

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong adopsi alat pemasaran Program Sosial Shopee oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta mengevaluasi dampak adopsi tersebut terhadap pertumbuhan bisnis online UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 263 pelaku UMKM online di Indonesia. Data dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel dalam model konseptual yang mengacu pada kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dimodifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pada teknologi digital, kemudahan penggunaan teknologi digital, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi alat pemasaran Program Sosial Shopee oleh UMKM. Selain itu, adopsi alat pemasaran Program Sosial Shopee terbukti memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pertumbuhan bisnis online UMKM, yang tercermin dari peningkatan penjualan, pertumbuhan pelanggan, peningkatan kunjungan toko, serta intensitas interaksi dengan pelanggan. Studi ini memberikan rekomendasi bagi Shopee sebagai platform disarankan memprioritaskan antarmuka yang intuitif serta menyediakan pelatihan dan panduan berbasis praktik, bukan hanya berbasis informasi bagi UMKM agar hambatan adopsi berkurang. Sementara itu, pemilik UMKM didorong untuk memanfaatkan kemudahan teknologi dengan aktif mengikuti panduan dan pelatihan yang disediakan Shopee. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur adopsi teknologi dan pemasaran digital dalam konteks UMKM serta memberikan wawasan baru tentang peran Program Sosial Shopee dalam mendorong pertumbuhan bisnis online UMKM. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi pedoman bagi pemangku kepentingan seperti Shopee dan pelaku UMKM dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih efektif untuk mendorong pertumbuhan bisnis online secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** program sosial shopee, adopsi teknologi digital, pemasaran digital, UTAUT, pertumbuhan bisnis online

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the factors that drive the adoption of marketing tools under the Shopee Social Program by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and to evaluate the impact of such adoption on the growth of online MSME businesses. This research employs a quantitative approach by distributing questionnaires to 263 online MSME owners in Indonesia. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the relationships among variables within a conceptual model that adopts a modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) framework. The results indicate that trust in digital technology, perceived ease of use of digital technology, social influence, and facilitating conditions have positive and significant effects on the adoption of Shopee Social Program marketing tools by MSMEs. Furthermore, the adoption of these marketing tools is proven to have a very strong effect on online business growth, as reflected in increased sales, customer growth, higher online store visits, and increased customer engagement. This study provides recommendations for Shopee as a platform to prioritize an intuitive and user-friendly interface and to offer practice oriented training and guidance, rather than solely information based support, in order to reduce adoption barriers among MSMEs. Meanwhile, MSME owners are encouraged to actively engage in the training and guidance provided by Shopee to better leverage the perceived ease of digital technology. From a theoretical perspective, this study is expected to enrich the literature on technology adoption and digital marketing within the MSME context and to provide deeper insights into the role of the Shopee Social Program in driving online business growth. From a practical perspective, the findings may serve as a reference for stakeholders, including Shopee and MSMEs, in designing more effective digital marketing strategies to support sustainable online business growth.*

**Keywords:** *shopee social program, digital technology adoption, digital marketing, UTAUT, online business growth*