penerimaan terhadap *fintech-fintech* lain, seperti Dana [7], Gopaylater [8], maupun aplikasi *fintech* suatu perusahaan [9].

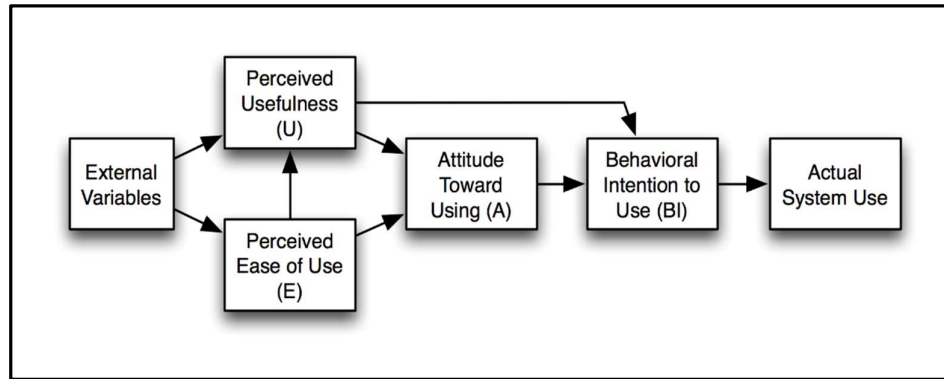
Berdasarkan permasalahan dan beberapa penelitian terdahulu, maka dilakukan analisis penerimaan penggunaan *fintech* dengan ShopeePay sebagai objek penelitian, khususnya di Kota Salatiga, menggunakan TAM. Lebih lanjut penelitian ini bertujuan mengetahui konsistensi temuan yang diperoleh dari penelitian ini bila dibandingkan dengan temuan yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian eksplanatori yang ditujukan untuk menjelaskan letak variabel penelitian serta pengaruh variable yang satu terhadap variabel yang lain [10]. Adapun sebagai populasi yaitu semua pengguna *fintech* ShopeePay yang mana jumlahnya tidak diketahui secara pasti karena tidak tersedia data yang dipublikasikan. Oleh karena itu, besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini mengikuti besarnya sampel yang digunakan oleh para peneliti sebelumnya yang mengkaji tema penelitian serupa dengan penelitian ini. Salah satu acuannya adalah besarnya sampel yang digunakan oleh Aditya [11], dimana dalam penelitian tersebut digunakan sampel sebanyak 100 orang. Teknik *purposive sampling* dipilih sebagai teknik mengambil sampel. Pada teknik ini, sampel yang dipilih merupakan sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan tertentu [10]. Data primer diambil dari 100 orang pengguna *fintech* ShopeePay di Kota Salatiga. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang

mana secara teknis dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Google Forms*. Pengumpulan data berlangsung dari tanggal 6 Juni sampai 24 Agustus 2022. Selanjutnya data yang sudah terkumpul dianalisis dengan analisis regresi (sederhana dan berganda) dan analisis jalur (*path analysis*).

TAM diadopsi dan dikembangkan dari model TRA, yang merupakan teori tindakan yang diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Ada lima konstruk dalam TAM sebagaimana dikemukakan Davis, dkk. yaitu PEU, PU, AU, BIU, dan ASU [12]. Gambar 1 menunjukkan kerangka TAM.



Gambar 1. Kerangka TAM [12]

Berikut ini pemaparan dari kelima konstruk TAM:

1. *Perceived Usefulness* (PU)

PU menunjukkan sejauh mana keyakinan pengguna bahwa melalui penggunaan sistem atau teknologi informasi tertentu maka kegunaan atau produktivitas kerja mereka dapat ditingkatkan [12]. Konsep yang tidak berbeda jauh dikemukakan oleh Pambudi yang menyebutkan bahwa individu dapat merasakan manfaat penggunaan teknologi jika teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan membawa manfaat yang lebih dari sebelumnya [13].

2. *Perceived Ease of Use* (PEU)

PEU menunjukkan sejauh mana pengguna percaya bahwa tidak dibutuhkan usaha fisik dan mental yang berat untuk menggunakan sebuah sistem atau teknologi informasi. Dalam bahasa berbeda, pengguna yakin bahwa setiap sistem atau teknologi informasi yang baik adalah yang mudah digunakan [12]. Pendapat yang tidak berbeda jauh juga menyebutkan bahwa PEU menunjukkan seseorang mempunyai keyakinan bahwa sistem atau teknologi yang digunakan tidak memerlukan banyak usaha dalam penggunaannya atau tidak sulit digunakan [5].

3. *Attitude toward Using* (AU)

AU menyatakan sikap seorang pengguna yang berhubungan dengan tingkat penerimaan terhadap suatu sistem atau teknologi. Sikap dalam menggunakan sistem atau teknologi tersebut menunjukkan sudut pandang pengguna saat melakukan evaluasi atas suatu objek atau ide khusus [12]. Sikap menunjukkan penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi yang dinyatakan dalam bentuk suka dan tidak suka, dimana dalam sikap terkandung tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan perilaku [14].

4. *Behavioral Intention to Use* (BIU)

BIU menyatakan kecenderungan seorang pengguna ketika menggunakan sistem atau teknologi, serta niat dan perhatian pengguna untuk dapat terus menggunakan sistem atau teknologi tersebut [12]. Minat berkaitan dengan aktivitas atau perilaku, dan minat itu sendiri dapat berubah seiring waktu. Semakin lama rentang waktu, semakin besar kemungkinan minat akan berubah [14].

5. *Actual System Usage* (AU)

AU menunjukkan kondisi yang sebenarnya dari suatu sistem atau teknologi yang langsung digunakan oleh pengguna. Kondisi sistem yang sebenarnya tersebut diukur berdasarkan frekuensi dan durasi penggunaan sistem atau teknologi [12]. Individu yang puas dengan sistem atau teknologi adalah individu yang meyakini bahwa sistem atau teknologi dapat mudah digunakan dan meningkatkan produktivitasnya. Hal tersebut dapat tercermin dalam kondisi sistem yang sebenarnya [15].

Berdasarkan model TAM sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, maka berikut diajukan beberapa hipotesis penelitian untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap penggunaan ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 yaitu:

H1: PU mempengaruhi AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H2: PEU mempengaruhi AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H3: PEU mempengaruhi PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H4: PU mempengaruhi BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H5: PU mempengaruhi BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan melalui AU

H6: BIU mempengaruhi ASU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan responden para pengguna *fintech* ShopeePay. Gambaran responden disajikan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<i>Karakteristik</i>	<i>Kategori</i>	<i>Jumlah</i>	<i>%</i>
Jenis Kelamin	Pria	46	46,0
	Wanita	54	54,0
	Total	100	100,0
Usia	≤ 25	78	78,0
	26 – 45	18	18,0
	> 45	4	4,0
	Total	100	100,0
Pendidikan terakhir	SD	0	0,0
	SMP	0	0,0
	SMA	52	52,0
	Universitas	48	48,0
	Total	100	100,0
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	1	1,0
	Wiraswasta	5	5,0
	Pegawai swasta	29	29,0
	Ibu rumah tangga	4	4,0
	Pelajar atau mahasiswa	52	52,0
	Profesional	3	3,0
	Lainnya	6	6,0
	Total	100	100,0
Lama penggunaan <i>ShopeePay</i>	< 1 bulan	22	22,0
	1 - 6 bulan	10	10,0
	7 - 12 bulan	7	7,0
	> 12 bulan	61	61,0
	Total	100	100,0

Berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa lebih banyak wanita yang menggunakan *fintech* ShopeePay. Dari segi usia, responden tampak mendominasi dari usia remaja hingga dewasa awal. Tingkat pendidikan akhir responden cukup bervariasi, dimana sebagian besar responden berpendidikan menengah bahkan ada yang berpendidikan tinggi. Jenis pekerjaan mereka yang disurvei didominasi oleh pelajar atau

mahasiswa. Terkait dengan lama menggunakan *fintech* ShopeePay, diperoleh informasi bahwa mayoritas responden telah menggunakan *fintech* ShopeePay lebih dari 12 bulan. Ini artinya bahwa *fintech* ShopeePay cukup dipercaya oleh sebagian besar responden untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka.

1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap konstruk yang terkandung dalam model TAM meliputi PU, PEU, AU, BIU, dan ASU. Teknik *corrected item-total correlation* digunakan untuk menguji validitas. Suatu indikator dikatakan valid jika nilai r_{hitung} bernilai positif dan nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$. Sebaliknya, suatu indikator dikatakan tidak valid jika nilai r_{hitung} bernilai negatif dan nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 0.05.

Hasil pengujian validitas variabel penelitian disajikan pada Tabel 2. Setiap indikator empirik dari variabel-variabel yang terkandung dalam model TAM menunjukkan nilai *corrected item-total correlation* atau nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{0,05} (0,165)$. Oleh karena itu, semua indikator empirik tersebut dapat dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian

<i>Variabel</i>	<i>Indikator Empirik</i>	<i>Corrected item-total correlation (r_{hitung})</i>
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0,773
	PU2	0,783
	PU3	0,561
	PU4	0,446
	PU5	0,615
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEU1	0,607
	PEU2	0,829
	PEU3	0,755
	PEU4	0,653
	PEU5	0,584
<i>Attitude toward Using</i>	AU1	0,723
	AU2	0,763
	AU3	0,848
	AU4	0,678
	AU5	0,776
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BIU1	0,797
	BIU2	0,658
	BIU3	0,704
	BIU4	0,681
	BIU5	0,675
<i>Actual System Usage</i>	ASU1	0,620
	ASU2	0,748
	ASU3	0,725
	ASU4	0,695
	ASU5	0,704

Pengujian reliabilitas didasarkan pada nilai Cronbach Alpha dimana jika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ maka variabel yang diuji dinyatakan reliabel [16]. Hasil pengujian reliabilitas variabel penelitian disajikan pada Tabel 3. Variabel-variabel yang terkandung dalam model TAM menunjukkan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$. Oleh karena itu, variabel-variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian

<i>Variabel</i>	<i>Nilai Cronbach Alpha</i>
PU	0,827
PEU	0,856
AU	0,901
BIU	0,873
AU	0,867

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis model TAM mengacu pada hasil analisis regresi berganda, analisis jalur, dan analisis regresi sederhana. Berikut dipaparkan hasil pengujian hipotesis untuk keenam hipotesis.

Pengujian H1 dan H2

H1: PU mempengaruhi AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H2: PEU mempengaruhi AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

Pengujian H1 dan H2 dilakukan dengan analisis regresi ganda untuk melihat pengaruh langsung dari PU dan PEU terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebelum menguji hipotesis, dilakukan pengujian asumsi klasik regresi berganda. Pengujian tersebut meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel residual berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen, dan dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Terpenuhinya ketiga asumsi klasik regresi berganda menjadi dasar untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial (Uji t) yang hasilnya ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian Parsial dengan Uji t

<i>Variabel</i>	<i>Koef B</i>	<i>t hitung</i>	<i>Sig</i>
PU	0,428	4,810*	0,000
PEU	0,483	5,151*	0,000

dimana * = signifikan pada $\alpha = 5\%$, $t_{0,05} (df = 97) = 1,985$, nilai $r = 0,800$

Berdasarkan Tabel 4 dimana melalui uji parsial (Uji t) diketahui bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Temuan tersebut mengacu pada nilai $t_{hitung} (4,810) > t_{tabel} (1,985)$ atau angka sig $0,00 < 0,05$ maka diputuskan H1 diterima. Tabel 4 juga menunjukkan bahwa PEU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Temuan tersebut mengacu pada nilai $t_{hitung} (5,151) > t_{tabel} (1,985)$ atau angka sig $0,00 < 0,05$ maka diputuskan H2 diterima. Nilai koefisien korelasi (r) 0,800 menunjukkan bahwa ada korelasi yang sangat kuat antara PU dan PEU dengan AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Pengujian H3

H3: PEU mempengaruhi PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

Pengujian H3 menggunakan analisis regresi sederhana untuk melihat pengaruh PEU terhadap PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebelum menguji hipotesis, maka pengujian asumsi klasik regresi yaitu uji normalitas perlu dilakukan. Dari pengujian tersebut dihasilkan bahwa variabel residual terdistribusi normal. Setelah asumsi klasik regresi sederhana dipenuhi, hipotesis diuji menggunakan uji parsial (Uji t). Hasil uji parsial ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Pengujian Parsial dengan Uji t

<i>Variabel</i>	<i>Koef B</i>	<i>t hitung</i>	<i>Sig</i>
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,749	10,034*	0,000

dimana * = signifikan pada $\alpha = 5\%$, $t_{0,05} (df = 98) = 1,984$, nilai $r = 0,712$

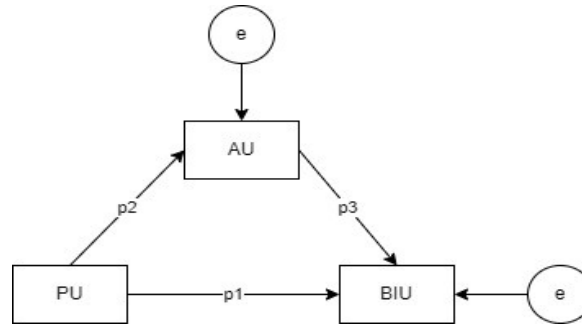
Tabel 5 memperlihatkan hasil uji parsial (Uji t) dimana PEU mempunyai pengaruh signifikan terhadap PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Temuan tersebut mengacu pada nilai $t_{hitung} (10,034) > t_{tabel} (1,984)$ atau angka sig sebesar $0,00 < 0,05$ maka diputuskan H3 diterima. Nilai koefisien korelasi (r) 0,712 menunjukkan bahwa PEU dan PU ShopeePay berkorelasi kuat pada masa pandemi Covid-19.

Pengujian H4 dan H5

H4: PU mempengaruhi BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

H5: PU mempengaruhi BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan melalui AU

Pengujian H4 dan H5 menggunakan analisis jalur untuk melihat pengaruh langsung dari PU terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 serta pengaruh PU terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 melalui AU. Adapun model analisis jalur (*path analysis*) untuk pengujian H4 dan H5 ini ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Model Analisis Jalur

Dua persamaan regresi untuk melakukan analisis jalur yaitu sebagai berikut:

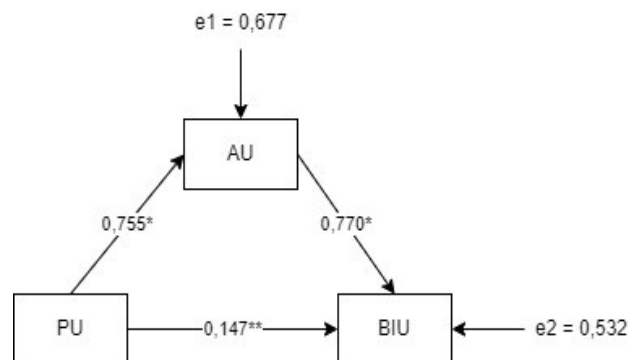
$$AU = \alpha + p2 PU + e1 \quad (1)$$

$$BIU = \alpha + p1 PU + p3 AU + e1 \quad (2)$$

Berdasarkan output SPSS didapatkan nilai *unstandardized beta* variabel PU pada Persamaan (1) sebesar 0,755 dengan nilai *t*_hitung 10,751. Angka signifikan 0,000 memberi arti bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Nilai koefisien *unstandardized beta* sebesar 0,755 merupakan nilai *path* p2.

Selanjutnya pada Persamaan (2), nilai *unstandardized beta* variabel PU sebesar 0,147 dengan nilai *t*_hitung 1,733. Angka signifikan 0,086 memberi arti bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Nilai koefisien *unstandardized beta* sebesar 0,147 merupakan nilai *path* p1.

Nilai *unstandardized beta* variabel AU sebesar 0,770 dengan nilai *t*_hitung 9,287. Angka signifikan 0,000 memberi arti bahwa AU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Nilai koefisien *unstandardized beta* sebesar 0,770 merupakan nilai *path* p3. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{(1 - 0,541)} = 0,677$ dan $e2 = \sqrt{(1 - 0,717)} = 0,532$. Atas dasar perhitungan tersebut dihasilkan analisis jalur seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Hasil Analisis Jalur

Hasil analisis jalur pada Gambar 3 tampak bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Temuan tersebut mengacu pada nilai *unstandardized beta* variabel PU sebesar 0,147 dengan nilai $t_{hitung} (1,733) > t_{tabel} (1,661)$ atau angka sig $0,086 < 0,10$, sehingga H4 diterima. Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh mediasi variabel AU maka dilakukan *sobel test* sebagai berikut:

- a. Menghitung standar error koefisien pengaruh tidak langsung (Sp_{2p3}):

$$\begin{aligned} Sp_{2p3} &= \sqrt{p_3^2 Sp_{22}^2 + p_2^2 Sp_{33}^2 + Sp_{22} Sp_{33}^2} \\ &= \sqrt{(0,593)(0,005) + (0,570)(0,007) + (0,005)(0,007)} = 0,083 \end{aligned}$$

- b. Dari hasil perhitungan Sp_{2p3} , selanjutnya dihitung nilai t_{hitung} pengaruh mediasi:

$$t = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}} = \frac{0,581}{0,083} = 7,016$$

Berdasarkan hasil analisis jalur melalui *sobel test* tampak bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 melalui AU. Temuan tersebut mengacu pada nilai $t_{hitung} (7,016) > t_{tabel} (1,985)$, sehingga H5 diterima.

Pengujian H6

H6: BIU mempengaruhi ASU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 secara signifikan

Pengujian H6 menggunakan analisis regresi sederhana untuk melihat pengaruh BIU terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebelum menguji hipotesis, maka pengujian asumsi klasik regresi yaitu uji normalitas perlu dilakukan. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel residual terdistribusi normal. Setelah asumsi klasik regresi berganda dipenuhi maka pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (Uji t) yang hasilnya ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Pengujian Parsial dengan Uji t

<i>Variabel</i>	<i>Koef B</i>	<i>t_{hitung}</i>	<i>Sig</i>
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0,923	17,399*	0,000

dimana: * = signifikan pada $\alpha = 5\%$, $t_{0,05} (df = 98) = 1,984$, nilai $r = 0,869$

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) seperti ditampilkan pada Tabel 6 tampak bahwa BIU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Hal tersebut didasarkan pada nilai $t_{hitung} (17,399) > t_{tabel} (1,984)$ atau angka sig sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga H6 diterima. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,869 mengandung arti bahwa ada hubungan atau korelasi yang sangat kuat antara BIU dengan AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Attitude toward Using* (AU) ShopeePay pada masa pandemi Covid-19

Hasil Uji t pada Tabel 4 membuktikan bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19, sehingga H1 diterima. Arah pengaruh yang positif memberi arti bahwa semakin baik PU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay, maka semakin baik AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebaliknya, semakin buruk PU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay, maka semakin buruk juga AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

PU penting dalam proses penerimaan teknologi, karena PU menjelaskan anggapan para pengguna terhadap sistem teknologi informasi. Jika seseorang menganggap ada kegunaan dari sebuah sistem teknologi informasi, maka ia akan menerima dan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang menganggap

tidak atau kurang adanya kegunaan dari sebuah sistem teknologi informasi, maka ia akan menolak dan tidak menggunakannya. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa para responden pengguna ShopeePay mempersepsikan bahwa ShopeePay memberikan manfaat atau keuntungan bagi mereka seperti misalnya pengguna mempersepsikan bahwa penggunaan ShopeePay mempermudah penyelesaian pembayaran transaksi yang dilakukan. Selain itu pengguna juga mempersepsikan bahwa transaksi yang dilakukan dengan ShopeePay selalu berjalan lancar, jarang sekali ada kendala. Berbagai manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna menjadikan para pengguna memperlihatkan sikap yang baik dalam menerima dan menggunakan ShopeePay. Sikap yang baik tersebut salah satunya ditunjukkan dari adanya perasaan senang dari para pengguna dengan menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran transaksi. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Salam dan Krisnawati dimana PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap AU [6].

Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Attitude toward Using* (AU) ShopeePay pada masa pandemi Covid-19

Hasil Uji t pada Tabel 4 membuktikan bahwa PEU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19, sehingga H2 diterima. Arah pengaruh yang positif memberi arti bahwa semakin baik PEU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin baik AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebaliknya, semakin buruk PEU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin buruk juga AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Setiap orang ingin menggunakan suatu sistem teknologi informasi, namun secara umum sistem yang dibuat harus mudah digunakan oleh penggunanya tanpa banyak usaha atau kebingungan untuk menghindari pengguna meninggalkan sistem teknologi informasi tersebut. Sikap seseorang terhadap kemauan untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi tergantung pada kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem tersebut, sehingga pengguna merasa bahwa teknologi informasi yang digunakan mempermudah tugas-tugas pekerjaannya. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa para responden pengguna ShopeePay mempersepsikan bahwa ShopeePay mudah digunakan sehingga pengguna terbebas dari kesulitan atau kebingungan dalam menggunakan sistem yang ada di ShopeePay. Rata-rata responden menyatakan bahwa fitur-fitur yang ada dalam ShopeePay mudah digunakan, pembayaran transaksi dengan ShopeePay dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Adanya kemudahan dalam menggunakan sebagaimana dipersepsikan oleh pengguna berdampak pada sikap mereka untuk mau menggunakan ShopeePay. Sikap tersebut salah satunya ditunjukkan dari sikap percaya bahwa menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran transaksi merupakan pilihan yang tepat. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Salam dan Krisnawati bahwa PEU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap AU [6].

Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Perceived Usefulness* (PU) ShopeePay pada masa pandemi Covid-19

Hasil Uji t pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa PEU mempunyai pengaruh signifikan terhadap PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19, sehingga H3 diterima. Arah pengaruh yang positif memberi arti bahwa semakin baik PEU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin baik PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebaliknya, semakin buruk PEU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin buruk juga PU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Sebuah sistem teknologi informasi hendaklah memudahkan para penggunanya dalam mengoperasikan sistem tersebut, dengan kata lain pengguna meyakini bahwa ketika mereka menggunakan sistem tertentu maka mereka akan terbebas dari usaha. Jika sebuah sistem teknologi informasi dirasa mudah

dalam penggunaannya maka berbagai manfaat yang terkandung dalam sistem tersebut akan dapat dirasakan oleh penggunanya. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa ShopeePay dipersepsikan mudah digunakan oleh para pengguna mulai dari tahapan instalasi aplikasi ShopeePay yang tidak rumit hingga mudahnya mempelajari dan memahami berbagai fitur yang ada dalam ShopeePay. Hal ini selanjutnya mempengaruhi penilaian mereka akan kebermanfaatannya dari ShopeePay tersebut, seperti dalam hal mempermudah penyelesaian pembayaran transaksi yang dilakukan. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Rasyid, dkk. bahwa PEU mempunyai pengaruh signifikan terhadap PU [5].

Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU) ShopeePay pada masa pandemi Covid-19

Hasil analisis jalur pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19, sehingga H4 diterima. Arah pengaruh yang positif memberi arti bahwa semakin baik PU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin tinggi BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebaliknya, semakin buruk PU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin rendah juga BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Sebuah sistem informasi teknologi dibuat tentu saja dengan maksud agar memberikan manfaat bagi penggunaannya sehingga kinerja atau pekerjaan mereka jauh lebih baik dari sebelumnya serta dan memberikan keuntungan yang lebih. Jika pengguna sebuah sistem informasi teknologi merasa percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat bagi dirinya maka tentu saja ia akan berminat menggunakan sistem informasi teknologi tersebut. Sebaliknya sistem tersebut tentu tidak akan diminati jika dipersepsikan tidak mampu memberikan manfaat bagi penggunaannya. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa adanya persepsi yang baik tentang kebermanfaatannya ShopeePay maka hal tersebut menjadikan para penggunanya memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan ShopeePay. Adapun manfaat yang dirasakan oleh responden pengguna ShopeePay diantaranya adalah bahwa penggunaan ShopeePay mempercepat pembayaran atas transaksi yang dilakukan, adanya perasaan aman dalam diri pengguna ketika melakukan pembayaran transaksi menggunakan ShopeePay. Beberapa manfaat yang dirasakan tersebut yang mendorong minat pengguna untuk menggunakan ShopeePay terutama pada masa pandemi Covid-19 ini. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Kawitan dan Sulistyawati bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU [7].

Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BIU) ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 melalui *Attitude toward Using* (AU)

Berdasarkan hasil analisis jalur melalui *sobel test* memperlihatkan bahwa PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 melalui AU, sehingga H5 diterima. Adanya manfaat dari sebuah sistem informasi teknologi yang dipersepsikan oleh pengguna akan mempengaruhi secara langsung minat untuk menggunakan sistem informasi teknologi tersebut. Namun demikian sikap dalam menggunakan sistem informasi teknologi ternyata ikut mempengaruhi hubungan antara persepsi manfaat dan minat untuk menggunakan sistem informasi teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa sikap dalam menggunakan sebuah sistem informasi teknologi dapat berperan sebagai variabel mediasi dari pengaruh persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan sistem informasi teknologi. Terbukti pada penelitian ini dimana PU mempunyai pengaruh signifikan terhadap BIU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 melalui AU. Berbagai manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna dari penggunaan ShopeePay didukung dengan adanya sikap yang baik terhadap penggunaan ShopeePay ternyata mendorong

minat penggunaan ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Salam dan Krisnawati bahwa PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU dengan AU sebagai variabel mediasi [6].

Pengaruh *Behavioral Intention to Use (BIU)* terhadap *Actual System Usage (AU)* ShopeePay pada masa pandemi Covid-19

Hasil Uji t pada Tabel 6 memperlihatkan bahwa BIU mempunyai pengaruh signifikan terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19, sehingga H6 diterima. Arah pengaruh yang positif memberi arti bahwa semakin tinggi BIU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin tinggi AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Sebaliknya, semakin rendah BIU yang dirasakan pengguna *fintech* ShopeePay maka semakin rendah juga AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Individu akan menunjukkan perilakunya ketika ia memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. BIU dianggap sebagai keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam konteks penelitian ini, BIU menunjukkan sikap atau perilaku yang cenderung ingin menggunakan suatu sistem informasi teknologi. Berdasarkan temuan penelitian ini tampak bahwa tingkat BIU pada *fintech* ShopeePay tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari adanya penilaian rata-rata responden pengguna ShopeePay bahwa mereka berniat untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran transaksi dan terus menggunakannya di masa mendatang sebagai alat pembayaran transaksi, lebih berminat menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran transaksi dibandingkan aplikasi sejenis lainnya. Tingginya BIU memberikan pengaruh terhadap AU ShopeePay pada masa pandemi Covid-19. Hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata responden pengguna menyatakan bahwa mereka selalu menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran transaksi, bahkan dengan senang hati merekomendasikan kepada kerabat untuk juga menggunakan ShopeePay. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Kawitan dan Sulistyawati bahwa BIU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap AU [7].

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dari metode TAM terlihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan *fintech* ShopeePay pada masa pandemi Covid-19 di Salatiga yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEU)*. Kedua persepsi dari TAM tersebut berpengaruh pada *Attitude toward Using (AU)* dan *Behavioral Intention to Use (BIU)* yang selanjutnya berdampak pada *Actual System Usage (AU)* ShopeePay pada masa pandemi Covid-19.

Rekomendasi yang diajukan mengacu pada temuan penelitian ini adalah bahwa penyedia *fintech* seperti halnya ShopeePay perlu meningkatkan inovasi pada fitur-fitur yang dimiliki sehingga kemanfaatan dan kemudahan menjadi kian terasa oleh penggunaannya. Hal tersebut yang pada gilirannya akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi, dan akhirnya jumlah pengguna dapat terus bertambah. Penelitian selanjutnya dapat juga dilakukan kajian faktor-faktor penentu penerimaan sistem teknologi informasi menggunakan model penerimaan teknologi yang lain, seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)* atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. M. Annur, "Nilai Transaksi Bruto/Gross Merchant Value (GMV) Shopee pada 2017-2021," 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/16/shopee-catatkan-gmv-us625-miliar-pada-2021>

- [2] E. H. H. Tobing and A. Adrian, "Fintech Era and Government Regulation," *J. Manaj. dan Bisnis Jayakarta*, vol. 1, no. 2, pp. 121–126, 2020, doi: 10.53825/jmbjayakarta.v1i2.25.
- [3] S. Sutrisno, D. R. FAHLEFI, and S. Sarbullah, "Penerimaan Financial Technology Berbasis Technology Acceptance Model (TAM)," *J. STIE SEMARANG*, vol. 12, no. 1, pp. 33–46, 2020, doi: 10.33747/stiesmg.v12i1.395.
- [4] C.-M. Chao, "Factors Determining The Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model," *Front. Psychol.*, vol. 10, pp. 1–14, 2019, doi: 10.3389/fpsyg.2019.01652.
- [5] R. A. Rasyid, E. Sunarya, and A. M. Ramdan, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Payment dengan Pendekatan Technology Acceptance Model pada Pengguna 'Link Aja' Sukabumi," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 116–125, 2020, doi: 10.30606/hirarki.v2i2.387.
- [6] H. K. Salam and A. Krisnawati, "Analisis Technology Acceptance Model terhadap Niat Perilaku Pengguna Financial Technology (Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay di Kota Bandung)," *eProceedings Manag.*, vol. 7, no. 2, pp. 2155–2166, 2020.
- [7] F. P. Kawitan and L. Sulistyawati, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada Penggunaan Finance Technology 'Dana,'" *JABEISTIK J. Anal. Bisnis, Ekon. Sos. dan Polit.*, vol. 1, no. 2, pp. 148–158, 2021.
- [8] R. A. Fajri and F. Aziz, "Analisis Minat Penggunaan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Kota Bandung," *e-Proceeding Manag.*, vol. 9, no. 4, pp. 2055–2066, 2022.
- [9] A. Mailangkay, S. Uli, and E. Juwono, "Evaluasi Penerimaan Fintech dengan Menggunakan Metode Tam terhadap Nasabah Aplikasi Fintech XYZ," *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 4, no. 6, pp. 4466–4479, 2022, doi: 10.31004/jpdk.v4i6.8968.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [11] M. Z. Aditya, "Analisis Penerimaan Pelanggan terhadap Aplikasi PLN Mobile dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Sist. Teknol. Inf. Komun.*, vol. 3, no. 1, pp. 37–45, 2020, doi: 10.32524/jusitik.v3i1.490.
- [12] K. D. P. Novianti, N. K. W. L. Putri, and I. A. G. W. Purnamayanti, "Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus: SIJALAK Desa Pohsanten)," *Inser. Inf. Syst. Emerg. Technol. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 113–125, 2021, doi: 10.23887/insert.v2i2.43135.
- [13] R. D. Pambudi, "Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo," *Harmony*, vol. 4, no. 2, pp. 74–81, 2019.
- [14] B. Santoso and E. Zusrony, "Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 11, no. 1, pp. 49–54, 2020, doi: 10.51903/jtikp.v11i1.150.
- [15] S. B. Hermanto and P. Patmawati, "Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 19, no. 2, pp. 67–81, 2017, doi: 10.9744/jak.19.2.67-81.
- [16] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.