

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi dan desain sistem e-commerce pada Akun *Seller* Banyuwangi Mall sebagai media penjualan produk UMKM di Banyuwangi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif eksploratif dengan metode *case study* dari UMKM penjual produk barang. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikombinasikan dengan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Hasil dari penelitian ini berdasarkan evaluasi sistem e-commerce Banyuwangi Mall menunjukkan bahwa para pengguna (penjual) dapat menerima penggunaan sistem di akun *seller* pada Banyuwangi Mall dan memiliki kepuasan sebagai pengguna akhir. Sistem yang berjalan saat ini sudah memadai, namun perlu dilakukan perbaikan. Perbaikan tersebut digunakan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan sistem ecommerce Banyuwangi Mall terutama sistem akun penjual yang dioperasikan oleh para pelaku UMKM yang menjual produknya melalui Banyuwangi Mall. Perbaikan tersebut berupa desain ulang sistem penjualan. Desain yang dibuat telah disesuaikan berdasarkan perbaikan yang diperlukan dengan mempertimbangkan biaya dan manfaat, serta pengendalian internal di setiap aktivitasnya, sehingga usulan desain sistem e-commerce Banyuwangi Mall ini sangat layak untuk dipertimbangkan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Banyuwangi. Penelitian lanjutan yang diharapkan adalah adanya evaluasi dan perbaikan tampilan dari sisi pelanggan atau pembeli untuk membuat pembeli lebih tertarik untuk transaksi melalui Banyuwangi Mall dan mempermudah dalam penggunaannya.

Kata Kunci: Banyuwangi Mall, UMKM, UTAUT2, EUCS, Banyuwangi