

Model Penerimaan Sistem *E-purchasing*: Analisis Peran Kepercayaan dan Keamanan Pengguna

DOI: <http://dx.doi.org/10.35889/jutisi.v14i3.3251>

Creative Commons License 4.0 (CC BY – NC)

Rifki Iskandar^{1*}, Tri Suratno², Yolla Noverina³

Sistem Informasi, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

*e-mail Corresponding Author: rifkiiskandar2003@gmail.com

Abstract

E-purchasing System Acceptance Model: Analysis of the Role of User Trust and Security. The adoption of local Business-to-Government (B2G) E-purchasing platforms faces challenges, as indicated by a decline in new user registrations. This study aims to analyze the influence of User Trust and Perceived Security on the Behavioral Intention to Use the Parto.id platform, extending the Technology Acceptance Model (TAM). This quantitative study surveyed 100 seller partners in Jambi City. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that Perceived Usefulness and User Trust significantly and positively influence Behavioral Intention to Use. However, Perceived Security was found to have no significant direct effect on user intention. The results highlight that User Trust is a more crucial determinant than Perceived Security in the adoption of B2G E-purchasing systems, suggesting that security is considered a standard prerequisite. Platform providers should prioritize trust-building initiatives to enhance user adoption.

Keywords: Technology Acceptance Model; User Trust; Perceived Security; E-purchasing; B2G System.

Abstrak

Model Penerimaan Sistem E-purchasing: Analisis Peran Kepercayaan dan Keamanan Pengguna. Adopsi platform E-purchasing lokal Business-to-Government (B2G) menghadapi tantangan yang ditunjukkan dengan adanya penurunan jumlah pendaftar pengguna baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pengguna dan persepsi keamanan terhadap niat perilaku untuk menggunakan platform Parto.id dengan memperluas Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian kuantitatif ini menggunakan survei terhadap 100 mitra penjual di Kota Jambi. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan kepercayaan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan. Namun, persepsi keamanan ditemukan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat pengguna. Hasil ini menyoroti bahwa kepercayaan pengguna merupakan faktor penentu yang lebih krusial dibandingkan persepsi keamanan dalam adopsi sistem E-purchasing B2G, yang mengindikasikan bahwa keamanan dianggap sebagai prasyarat standar. Penyedia platform harus memprioritaskan inisiatif pembangunan kepercayaan untuk meningkatkan adopsi pengguna.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model; Kepercayaan Pengguna; Persepsi Keamanan; E-purchasing; Sistem B2G.

1. Pendahuluan

Transformasi digital sangat memberikan dampak signifikan terhadap sektor publik, terlebih lagi pada modernisasi pengadaan barang dan jasa melalui sistem elektronik (*e-procurement*). Pemanfaatan model *e-commerce Business-to-Government* (B2G) menjadi langkah strategis guna dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan anggaran negara [1]. Di Indonesia, metode *e-purchasing* melalui sistem katalog elektronik (e-Katalog) yang dikelola oleh LKPP menjadi tulang punggung dari proses ini, yang memunculkan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berpartisipasi dalam pengadaan pemerintah [2]. Memahami faktor-faktor yang mendorong atau menghambat

adopsi platform *e-purchasing* oleh UMKM menjadi krusial untuk memastikan keberhasilan ekosistem digital ini.

Parto.id, sebagai salah satu platform *e-purchasing* lokal mitra resmi LKPP, menunjukkan sebuah fenomena yang menarik. Di satu sisi, platform ini menunjukkan keberhasilan dengan menempati peringkat kelima nasional berdasarkan volume transaksi. Namun, di sisi lain, terdapat masalah terkait adopsi platform yang tecermin dari data penurunan jumlah pendaftar mitra penjual baru dari 1.218 pada tahun 2023 menjadi 984 pada tahun 2024. Fenomena ini memunculkan sebuah celah penelitian (*research gap*) tentang mengapa sebuah platform yang berkinerja baik dari segi transaksi justru mengalami penurunan minat dari calon pengguna? Meskipun faktor eksternal seperti siklus anggaran pemerintah dapat berpengaruh, sebuah pra-survei mengindikasikan adanya korelasi kuat dengan faktor internal sistem. Ditemukan bahwa 6 dari 10 pengguna menganggap "proses registrasi yang kompleks" sebagai penghalang, dan separuh (50%) responden menyatakan tingkat kepercayaan yang 'Rendah' serta merasa data usaha mereka 'Kurang Aman'.

Untuk menganalisis masalah penerimaan platform dari persepsi pengguna tersebut, penelitian ini mengusulkan solusi dalam penggunaan kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Memilih TAM karena merupakan model yang telah teruji secara luas dan efektif dalam menjelaskan bagaimana pengguna menerima sebuah teknologi baru [3]. Sejalan dengan temuan pra-survei dan relevansi dalam transaksi B2G, model TAM dalam penelitian ini diperluas dengan memasukkan dua variabel krusial yaitu Kepercayaan Pengguna, yang menjadi landasan hubungan jangka panjang dan Persepsi Keamanan, yang menjadi jaminan atas integritas data dan transaksi [4].

Berdasarkan uraian di atas, tujuannya dari penelitian ini Adalah menganalisis secara empiris pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Keamanan, dan Kepercayaan Pengguna pada niat penggunaan platform *e-purchasing* Parto.id. Secara akademis, harapannya studi ini bisa berkontribusi pada literatur penerimaan teknologi dalam konteks B2G. Secara praktis, temuan penelitian ini bisa dijadikan rekomendasi bagi pengelola platform untuk meningkatkan strategi adopsi pengguna.

2. Tinjauan Pustaka

Berbagai penelitian telah berupaya menganalisis masalah penerimaan sistem *e-procurement*. Salah satu riset relevan dilakukan oleh Ramkumar dkk. [5] yang meneliti tentang niat keberlanjutan (*continuance intention*) pembeli organisasi dengan menggunakan layanan *e-procurement*. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan PLS-SEM terhadap 368 pembeli organisasi. Mereka mengembangkan model *Quality Technology Acceptance Model* (Q-TAM) yang memperluas TAM. Parameter-parameter yang diproses meliputi kualitas aliran informasi, kualitas logistik, kualitas layanan, kemudahan penggunaan (PEOU), kemanfaatan (PU), dan niat keberlanjutan. Hasilnya menunjukkan bahwa aspek kualitas dan variabel TAM secara signifikan memengaruhi niat pembeli untuk terus menggunakan layanan *e-procurement*.

Selanjutnya, Brandon-Jones & Kauppi [6] meneliti tentang anteseden (faktor-faktor sebelum PU dan PEOU) dari model TAM dalam konteks adopsi *e-procurement*. Riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis SEM terhadap 197 manajer pengadaan di Inggris. Parameter-parameter yang dianalisis meliputi pengaruh relatif, tekanan kompetitif, dukungan manajemen puncak, kualitas sistem, efikasi diri komputer, PU, PEOU, dan penggunaan aktual. Temuan mereka menyoroti pentingnya faktor-faktor organisasional dan individual sebagai pendorong awal dalam proses penerimaan *e-procurement*.

Dalam konteks Indonesia, Odi & Suryani [7] meneliti tentang penerimaan sistem *e-procurement* di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi terhadap 90 responden pengguna internal pemerintah. Parameter yang diproses didasarkan pada model TAM dasar, meliputi Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Sikap, Minat, dan Penggunaan Aktual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel TAM secara signifikan menjelaskan penerimaan sistem *e-procurement* di kalangan pengguna pemerintah daerah.

Ketiga penelitian tersebut memberikan landasan penting mengenai penerimaan *e-procurement*. Ramkumar dkk. [5] dan Brandon-Jones & Kauppi [6] menggunakan model TAM yang diperluas dan fokus pada pengguna organisasi (pembeli/manajer pengadaan) dalam konteks internasional, menyoroti aspek kualitas dan anteseden organisasional. Sementara itu,

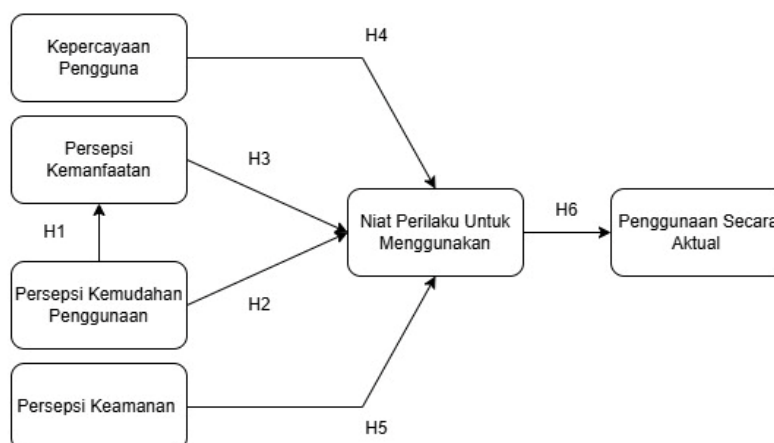
Odi & Suryani [7] memberikan perspektif lokal dari pengguna internal pemerintah di Indonesia dengan menggunakan TAM dasar. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik menganalisis penerimaan *e-procurement* dari perspektif penyedia (penjual), khususnya UMKM, serta belum menguji secara simultan peran krusial Kepercayaan dan Keamanan dalam konteks B2G di Indonesia.

State of the art penelitian ini terletak pada pengujian model TAM yang diperluas dengan variabel Kepercayaan Pengguna dan Persepsi Keamanan secara simultan dalam konteks *e-purchasing Business-to-Government* (B2G) yang spesifik dari perspektif UMKM sebagai penjual. Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang fokus pada pembeli atau pengguna internal pemerintah, perbedaan dari aspek penelitian ini adalah analisis adopsi teknologi dari sudut pandang penyedia layanan (UMKM) kepada instansi pemerintah. Dengan demikian, novelty riset saat ini tidak hanya menguji kembali pengaruh Kepercayaan dan Keamanan sebagai parameter, tetapi juga menganalisis perbedaan kontribusi relatif keduanya dalam lingkungan B2G yang unik, di mana asumsi dasar mengenai kepercayaan dan keamanan bisa jadi berbeda karena adanya keterlibatan institusi pemerintah (LKPP) sebagai penjamin.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel. Penelitian ini mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teoretis utama. Diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, TAM merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang secara spesifik dirancang untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong penerimaan teknologi oleh pengguna [3]. Seiring perkembangannya, model ini disempurnakan oleh Venkatesh dan Davis (1996) dengan menghilangkan variabel 'sikap terhadap penggunaan', karena ditemukan bahwa dua persepsi utama yaitu Persepsi Kemanfaatan (PU) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap niat perilaku [8].

Berdasarkan tinjauan literatur dan temuan pada pra-survei, penelitian ini mengusulkan model konseptual yang memperluas kerangka TAM dengan memasukkan dua variabel eksternal yang relevan dalam konteks *e-purchasing*, yaitu Kepercayaan Pengguna (T) dan Persepsi Keamanan (PS), sebagai prediktor langsung dari niat perilaku. Model penelitian yang diusulkan diilustrasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian yang diajukan

Berdasarkan model ini, enam hipotesis diajukan untuk diuji dalam studi ini, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis
Hipotesis 1	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan.
Hipotesis 2	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Niat Menggunakan.
Hipotesis 3	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara Persepsi Kemanfaatan dan Niat Menggunakan.
Hipotesis 4	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara Persepsi Keamanan dan Niat Menggunakan.
Hipotesis 5	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara Kepercayaan Pengguna dan Niat Menggunakan.
Hipotesis 6	Diproyeksikan bahwa ada korelasi positif antara Niat Menggunakan dan Penggunaan secara Aktual.

Populasi penelitian ini adalah 1.102 pengguna mitra Parto.id (penyedia layanan) yang terdaftar di Kota Jambi. Penggunaan teknik *purposive sampling* dalam menentukan pilihan responden dengan kriteria telah melakukan minimal tiga kali transaksi melalui platform. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%, ukuran sampel minimum ditetapkan sebanyak 92 responden. Jumlah ini kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk mengantisipasi data yang tidak valid dan untuk meningkatkan kekuatan statistik dari analisis yang dilakukan.

Teknik dalam pengumpulan data yang dilaksanakan yaitu dengan studi pustaka dan penyebaran kuesioner secara daring maupun luring. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert empat poin, dari (1) Sangat Tidak Setuju hingga (4) Sangat Setuju. Penggunaan skala empat poin ini memiliki tujuan dalam mendorong ketegasan jawaban dari responden dan menghindari bias yang mungkin timbul dari adanya pilihan netral. Indikator untuk setiap variabel diadopsi dari penelitian sebelumnya yang telah teruji validitasnya, dan kelayakan instrumen dipastikan melalui *pilot test* terhadap 30 responden sebelum disebar secara luas.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM), yang dibantu dengan *software* SmartPLS 4. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya untuk menangani model yang kompleks, fleksibilitasnya terhadap asumsi normalitas data, serta efisiensinya untuk ukuran sampel dalam riset ini. Proses analisis data kemudian dijalankan melalui dua tahap utama sesuai dengan kaidah metodologi PLS-SEM.

Tahapan pertama adalah dengan melakukan evaluasi pada model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan alat ukur yang dipakai sudah valid dan reliabel. Pada tahap ini, uji validitas konvergen akan dilakukan menggunakan kriteria beban eksternal $>0,7$ dan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) $>0,5$, hal tersebut mengatakan bahwasanya variabel yang digunakan dalam penelitian dapat menjelaskan setidaknya 1/2 varians pada indikatornya. Selain itu, uji validitas diskriminatif dilakukan untuk memastikan konsep-konsep dapat dibedakan secara mutual. Kriteria yang digunakan adalah beban silang, di mana nilai beban variabel yang diukur harus melebihi nilai beban variabel lain, idealnya melebihi 0,7. Hal ini menunjukkan validitas diskriminatif yang kuat, yang berarti nilai beban konstruksi utama harus lebih tinggi daripada nilai beban konstruksi lain [9]. Selanjutnya, pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan 2 metode yaitu koefisien *Cronbach's alpha* dan reliabilitas komposit. Reliabilitas komposit direkomendasikan, karena metode *Cronbach's alpha* sering menghasilkan nilai yang lebih rendah. Reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *output* yang diperoleh, yang harus melebihi 0,7 untuk dianggap reliabel.

Langkah selanjutnya adalah evaluasi model struktural (*inner model*). Tujuan dilakukannya evaluasi pada tahap ini adalah untuk menganalisis hubungan antar konstruk dalam penelitian ini. Analisis pertama yang dilakukan adalah dengan menguji nilai R-Square untuk mengukur seberapa besar variabel independent dalam memberikan pengaruh kepada variabel dependen. Nilai R-Square yang berada di atas 0,75 dianggap kuat, kemudian yang bernilai diantara 0,50 dan 0,75 dianggap moderat (sedang), dan jika bernilai diantara 0,25 dan 0,50 dianggap lemah. Selanjutnya, analisis F-square dilakukan untuk menentukan kekuatan pengaruh prediktif variabel pada tingkat struktural, dikategorikan sebagai lemah, moderat, atau kuat. Adapun klasifikasi kekuatan pengaruh berdasarkan nilai F-square adalah jika bernilai 0,02

kebawah maka memiliki pengaruh yang kecil, kemudian nilai diantara 0,03 dan 0,15 memiliki pengaruh yang sedang, dan nilai diantara 0,16 dan 0,35 memiliki pengaruh yang besar [10].

Tahap ketiga melibatkan pengujian hipotesis melalui metode terarah. Dengan melakukan perbandingan nilai T-statistik yang diukur dengan nilai T yang tercantum dalam tabel, signifikansi statistik hubungan antara variabel ditentukan. Sesuai dengan standar penelitian umum, studi ini memutuskan untuk menggunakan tingkat signifikansi 5% karena dianggap merupakan standar umum dalam penelitian. Jika nilai T-statistik melebihi 1,96 dan nilai p kurang dari 0,05, hipotesis diterima dan signifikan secara statistik.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Pilot test

Sebelum pengumpulan data utama, dilakukan uji coba awal dengan 30 responden untuk menilai kelayakan dan keandalan instrumen penelitian. Analisis data untuk fase ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa instrumen penelitian menunjukkan validitas dan keandalan yang sangat baik. Persyaratan pengujian validitas konvergen terpenuhi, dengan beban eksternal setiap indikator melebihi ambang batas yang direkomendasikan sebesar 0.70, dan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk melebihi nilai standar 0.50. Selain itu, uji validitas diskriminatif melalui analisis beban silang (*cross-loadingss*) mengonfirmasi bahwa setiap indikator menunjukkan korelasi tertinggi dengan konstruksi yang sesuai dibandingkan dengan konsep lain. Dalam uji keandalan, nilai keandalan komposit untuk semua variabel penelitian melebihi 0,70. Berdasarkan serangkaian uji ini, kuesioner dianggap valid dan andal, sehingga layak digunakan dalam fase pengumpulan data aktual studi.

4.2. Demografi Responden

Data primer dalam studi ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*) dan luring (*offline*) kepada para pengguna Parto.id yang berdomisili di Kota Jambi. Dari total 108 kuesioner yang berhasil terkumpul, sebanyak 100 di antaranya dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

Ciri-ciri demografis dari 100 responden yang berpartisipasi dalam studi ini dirangkum dalam Tabel 2. Sebagian besar responden adalah perempuan (51%), dengan kelompok usia utama adalah penduduk usia kerja berusia 25 hingga 34 tahun (37%) dan 35 hingga 44 tahun (30%). Dari segi tempat tinggal, responden sebagian besar berasal dari distrik Telanaipura (26%) dan distrik Alam Barajo (17%), keduanya mewakili kawasan pusat bisnis di Kota Jambi.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	49	49%
	Perempuan	51	51%
Usia	18–24 Tahun	8	8%
	25–34 Tahun	37	37%
	35–44 Tahun	30	30%
	45–54 Tahun	22	22%
	55–64 Tahun	2	2%
	>64 Tahun	1	1%
Domisili	Telanaipura	26	26%
	Alam Barajo	17	17%
	Kota Baru	13	13%
	Danau Sipin	12	12%
	Lainnya	32	32%

4.3. Outer model

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, model pengukuran (model eksternal) dievaluasi. Evaluasi dilakukan pada tahap ini untuk menentukan seberapa akurat indikator yang digunakan dalam mengukur variabel laten. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.

Validitas konvergen dievaluasi melalui beban eksternal dan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE). Hasil analisis menunjukkan bahwa semua beban eksternal indikator melebihi

ambang batas 0,70, sementara nilai AVE setiap konstruk melebihi 0,50. Temuan ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 1/2 varians pada indikator-indikator yang menyusunnya. Hasil uji untuk beban eksternal dan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Status Kevalid-an
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOU-1	0,833	0,602	Ya
	PEOU-2	0,802		Ya
	PEOU-3	0,715		Ya
	PEOU-4	0,721		Ya
	PEOU-5	0,803		Ya
Perceived Usefulness	PU-1	0,822	0,641	Ya
	PU-2	0,852		Ya
	PU-3	0,721		Ya
Perceived Security	PS-1	0,887	0,758	Ya
	PS-2	0,853		Ya
Trust	T-1	0,805	0,616	Ya
	T-2	0,729		Ya
	T-3	0,767		Ya
	T-4	0,835		Ya
Behavioral Intention to Use	BIU-1	0,880	0,756	Ya
	BIU-2	0,903		Ya
	BIU-3	0,824		Ya
Actual Use	AU-1	0,778	0,670	Ya
	AU-2	0,838		Ya
	AU-3	0,838		Ya

Selanjutnya, validitas analisis diskriminan diuji menggunakan kriteria *cross-loadings*, yang mensyaratkan bahwa nilai beban variabel yang diukur harus melebihi nilai beban variabel lainnya. Hasilnya menunjukkan bahwa semua konsep dalam studi ini berbeda satu sama lain. Hasil uji *cross-loadings* disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

	AU	BIU	PEOU	PS	PU	T
AU1	0,778	0,467	0,207	0,375	0,450	0,391
AU2	0,838	0,416	0,431	0,300	0,592	0,343
AU3	0,838	0,485	0,413	0,357	0,568	0,459
BIU1	0,523	0,880	0,341	0,273	0,409	0,362
BIU2	0,498	0,903	0,390	0,299	0,461	0,467
BIU3	0,435	0,824	0,170	0,194	0,312	0,385
PEOU1	0,319	0,310	0,833	0,128	0,447	0,260
PEOU2	0,212	0,235	0,802	0,113	0,334	0,241
PEOU3	0,255	0,264	0,715	0,110	0,430	0,195
PEOU4	0,312	0,238	0,721	0,241	0,377	0,180
PEOU5	0,514	0,313	0,803	0,261	0,450	0,336
PS1	0,343	0,274	0,205	0,887	0,222	0,355
PS2	0,397	0,243	0,180	0,853	0,186	0,425
PU1	0,613	0,480	0,360	0,107	0,822	0,392
PU2	0,545	0,367	0,340	0,129	0,852	0,459
PU3	0,408	0,249	0,557	0,318	0,721	0,358
T1	0,408	0,464	0,250	0,380	0,487	0,805
T2	0,323	0,220	0,179	0,308	0,305	0,729
T3	0,397	0,337	0,321	0,293	0,392	0,767
T4	0,393	0,371	0,230	0,399	0,348	0,835

Keandalan diukur berdasarkan koefisien keandalan komposit (ρ_c), yang dianggap sebagai ukuran yang lebih andal yang dihasilkan dari model PLS-SEM. Semua konstruk menunjukkan koefisien keandalan komposit yang melebihi ambang batas 0,70. Berdasarkan serangkaian uji ini, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran yang diterapkan dalam studi ini valid dan dapat diandalkan, sehingga cocok untuk analisis lebih lanjut terhadap model struktural. Nilai keandalan komposit (ρ_c) disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Nilai *Composite reliability*

Variabel	<i>Composite reliability</i> (ρ_c)	Keterangan
T	0,859	Reliabel
PU	0,903	Reliabel
PS	0,883	Reliabel
PEOU	0,862	Reliabel
BIU	0,842	Reliabel
AU	0,865	Reliabel

4.4. Uji *Inner model*

Tahap selanjutnya, setelah model pengukuran terkonfirmasi, adalah evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji daya prediksinya. Penilaian ini menggunakan nilai koefisien determinasi (R-Square) guna melihat seberapa jauh variabel independen memengaruhi variabel dependen. Tabel 6 menyajikan hasil perhitungan nilai R-Square dari setiap variabel endogen.

Tabel 6. Hasil Uji *R-Square*

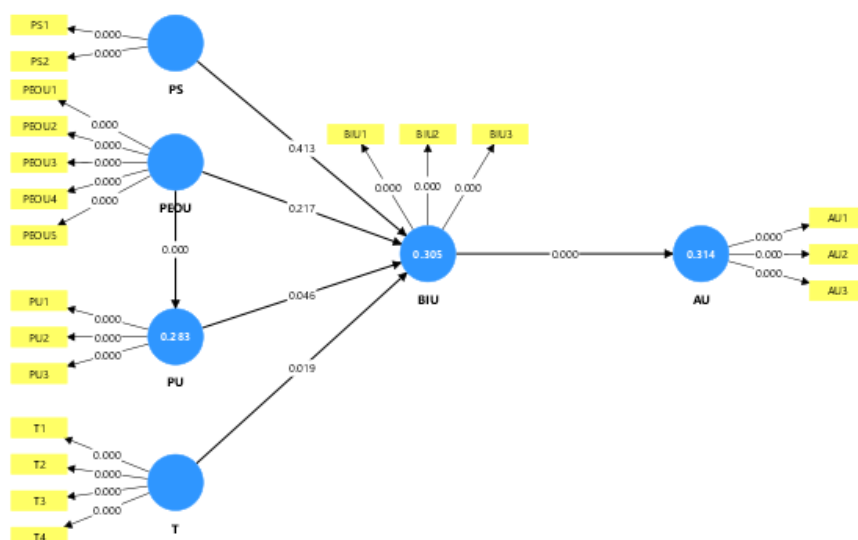
Variabel Endogen	<i>R-Square</i>	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (PU)	0,283	Lemah
Niat Perilaku (BIU)	0,305	Lemah
Penggunaan Aktual (AU)	0,314	Lemah

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) mampu menjelaskan **28,3%** dari total varians pada variabel Persepsi Kemanfaatan (PU), yang dikemukakan dengan nilai R-Square dengan besaran **0,283**. Sementara itu, kontribusi gabungan dari empat variabel (PEOU, PU, PS, dan T) secara kolektif dapat menjelaskan **30,5%** varians pada niat perilaku (BIU), dengan nilai R-Square **0,305**. Akhirnya, nilai *R-Square* untuk Penggunaan Aktual (AU) adalah 0,314, menunjukkan bahwa Niat Perilaku (BIU) menjelaskan 31,4% variasi dalam AU. Menurut standar interpretasi, ketiga nilai *R-Square* ini masuk dalam kategori “lemah”, menandakan bahwa faktor-faktor lain yang memengaruhi variabel-variabel ini ada di luar lingkup model studi ini.

Langkah berikutnya adalah menggunakan uji F-square. Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi kontribusi spesifik dari masing-masing variabel independen terhadap nilai R-Square pada variabel dependen. Hasil uji menunjukkan bahwa hubungan antara niat perilaku (BIU) dan penggunaan aktual (AU) ($f^2=0.457$), serta hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dan Persepsi Kemanfaatan (PU) ($f^2=0.394$), memiliki pengaruh yang signifikan. Hubungan antara kredibilitas pengguna (T) dan niat perilaku (BIU) ($f^2=0.065$), serta hubungan antara Persepsi Kemanfaatan (PU) dan niat perilaku (BIU) ($f^2=0.048$), menunjukkan efek moderat. Hubungan lainnya menunjukkan pengaruh yang lebih kecil. Analisis *F-square* ini memberikan wawasan yang lebih dalam tentang kontribusi relatif masing-masing jalur dalam model.

4.5. Uji *Bootstrapping*

Uji hipotesis dilakukan menggunakan 5.000 prosedur resampling untuk menilai signifikansi statistik hubungan antara konsep-konsep. Menurut kriteria yang telah ditetapkan, suatu hipotesis dianggap valid jika nilai T-statistic melebihi 1,96 dan nilai p berada di bawah 0,05. Hasil uji lengkap untuk keenam hipotesis disajikan dalam Tabel 7, dan dapat diamati pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji coba pada Tabel 7, empat dari enam hipotesis diterima. Dampak positif dan signifikan diamati pada area-area berikut: antara Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) dan Persepsi Kemanfaatan (PU) (H1), antara Persepsi Kemanfaatan (PU) dan niat perilaku (BIU) (H3), antara kepercayaan pengguna (T) dan niat perilaku (BIU) (H5), serta antara niat perilaku (BIU) dan penggunaan aktual (AU) (H6). Namun, studi ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) (H2) dan keamanan yang dirasakan (PS) (H4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap niat perilaku (BIU).

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients

Hipotesis	Hubungan Variabel	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	PEOU -> PU	8,836	0,000	Diterima
H2	PEOU -> BIU	1,236	0,217	Ditolak
H3	PU -> BIU	1,999	0,046	Diterima
H4	PS -> BIU	0,818	0,413	Ditolak
H5	T -> BIU	2,341	0,019	Diterima
H6	BIU -> AU	8,955	0,000	Diterima

4.6. Pembahasan dan Rekomendasi

Bagian ini menguraikan interpretasi dari hasil pengujian hipotesis dan mengaitkannya dengan kerangka teori serta penelitian sebelumnya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

Hasil pengujian H1 (T-Statistic = 8.836) mengonfirmasi pilar utama dalam model TAM, di mana Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) terbukti memiliki pengaruh signifikan pada Persepsi Kemanfaatan (PU). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya [11], [12], [13] dan menunjukkan bahwa bagi pengguna mitra Parto.id, pengalaman penggunaan yang bebas hambatan menjadi fondasi penting bagi mereka untuk merasakan manfaat fungsional dari platform. Oleh karena itu, pihak Parto.id harus terus meningkatkan optimasi *User Experience* (UX) dengan menyederhanakan alur kerja seperti proses unggah produk, manajemen pesanan dsb, karena hal tersebut secara langsung akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap kegunaan platform dalam menunjang bisnis mereka.

Menariknya, H2 (T-Statistic = 1.236) yang menguji pengaruh langsung PEOU terhadap Niat Perilaku (BIU) ditolak. Temuan ini, meskipun tidak sejalan dengan beberapa studi sebelumnya [14], [15] dapat dijelaskan dalam konteks B2G. Motivasi utama pengguna (penjual) adalah manfaat fungsional untuk mendapatkan kontrak pemerintah. Selama platform dirasa bermanfaat (PU), faktor kemudahan menjadi sekunder. Pengaruh PEOU terhadap niat kemungkinan besar bersifat tidak langsung melalui PU, yang hubungannya terbukti sangat kuat

(H1). Untuk itu, rekomendasi strategis bagi Parto.id adalah memprioritaskan komunikasi dan pengembangan fitur yang secara langsung menunjukkan **manfaat bisnis** dan peluang pasar, daripada hanya menonjolkan kemudahan penggunaan.

Selanjutnya, H3 (T-Statistic = 1.999) diterima, mendukung kerangka inti TAM bahwa Persepsi Kemanfaatan (PU) adalah prediktor utama dari Niat Perilaku (BIU). Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh [13], [16], [17] dan menegaskan bahwa *value proposition* utama dari Parto.id di mata penggunanya adalah manfaat fungsional dalam menunjang bisnis mereka. Sehingga, Parto.id perlu secara aktif memvisualisasikan dan mengkomunikasikan manfaat yang dirasakan pengguna. Implementasinya dapat berupa pengembangan dasbor analitik yang menampilkan metrik penjualan, menyoroti kisah sukses dari UMKM lain, atau memberikan wawasan pasar pengadaan.

Temuan penting lainnya adalah penolakan H4 (T-Statistic = 0.818), yang menyatakan bahwa Persepsi Keamanan (PS) tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Niat Perilaku (BIU). Hasil ini sejalan dengan temuan [16], [18] namun bertentangan dengan [19]. Penjelasan yang paling mungkin adalah karena Parto.id merupakan mitra resmi LKPP, keamanan dianggap sebagai standar wajib (*hygiene factor*), bukan lagi sebuah keunggulan yang secara aktif mendorong niat. Selain itu, efek keamanan kemungkinan sudah terserap oleh variabel Kepercayaan Pengguna (Trust), yang terbukti sangat signifikan. Oleh karena itu, strategi komunikasi Parto.id sebaiknya tidak hanya berfokus pada fitur keamanan teknis, tetapi pada pembangunan **Kepercayaan** secara keseluruhan.

Diterimanya H5 (T-Statistic = 2.341) menggarisbawahi peran krusial Kepercayaan Pengguna (Trust) dalam mendorong Niat Perilaku (BIU). Temuan ini sangat konsisten dengan penelitian sebelumnya [14], [20], [21] dan menunjukkan bahwa dalam ekosistem *e-purchasing* B2G, keyakinan pada integritas dan keandalan platform adalah pendorong fundamental bagi niat penggunaan. Rekomendasi utamanya adalah Parto.id harus menjadikan pembangunan kepercayaan sebagai pilar strategi. Ini dapat diwujudkan melalui penyediaan layanan pelanggan yang responsif, proses penyelesaian perselisihan yang ada dengan adil, dan transparansi dalam setiap proses transaksi.

Terakhir, diterimanya H6 dengan nilai T-Statistic yang sangat tinggi (8.955) memvalidasi hubungan kuat antara Niat Perilaku (BIU) dan Penggunaan Aktual (AU). Hasil ini konsisten dengan teori TAM dan penelitian sebelumnya [13], [22] mengonfirmasi bahwa niat adalah prediktor yang akurat untuk perilaku penggunaan yang sebenarnya. Rekomendasi dari temuan ini bersifat konfirmatif yaitu dengan berfokus pada peningkatan Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Pengguna yang terbukti mendorong Niat, sehingga pihak Parto.id dapat yakin bahwa upaya tersebut akan secara efektif meningkatkan penggunaan platform secara aktual.

5. Kesimpulan

Studi ini menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pengguna dan persepsi keamanan terhadap niat menggunakan platform pengadaan elektronik *Parto.id*, dan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Temuan utama menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna dan persepsi kegunaan adalah suatu faktor yang menentukan signifikan terhadap niat adopsi platform. Secara kritis, persepsi keamanan ditemukan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat penggunaan. Hal ini menyarankan bahwa dalam sistem pengadaan elektronik B2G yang secara resmi bermitra dengan lembaga pemerintah, keamanan dapat dianggap sebagai persyaratan dasar (faktor higienis), sedangkan kepercayaan terhadap integritas dan keandalan platform muncul sebagai faktor yang lebih kritis.

Signifikansi praktis dari temuan ini terletak pada rekomendasi agar penyedia platform (seperti *Parto.id*) memprioritaskan strategi yang berfokus pada pembentukan kepercayaan. Hal ini meliputi peningkatan keandalan sistem, peningkatan transparansi proses, dan secara konsisten menunjukkan manfaat konkret bagi mitra penjualan. Untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk secara eksplisit menyelidiki peran mediasi kepercayaan antara persepsi keamanan dan niat penggunaan guna memvalidasi kesimpulan studi ini. Selain itu, metode kualitatif seperti wawancara mendalam dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku pengguna yang tidak dapat ditangkap oleh survei kuantitatif.

Referensi

- [1] A. Awa, A. Riyanti, and A. Safari, "Eksplorasi Model Bisnis E-Commerce dan Penerapannya pada Industri Pariwisata," *Tour. Sci. J.*, vol. 10, no. 1, pp. 103–129, 2024, doi: 10.32659/tsj.v10i1.401.
- [2] S. A. Khumaira, "Penerapan E-Procurement Dengan Metode E-Purchasing Dalam Pengadaan Barang Dan Jasa Pemerintah," *Musytari J. Manajemen, Akunt. dan Ekon.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–8, 2025, doi: DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [3] H. Hasnawiyah, & M. Ulfa, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Edumu Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Studi Kasus: SMK Muhammadiyah I Palembang)." *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 12, no. 3, pp. 1556–1567, 2023, doi:http://dx.doi.org/10.35889/jutisi.v12i3.1573.
- [4] E. Ismagilova, L. Hughes, N. P. Rana, and Y. K. Dwivedi, "Security, Privacy and Risks Within Smart Cities: Literature Review and Development of a Smart City Interaction Framework," *Inf. Syst. Front.*, vol. 24, no. 2, pp. 393–414, 2022, doi: 10.1007/s10796-020-10044-1.
- [5] M. Ramkumar, T. Schoenherr, S. M. Wagner, and M. Jenamani, "Q-TAM: A quality technology acceptance model for predicting organizational buyers' continuance intentions for e-procurement services," *Int. J. Prod. Econ.*, vol. 216, no. March 2018, pp. 333–348, 2019, doi: 10.1016/j.ijpe.2019.06.003.
- [6] A. Brandon-Jones and K. Kauppi, "Examining the antecedents of the technology acceptance model within e-procurement," *Int. J. Oper. Prod. Manag.*, vol. 38, no. 1, pp. 22–42, 2018, doi: 10.1108/IJOPM-06-2015-0346.
- [7] M. Odi and E. Suryani, "Acceptance Analysis of The East Java Province E-Procurement System Using TAM Method," *IPTEK J. Technol. Sci.*, vol. 31, no. 2, pp. 127–128, 2020, doi: 10.12962/j20882033.v31i2.5641.
- [8] E. Fatmawati, "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan," *J. Iqra'*, vol. 9, no. 01, pp. 1–13, 2015.
- [9] I. M. A. A. Pering, "Abstrak Jurnal Satyagraha," *J. Satyagraha*, vol. 03, no. 02, pp. 28–48, 2021.
- [10] H. Sukmawati *et al.*, "Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 03, pp. 1845–1857, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- [11] A. Aziziyah, "Peranan Persepsi Manfaat sebagai Mediasi dalam Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan E-Commerce pada Aplikasi Traveloka," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 1, pp. 205–206, 2021, doi: 10.26740/jim.v9n1.p205-216.
- [12] L. P. S. Hartanti, "Pendekatan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Penerimaan Teknologi (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Payment)," *Bul. Profesi Ins.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2021, doi: 10.20527/bpi.v4i1.91.
- [13] Rosmasari, G. M. Putra, and M. Farid, "Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Aplikasi BRImo," *J. Rekayasa Teknol. Inf.*, vol. 8, no. 2, pp. 144–153, 2024, [Online]. Available: <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/INF/article/view/14687>
- [14] H. A. R. Zudiah, Y. Tyroni Mursityo, and D. Cahya Astriya Nugraha, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intention To Use Pada Aplikasi Tokopedia Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Termodifikasi," *J. Sist. Informasi, Teknol. Informasi, dan Edukasi Sist. Inf.*, vol. 5, no. 1, pp. 50–61, 2024, doi: 10.25126/justsi.v5i1.398.
- [15] Z. Y. Firdaus, D. Krisbiantoro, and F. N. Afiana, "Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptane Model (TAM) Abstraksi Keywords : Pendahuluan Tinjauan Pustaka," *J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 56–62, 2022.
- [16] L. D. Hermawann, K. Komariah, and R. D. M. Danial, "Analisis Minat Menggunakan Bri Mobile (Survei Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kota Sukabumi)," *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, vol. 9, no. 6, pp. 525–526, Jun. 2020, doi: 10.24843/EEB.2020.v09.i06.p03.
- [17] L. Robaniyah and H. Kurnianingsih, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo," *Image J. Ris. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 53–62, 2021, doi: 10.17509/image.v10i1.32009.

-
- [18] M. Andika Sari, R. Listiawati, Novitasari, and R. Vidyasari, "Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek)," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 18, no. 2, pp. 126–134, 2019, doi: DOI: 10.32722/eb.v18i2.2493.
- [19] A. Hikmah and R. Nurlinda, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA," *J. if Manag. Creat. Bus.*, vol. 1, no. 4, pp. 181–201, 2023, doi: doi.org/10.30640/jmcbus.v1i4.1433.
- [20] J. R. Gultom, I. Setyawan, and R. Laksono, "Peran kepercayaan dalam memediasi efek persepsi kemudahan dan persepsi nilai digital pada niat penggunaan kontinu e-payment," *Mediastima*, vol. 29, no. 1, pp. 54–70, 2023, doi: doi.org/10.55122/mediastima.v29i1.707.
- [21] Nurhayati and A. Gunawan, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Kota Medan," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. dan Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 5, pp. 5285–5303, 2024, doi: 10.47467/alkharaj.v6i5.2267.
- [22] G. Gunadi and K. I. Sudaryana, "Analisa Tingkat Penerimaan Aplikasi Scratch Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *Infotech J. Technol. Inf.*, vol. 7, no. 1, pp. 55–62, 2021, doi: doi.org/10.37365/jti.v7i1.101.