

PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK DAN GRAB DI KALANGAN PEREMPUAN PEDAGANG KULINER DI KOTA SURABAYA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Tri Siwi Agustina

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

Email: siwi@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membawa konsekuensi yang makin berat bagi para perempuan, termasuk pula para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *behavior intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab terhadap *use intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab di kalangan perempuan pedagang kuliner selama pandemi Covid-19 di Kota Surabaya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh (sensus) karena 302 perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya yang telah menggunakan kedua aplikasi tersebut digunakan keseluruhan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian yang diperoleh adalah *behaviour intention* untuk menggunakan aplikasi Gojek dan Grab para perempuan pedagang kuliner di Surabaya terbukti dipengaruhi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*. Akan tetapi *facilitating condition* terbukti tidak berpengaruh pada *behavior intention*. Hasil lain adalah *behaviour intention* terbukti berpengaruh pada *use intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya selama pandemi Covid-19. Penelitian merekomendasikan bagi para pengambil kebijakan, asosiasi dan penyedia aplikasi Gojek dan Grab untuk saling bersinergi meningkatkan daya saing perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya di bidang ekonomi.

Kata kunci: *aplikasi Gojek dan Grab, perempuan pedagang, perilaku penggunaan, usaha kuliner.*

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has brought even more severe consequences for women, including women culinary traders in the city of Surabaya. This study aims to determine the factors that influence the behavior intention of using the Gojek and Grab applications on the use intention of using the Gojek and Grab applications among women culinary traders during the Covid-19 pandemic in the city of Surabaya. The type of research conducted is descriptive quantitative research. The sampling technique used is a saturated sample (census) because 302 women culinary traders in the city of Surabaya who have used both applications are used in their entirety. Hypothesis testing is done by using Partial Least Square. The result of the research is that the behavior intention to use the Gojek and Grab applications for women culinary traders in Surabaya is proven to be influenced by performance expectancy, effort expectancy, and social influence. However, facilitating condition is proven to have no effect on behavior intention. Another result is that behavior intention is proven to have an effect on the use intention of using the Gojek and Grab

applications for women culinary traders in the city of Surabaya during the Covid-19 pandemic. The study recommends for policy makers, associations and application providers for Gojek and Grab to work together to increase the competitiveness of women culinary traders in the city of Surabaya in the economic field.

Keywords : *culinary traders, Gojek and Grab application, use intention ,women traders.*

PENDAHULUAN

Indonesia, dan negara berbagai negara lain dua tahun terakhir dihadapkan pada wabah virus Covid-9. Virus Covid-19 dikenal sebagai virus yang penyebarannya cepat dan mematikan. Salah satu perantara yang dapat menyebarkan virus Covid-19 secara cepat adalah penggunaan uang tunai sebagai metode pembayaran dalam kehidupan sehari-hari. Untuk menghindari kontak fisik (*physical distancing*), masyarakat memiliki alternatif untuk menggunakan dompet elektronik (*E-Wallet*) saat melakukan transaksi.

Perempuan pedagang kuliner yang dimaksud pada penelitian ini adalah perempuan pedagang kuliner yang menjalankan usahanya di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Surabaya. Pemilihan wanita sebagai pedagang bisnis kuliner pada penelitian ini merujuk pada penelitian Suprina (2016) pada 50 pengusaha wanita bisnis restoran di kota Jakarta dan Bandung dengan hasil bahwa alasan wanita untuk memilih bisnis restoran adalah faktor modal, keluarga, pendidikan dan sosial. Secara eksplisit hasil penelitian ini menjelaskan bahwa untuk menjalankan bisnis restoran modal tetap diperlukan namun masih dapat disiasati, namun yang menjadi perhatian adalah menjalankan bisnis restoran tidak menyita tanggung jawab dan waktu mereka pada keluarga, sesuai dengan latar belakang pendidikan dan tetap dapat mendapatkan dukungan dari lingkungan sosial mereka baik sebagai *support system* dalam bisnis mereka.

Pemilihan Sentra Wisata Kuliner Surabaya pada penelitian ini didasari pada kebijakan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Surabaya sejak tahun 2015 yang sangat gencar melakukan relokasi PKL pada sejumlah lokasi. Pedagang kaki lima (PKL) ditempatkan secara terpusat pada satu lokasi sehingga disebut dengan Sentra Wisata Kuliner (SWK). Dilatarbelakangi semangat berinovasi sebagai salah satu strategi untuk menarik kunjungan wisata asing dan penduduk lokal Surabaya, Sejak tahun 2019, Pemkot Surabaya melakukan inovasi "*single cashier system*" atau sistem pembayaran kasir tunggal. Sistem tersebut diyakini dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan manajemen usaha para PKL karena dengan sistem tersebut dapat diketahui omset PKL perhari serta makanan dan minuman apa yang digemari pengunjung. (kominfo.jatimprov.go.id/, 2019). Selain itu Pemkot Surabaya membuka kemitraan dengan sejumlah perusahaan seperti Google, Gojek dan Grab. Gojek memiliki fitur e-wallet dengan nama GoPay, sementara Grab bekerjasama dengan OVO memiliki fitur e-wallet bernama OVO

Survey awal yang dilakukan oleh peneliti pada bulan April hingga Mei 2020 dan hasilnya disajikan pada Tabel 1 dan 2 menginformasikan bahwa mayoritas stand di SWK di Kota Surabaya dimiliki dan dioperasikan oleh perempuan. Hal tersebut sangat beralasan mengingat Pemkot Surabaya memiliki program Pahlawan Ekonomi, yaitu suatu program pemberdayaan potensi ibu rumah tangga untuk terjun kedalam dunia bisnis agar dapat membantu perekonomian keluarganya sehingga keluar dari jerat kemiskinan. Terkait dengan hal tersebut, SWK merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh Pemkot Surabaya untuk para peserta Pahlawan Ekonomi agar dapat menjalankan usaha yang dirintisnya dibawah pembinaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Surabaya.

Tabel 1. Jumlah Pedagang Kuliner di 39 SWK di Surabaya yang telah menggunakan Go Pay dan OVO dalam Transaksi Pembayaran Pada Bulan April hingga Mei 2020

No	Nama Sentra	Kecamatan	Kelurahan	Jumlah		
				Stand	OVO	GoPay
Surabaya Barat						
1	SWK Babat Jerawat	Pakal	Babat Jerawat	28	1	2
2	SWK Sememi	Benowo	Sememi	19	4	3
3	SWK Tengger Kandangan	Benowo	Kandangan	15	4	3
4	SWK Tandes	Tandes	Balongsari	19	3	3
5	SWK Sukomanunggal	Sukomanunggal	Sukomanunggal	30	4	2
TOTAL				111	16	13
Surabaya Pusat						
6	SWK Ketabangkali	Genteng	Embong Kaliasin	38	0	2
7	SWK Urip Sumoharjo	Genteng	Embong Kaliasin	24	20	16
8	SWK Taman Prestasi	Genteng	Genteng	25	11	7
TOTAL				87	31	25
Surabaya Selatan						
9	SWK Dukuh Menanggal	Gayungan	Dukuh Menanggal	33	6	7
10	SWK Gayungan	Gayungan	Gayungan	30	14	7
11	SWK Jambangan	Jambangan	Jambangan	29	11	5
12	SWK Balas Klumprik	Wiyung	Balas Klumprik	4	0	0
13	SWK Pondok Maritim	Wiyung	Balas Klumprik	33	2	2
14	SWK Wiyung	Wiyung	Wiyung	20	2	1
15	SWK Jajar Tunggal	Wiyung	Jajar Tunggal	19	6	3
16	Sentra PKL Karah	Jambangan	Karah	50	10	7
17	SWK Bentul	Wonokromo	Jagir	20	7	7
18	SWK Taman Bungkul	Wonokromo	Darmo	50	10	7
19	SWK Kembang Kuning	Sawahan	Pakis	8	0	0
TOTAL				263	68	46
Surabaya Timur						
20	SWK Dharmawangsa	Gubeng	Airlangga	24	0	0
21	SWK Wonorejo	Rungkut	Wonorejo	20	0	3
22	SWK Penjaringsari	Rungkut	Penjaringsari	19	10	9
23	SWK Gununganyar	Gununganyar	Gunung Anyar	12	3	0
24	Wisata Kuliner Deles	Sukolilo	Klampis Ngasem	36	23	20
25	Sentra Kuliner RMI	Gubeng	Baratajaya	62	29	17
26	SWK Convention Hall	Sukolilo	Klampis Ngasem	40	16	10
27	SWK Klampis Ngasem	Sukolilo	Klampis Ngasem	20	20	8
28	SWK Bratang Binangun	Gubeng	Baratajaya	45	20	16
29	SWK Semolowaru	Sukolilo	Semolowaru	28	11	8
30	Sentra Kuliner Keputih	Sukolilo	Keputih Tegal	10	1	1
31	SWK Putro Agung	Tambaksari	Rangkah	35	10	0
32	SWK Krampung	Tambaksari	Ploso	52	10	5
33	SWK Mulyorejo	Mulyorejo	Mulyorejo	40	16	8
34	SWK Dharma Husada	Gubeng	Mojo	22	9	22
TOTAL				465	178	127
Surabaya Utara						
35	SWK Tanah Merah	Kenjeran	Tanah Kali Kedinding	22	5	6
36	Wisata Kuliner Pegirian	Semampir	Ampel	138	2	3
37	SWK Kasuari	Krebangan	Krebangan Selatan	27	17	6
38	SWK Indrapura	Krebangan	Krebangan Selatan	34	0	1

39	SWK Krembangan	Krembangan	Morokrembangan	24	4	4
TOTAL				245	28	20

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Tabel 1 menginformasikan bahwa dari 44 SWK di Surabaya, baru terdapat 39 SWK dengan 1.171 stan makanan dan minuman. Sedangkan yang menggunakan aplikasi GoPay sebanyak 231 pedagang, sementara itu pengguna aplikasi OVO adalah 321 pedagang. Data tersebut mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi GoPay dan OVO belum menyentuh 50% dari total stand yang ada di SWK Kota Surabaya,

Lebih lanjut, Tabel 1 juga belum mengungkap jumlah perempuan pedagang di 39 SWK yang telah menggunakan aplikasi GoPay dan OVO adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Rekapitulasi Perempuan Pedagang Kuliner di 39 SWK Kota Surabaya yang telah menggunakan aplikasi GoPay dan OVO Pada Bulan April hingga Mei 2020

No	Nama Sentra	Stand	OVO	GoPay
1	SWK Babat Jerawat	14	0	1
2	SWK Sememi	10	2	1
3	SWK Tengger Kandangan	10	1	1
4	SWK Tandes	16	2	2
5	SWK Sukomanunggal	15	2	1
6	SWK Ketabangkali	24	0	1
7	SWK Urip Sumoharjo	20	8	8
8	SWK Taman Prestasi	15	2	3
9	SWK Dukuh Menanggal	23	4	4
10	SWK Gayungan	20	5	5
11	SWK Jambangan	15	5	5
12	SWK Balas Klumprik	4	0	0
13	SWK Pondok Maritim	20	1	1
14	SWK Wiyung	16	1	1
15	SWK Jajar Tunggal	12	3	3
16	Sentra PKL Karah	30	4	4
17	SWK Bentul	12	7	7
18	SWK Taman Bungkul	27	5	5
19	SWK Kembang Kuning	5	0	0
20	SWK Dharmawangsa	20	0	0
21	SWK Wonorejo	12	0	3
22	SWK Penjaringansari	11	7	7
23	SWK Gununganyar	9	0	0
24	Wisata Kuliner Deles	26	11	11
25	Sentra Kuliner RMI	38	11	11
26	SWK Convention Hall	28	8	8
27	SWK Klampis Ngasem	13	6	6
28	SWK Bratang Binangun	25	10	10
29	SWK Semolowaru	17	8	8
30	Sentra Kuliner Keputih	7	0	0
31	SWK Putro Agung	19	4	2
32	SWK Krampung	36	5	5

33	SWK Mulyorejo	20	7	7
34	SWK Dharma Husada	18	5	5
35	SWK Tanah Merah	12	2	2
36	Wisata Kuliner Pegirian	88	2	2
37	SWK Kasuari	15	10	6
38	SWK Indrapura	16	0	0
39	SWK Krembangan	17	4	4
		755	152	150

Sumber : Data diolah peneliti (2020)

Tabel 2 menginformasikan terdapat 755 stand yang dimiliki dan dijalankan oleh wanita di 39 SWK di Kota Surabaya. Berdasarkan Tabel 2 pula diketahui bahwa pada saat penelitian pendahuluan ini dilakukan pada akhir Mei hingga akhir Juli 2020 atau sekitar 2 bulan terjadinya wabah Covid-19 di Kota Surabaya, terlihat jumlah stand yang dioperasionalkan wanita belum semuanya menggunakan GoPay dan OVO dalam transaksi pembayarannya atau jumlahnya masih belum mencapai 50% dari stand yang dimiliki dan dijalankan oleh wanita di 39 SWK di Kota Surabaya. Hal itu terbukti dari total jumlah pengguna aplikasi GoPay dan OVO adalah 302 orang dengan rincian pengguna GoPay adalah 150 orang wanita pedagang dan pengguna aplikasi OVO adalah 152 orang wanita pedagang. Penggunaan kedua aplikasi tersebut ada yang menggunakan bersama – sama (GoPay dan OVO) adapula yang menggunakan GoPay saja atau OVO saja.

Selain fitur transaksi pembayaran berupa GoPay dan OVO, terdapat fitur lain dari aplikasi Gojek dan Grab yaitu GoFood dan Grabfood yang menawarkan kepraktisan bagi konsumen untuk memperoleh makanan dan minuman yang diinginkan dari berbagai pilihan penjual produk kuliner mulai dari skala mikro hingga menengah hanya dengan mengakses ponsel tanpa harus mengunjungi lokasi penjual kuliner tersebut.

Bagi pedagang kuliner, bermitra dengan GoFood dan Grabfood juga menyediakan peluang bagi UMKM untuk berinovasi tanpa harus disertai dengan modal yang besar, karena (1) tidak perlu merekrut tenaga kerja untuk pengiriman produk kuliner ke konsumen (2) promo biaya antar menggunakan GoPay dan OVO ; (2) memaksimalkan potensi usaha berupa perluasan potensi produk ke jutaan pengguna Go-Jek dan Grab yang siap dilayani ratusan ribu *driver*, (3) posisi strategi pada aplikasi berupa berbagai fitur dan kategori dalam aplikasi GoFood dan Grab Food akan memudahkan produk kuliner ditelusuri oleh jutaan pengguna Gojek dan Grab; (4) akses ke pelanggan melalui saluran pemasaran Go-Food dan GrabFood, *merchant* dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke jutaan pengguna GoJek dan GrabFood, (5) promosi melalui aplikasi berupa tampilan menu-menu terbaik pada fitur aplikasi (Suryadi & Ilyas, 2018).

Mempertimbangkan jumlah wanita pedagang yang jumlahnya melebihi jumlah pria sebagai pedagang kuliner di 39 SWK Kota Surabaya serta penggunaan GoPay dan OVO yang selama ini hanya digunakan sebagai alat pembayaran saja di kalangan perempuan pedagang kuliner di SWK Kota Surabaya sementara potensi untuk memaksimalkan penggunaan kedua aplikasi tersebut untuk aktivitas operasional lain yaitu memasarkan produk kuliner mereka melalui GoFood dan Grabfood untuk memutus rantai penularan Covid-19 sangat terbuka , merupakan hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut

Terkait dengan penjelasan tersebut diatas penelitian ini mengaplikasikan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yaitu sebuah model yang menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi . Model UTAUT

mendeskripsikan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh harapan akan kinerja (*performance expectancy*), harapan akan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Model ini juga melibatkan faktor jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan menggunakan (*voluntariness of use*).

Venkatesh, dkk (2012) mendefinisikan *use behavior* atau perilaku penggunaan didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan teknologi informasi. Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan teknologi informasi tersebut disebabkan adanya keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. *Behavioral Intention* digunakan untuk mengetahui seberapa besar keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi untuk mendukung kinerjanya.

Venkatesh dkk., (2012) melanjutkan bahwa *performance expectancy* atau harapan akan kinerja merupakan konstruk UTAUT yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi informasi dan dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya. Dengan kata lain *performance expectancy* adalah keyakinan seseorang untuk memperoleh manfaat dari sebuah sistem. *Effort expectancy*) atau harapan akan upaya adalah tingkat upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah teknologi informasi untuk mendukung melakukan pekerjaannya

Social influence atau dukungan sosial merupakan dukungan dari orang di sekitar individu yang berperan dalam meyakinkan dirinya ketika akan menggunakan teknologi informasi baru (Venkatesh dkk., 2012). *Facilitating conditions* atau kondisi pendukung adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi informasi (Venkatesh dkk., 2012).

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* terhadap *behaviour intention* pada perempuan pedagang kuliner sebagai pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya di era pandemi Covid-19 dan (2) dan ingin mengetahui serta menganalisis (2) pengaruh *behaviour intention* terhadap *use behaviour* perempuan pedagang kuliner sebagai pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya di era pandemi Covid-19.

Setelah mengetahui tujuan penelitian tersebut diatas, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada pemberdayaan teknologi pemasaran digital berupa Gojek dan Grab untuk wanita rangka meningkatkan daya saing perempuan sebagai pedagang kuliner di Kota Surabaya yang saat ini jumlahnya sangat banyak dengan mengusahakan peningkatan ketrampilan dan pengetahuan terhadap penggunaan teknologi pemasaran digital.

Berbagai penelitian terdahulu yang mengadopsi model UTAUT pada Usaha Kecil Menengah telah banyak dilakukan dengan mendapatkan beragam hasil, namun penelitian yang secara spesifik membahas pada perempuan sebagai pedagang terutama di masa pandemi Covid-19 belum ditemukan.

Penelitian Piarna & Fathurohman (2019) pada 165 pelaku UMKM di Kota Subang, Jawa Barat bertujuan untuk menganalisis hubungan antar faktor yang berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* oleh pelaku UMKM di Kota Subang dengan menggunakan pendekatan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Hasil penelitian tersebut menguraikan bahwa, pertama, variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* terbukti berpengaruh terhadap variabel *behavioral intention*.

Kedua, pelaku UMKM di Kota Subang memiliki kesiapan dalam penggunaan *e-commerce* dalam usahanya dengan menunjukkan minatnya dalam melakukan *adopsi e-commerce*. *Social influence* terbukti memiliki pengaruh yang paling rendah terhadap *behavioral intention* karena masih kurangnya pendamping UMKM dan komunitas UMKM dalam melakukan pendampingan terkait penggunaan *e-commerce*. Ketiga, *facilitating Condition (FC)* terbukti berpengaruh terhadap *tUse Behavior (UB)* hal ini memperlihatkan bahwa pelaku UMKM menyadari akan pentingnya fasilitas pendukung *e-commerce* seperti PC, laptop, ponsel maupun internet untuk memanfaatkan *e-commerce* agar kinerja usahanya meningkat.

Perbedaan penelitian Piarna & Fathurohman (2019) dengan penelitian ini adalah : pertama, penelitian terdahulu tersebut tidak membedakan pelaku UMKM pria atau wanita, kedua, penelitian tersebut tidak dilakukan pada saat pandemi Covid-19. Keempat, penelitian tersebut tidak secara spesifik menyebutkan jenis *e-commerce* nya, sementara penelitian ini berupa aplikasi Gojek dan Grab. Kelima, penelitian tersebut tidak bertujuan mengetahui pengaruh *facilitating condition* pada *behavioral intention* namun langsung pada *use intention*.

Penelitian yang dilakukan Meuthia dkk., (2020) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM di Kota Padang untuk menggunakan uang elektronik. Penelitian dilakukan pada 128 UMKM mendapatkan hasil bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *power distance* berpengaruh signifikan terhadap variabel *behavioral intention* sedangkan variabel *facilitating condition* dan *long time orientation* merupakan variabel yang paling lemah pengaruhnya terhadap variabel *behavioral intention*.

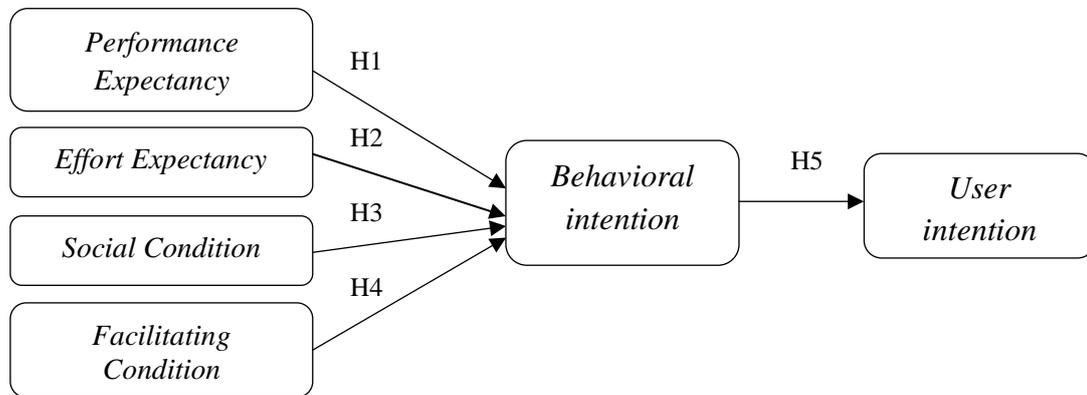
Perbedaan penelitian Meuthia dkk., (2020) dengan penelitian ini adalah : pertama, penelitian Meuthia dkk., (2020) tidak membedakan pelaku UMKM pria atau wanita, kedua, penelitian tersebut tidak dilakukan pada saat pandemi Covid-19. Keempat, penelitian tersebut berfokus pada pembayaran elektronik, sementara penelitian ini berfokus pada perluasan penggunaan aplikasi teknologi digital yaitu Gojek dan Grab. Kelima, penelitian tersebut melibatkan variabel *long time orientation*, *power distance* dan hanya berhenti pada *behavioral intention*, sementara penelitian ini tidak melibatkan variabel *long time orientation*, *power distance* dan masih dilanjutkan dengan ingin mengetahui pengaruh *behavioral intention* terhadap *use intention*.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya
- H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya
- H3: *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya
- H4: *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya

H5: *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan pada *user intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya.

Berdasarkan hipotesis tersebut diatas, dideskripsikan kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya yang berdagang di 39 SWK binaan Pemkot Kota Surabaya dan telah menggunakan aplikasi Gojek dan Grab dalam usahanya. Kuesioner disebar langsung dengan menemui para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya pada akhir Mei 2020 hingga akhir Juni 2020 atau sekitar 3 bulan pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Pertimbangan waktu penelitian tersebut didasari pada saat itu terjadi penurunan permintaan akibat sepi pengunjung yang datang di sentra wisata kuliner sehingga para pedagang dihadapkan keputusan untuk segera mengambil langkah yang strategis untuk agar produk kuliner mereka laku dan mereka mendapatkan penghasilan.

Berdasarkan hasil survey awal diketahui bahwa jumlah perempuan pedagang kuliner dan telah menggunakan aplikasi Gojek dan Grab dalam usahanya di Sentra Wisata Kuliner Kota Surabaya berjumlah 320 orang. Kesanggupan untuk menjangkau seluruh populasi dijadikan alasan untuk menerapkan teknik sampling sensus atau teknik pengambilan sample jenuh.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini dirancang berdasarkan variabel dan indikator yang terdapat pada model UTAUT dan penelitian-penelitian sebelumnya ; *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), dan *facilitating conditions* (FC), *behavior intention* (BI), dan *use intention* (UI). Kuesioner penelitian terdiri dari dua bagian yaitu data demografi responden dan pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Item pertanyaan pada kuesioner terdiri dari 24 pertanyaan yang diukur dengan skala Likert yang menggunakan 5 opsi jawaban, mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

Pengolahan data dilakukan dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM), yang membentuk hubungan antar variabel dalam persamaan regresi linier secara bertingkat (Hair

dkk., (2017). Perangkat lunak yang digunakan adalah SmartPLS Versi 3.2.9 agar dapat menunjukkan model visualisasi hubungan variabel secara jelas.

HASIL

Karakteristik 320 orang responden pada penelitian ini, digolongkan pada status pernikahan, usia, pendidikan terakhir, pengalaman usaha, system aplikasi GoPay dan OVO yang digunakan serta pengalaman penggunaan seperti nampak pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden

Status Pernikahan	Jumlah	Persentase
Single	14	4,64%
Menikah	283	93,71%
Janda	5	1,66%
Usia		
<20 Tahun	10	3,31%
21 - 30 Tahun	53	17,55%
31 - 40 Tahun	88	29,14%
41 - 50 Tahun	89	29,47%
51 - 60 Tahun	62	20,53%
Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	17	5,63%
SMP	78	25,83%
SMA	193	63,91%
D3/D4	2	0,66%
S1	12	3,97%
Pengalaman Usaha	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	1	0,33%
1- < 5 Tahun	162	53,64%
5- < 9 Tahun	137	45,36%
>9 Tahun	2	0,66%
Pengalaman Penggunaan	Jumlah	Persentase
Lebih dari 1 tahun	154	50,99%
6 bulan sd 1 tahun	125	41,39%
Kurang dari 6 bulan	23	7,62%

(Sumber: Data Primer, 2020)

Pada bagian selanjutnya akan dideskripsikan nilai mean (rata-rata) dan standar deviasi dari jawaban responden pada setiap indikator pernyataan di kuesioner, yang terdiri dari 6 variabel yaitu *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Behaviour Intention (BI)*, dan *Use Behaviour (UB)*. Deskripsi jawaban responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) jawaban responden terhadap masing-masing item pernyataan dan secara keseluruhan. Untuk mengkategorikan rata-rata jawaban responden, peneliti menggunakan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan interval kelas 0,8 kemudian disusun kriteria rata-rata jawaban responden yang disajikan sebagai berikut: 1) skor rata – rata $1 - \leq 1.80$ (kategori sangat rendah); 2) skor rata – rata 1.81 - 2.60 (kategori rendah); 3) skor rata – rata 2.61 - 3.40 (kategori cukup); 4) skor rata – rata 3.41 – 4,20 (kategori tinggi) ; 5) skor rata – rata of 4,2 – 5,00 (kategori sangat tinggi). Pada Tabel 4 disajikan distribusi rata-rata jawaban responden pada masing – masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi jawaban variabel *Performance Expetancy (PE)*

No	Item Pernyataan		Kategori
Menggunakan aplikasi Gojek dan Grab.....			
1	mempermudah konsumen saya dalam melakukan pembayaran.	4,17	Tinggi
2	membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan cepat dan hemat waktu	4,77	Sangat Tinggi
3	meningkatkan jumlah konsumen saya.	4,79	Sangat Tinggi
4	memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan usaha	4,80	Sangat Tinggi
Rata-rata Variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i>		4,63	Sangat Tinggi

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Diketahui dari Tabel 4 bahwa rata-rata variabel *Performance Expectancy (PE)* sebesar 4,63 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi, artinya terdapat kepercayaan yang sangat tinggi di kalangan perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya bahwa penggunaan aplikasi Gojek dan Grab dapat meningkatkan kinerja usahanya.

Tabel 5. Distribusi jawaban variabel *Effort Expetancy (EE)*

No	Item Pernyataan		Kategori
1	Instruksi manual aplikasi Gojek dan Grab mudah dimengerti	4,10	Tinggi
2	Aplikasi Gojek dan Grab mudah dijalankan	4,29	Sangat Tinggi
3	Aplikasi Gojek dan Grab dapat diakses dengan ponsel yang saya miliki	3,40	Cukup
4	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Gojek dan Grab	4,10	Sangat Tinggi
Rata-rata Variabel <i>Effort Expectancy (EE)</i>		3,97	Tinggi

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Diketahui dari Tabel 5 bahwa rata-rata variabel *Effort Expectancy (PE)* sebesar 3,97 dan termasuk dalam kategori tinggi, artinya para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya merasakan kemudahan yang sangat tinggi dalam penggunaan aplikasi aplikasi Gojek dan Grab.

Tabel 6. Distribusi jawaban variabel *Social Influence (SI)*

No	Item Pernyataan	Mean	Kategori
1	Perkumpulan/asosiasi mendukung saya untuk menggunakan sistem aplikasi Gojek dan Grab	2,20	Rendah
2	Keluarga/saudara saya mendukung saya untuk menggunakan sistem aplikasi Gojek dan Grab	4,05	Sangat Tinggi
3	Pemerintah setempat mendukung saya untuk menggunakan		

	sistem aplikasi Gojek dan Grab	2,33	Rendah
4	Konsumen/pembeli menghimbau saya untuk menggunakan sistem aplikasi Gojek dan Grab	4,29	Sangat Tinggi
	Rata-rata Variabel <i>Social Influence</i>	3,22	Cukup

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Pada dari Tabel 6 diketahui bahwa rata-rata variabel *Social Influence* (SI) sebesar 3,22 dan termasuk dalam kategori rendah, artinya lingkungan sekitar (yaitu asosiasi, keluarga, pemerintah dan konsumen) para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya cukup mendukung untuk menggunakan aplikasi Gojek dan Grab

Tabel 7. Distribusi jawaban variabel *Facilitating Condition* (FC)

No	Item Pernyataan		Kategori
1	Fasilitas pembayaran melalui GoPay dan OVO dapat diandalkan	4,29	Sangat Tinggi
2	Saya mendapatkan fasilitas internet yang memadai untuk menjalankan system aplikasi Gojek dan Grab.	3,22	Cukup
3	Saya mendapatkan pelatihan agar dapat memaksimalkan aplikasi Gojek dan Grab	2,70	Cukup
4	Saya mendapatkan pengetahuan agar dapat memaksimalkan aplikasi Gojek dan Grab	2,85	Cukup
	Rata-rata Variabel <i>Performance Expectancy</i> (PE)	3,26	Cukup

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Diketahui dari Tabel 7 bahwa rata-rata variabel *facilitating Condition* (FC) sebesar 3,26 dan termasuk dalam kategori cukup artinya masih ada dukungan fasilitas terutama dari sisi pelatihan dan pengetahuan yang belum maksimal dari penggunaan aplikasi Gojek dan Grab dirasakan cukup.

Tabel 8. Distribusi jawaban variabel *Behaviour Intention* (BI)

No	Item Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi Gojek dan Grab dibandingkan dengan pembayaran tunai	4,07	Tinggi
2	Setelah merasakan manfaatnya, saya berencana untuk memaksimalkan fitur layanan aplikasi Gojek dan Grab	4,13	Tinggi
3	Saya berniat untuk meningkatkan keterampilan saya untuk mengoperasikan aplikasi Gojek dan Grab	4,04	Tinggi
4	Saya berniat untuk menabung agar memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengoptimalkan aplikasi Gojek dan Grab.	3,75	Tinggi
	Rata-rata Variabel <i>Behavior Intention</i>	3,99	Tinggi

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Diketahui dari Tabel 8 bahwa rata-rata variabel *Behaviour Intention* (BI) sebesar 3,22 dan termasuk dalam kategori cukup, artinya niat para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk menggunakan pembayaran aplikasi Gojek dan Grab ini tinggi

Tabel 9. Distribusi jawaban variabel *Use Behavior* (UB)

No	Item Pernyataan	Mean	Kategori
1	Dalam 6 bulan terakhir, saya menggunakan aplikasi Gojek	2,62	Cukup

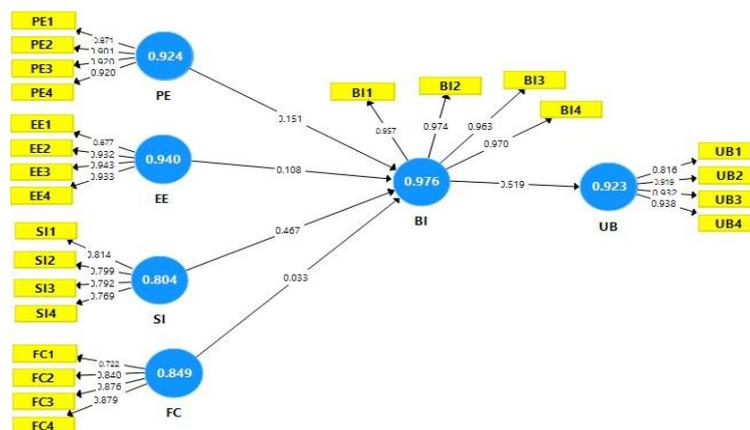
	dan Grab untuk keperluan operasional di tempat usaha.		
2	Dalam 6 bulan terakhir, saya menggunakan aplikasi Gojek dan Grab untuk memasarkan produk kuliner saya	2,75	Cukup
3	Dalam 6 bulan terakhir, saya menggunakan aplikasi Gojek dan Grab untuk melakukan riset pasar.	2,61	Cukup
4	Dalam 6 bulan terakhir, saya menggunakan aplikasi Gojek dan Grab untuk transaksi keuangan usaha.	3,74	Tinggi
	Rata-rata Variabel Use Behavior	2,93	Cukup

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Diketahui dari Tabel 9 bahwa rata-rata variabel *Use Behavior (UB)* sebesar 2,93 dan termasuk dalam kategori cukup, artinya intensitas para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya dalam 6 bulan terakhir untuk menggunakan pembayaran aplikasi Gojek dan Grab pada usahanya tergolong cukup.

Uji Hipotesis

Pengujian model instrumen atau *Outer Model* terdiri dari dua tahap yaitu pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Pengujian validitas terdapat dua tahapan yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Pengujian model instrumen dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS Versi 3.2.9 dan SPSS Versi 25.0. Model hasil kalkulasi dapat dilihat pada Gambar 5.2 dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Estimasi *Algorithm Model SmartPLS*
 (Sumber: data primer diolah, 2020)

Pengujian validitas konvergen dari model instrumen dengan indikator refleksi dapat dilihat dari korelasi antara nilai indikator dengan nilai konstruksinya. Akan tetapi pada penelitian tahap awal pengembangan, nilai *outer loading* 0.60 hingga 0.70 dianggap cukup atau diterima (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Selain melihat nilai *outer loading* pengujian validitas konvergen dapat dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, konstruk dinyatakan valid jika nilai $AVE > 0,50$. Hasil pengujian validitas konvergen dengan nilai *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 5.19 diketahui nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pertanyaan untuk semua variabel yang menyusun model penelitian kesemuanya sudah memiliki nilai lebih besar dari 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pertanyaan dalam model penelitian telah mencukupi untuk memenuhi *convergent validity*. Sementara evaluasi lainnya dengan nilai *average variance extracted* pada masing-masing

variabel semuanya juga telah memiliki nilai yang lebih besar dari 0,50, yang berarti pengukuran variabel penelitian dalam model penelitian juga sudah memenuhi *convergent validity*

Tabel 10. Hasil Nilai *Outer Loading* dan *AVE*

Indikator	<i>Outer Loading</i>	AVE	Kesimpulan
BI1	0,959	0,933	Valid
BI2	0,975		
BI3	0,962		
BI4	0,971		
EE1	0,845	0,846	Valid
EE2	0,943		
EE3	0,938		
EE4	0,950		
FC1	0,862	0,646	Valid
FC2	0,693		
FC3	0,854		
FC4	0,794		
PE1	0,874	0,815	Valid
PE2	0,910		
PE3	0,910		
PE4	0,916		
SI1	0,739	0,624	Valid
SI2	0,858		
SI3	0,714		
SI4	0,838		
UB1	0,839	0,812	Valid
UB2	0,906		
UB3	0,928		
UB4	0,928		

Sumber: data primer diolah, 2020)

Pengujian validitas selanjutnya yaitu pengujian validitas diskriminan, pengujian yang menunjukkan bahwa indikator refleksi yang dipergunakan merupakan pengukur yang sesuai pada variabel yang diukurnya serta bukan pengukur yang sesuai untuk variabel yang berbeda dalam sebuah model penelitian. Cara pengujian validitas diskriminan dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap konstruk harus di atas 0.70 (Ghozali, 2014). Hasil dari nilai *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 10 yang menunjukkan bahwa nilai *cross loading (outer loading)* setiap item instrumen sudah sesuai memenuhi persyaratan, yaitu di atas 0,60 hingga 0.70. Sehingga dapat dinyatakan bahwa konstruk penelitian sudah memiliki validitas diskriminan yang baik.

Pengujian Reliabilitas bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan indikator dalam mengukur variabel. Suatu variabel dikatakan telah memenuhi *composite reliability* apabila nilai *composite reliability* serta nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2014). Berikut ini merupakan nilai *composite reliability* dan

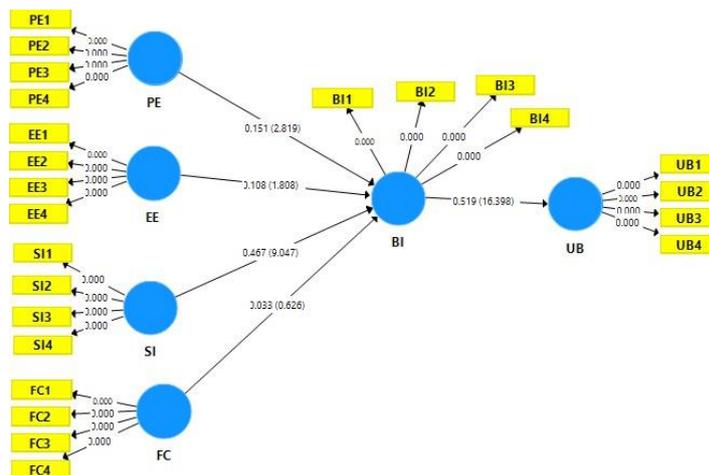
cronbach alpha pada masing-masing variabel penelitian yang dipergunakan dalam model. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,976	0,982
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0,940	0,956
<i>Social influence (SI)</i>	0,940	0,956
<i>Facilitating Condition (FC)</i>	0,924	0,946
<i>Behavior Intention (BI)</i>	0,804	0,868
<i>Use Behavior (UB)</i>	0,923	0,945

Sumber: data primer diolah, 2020

Setelah melakukan pengujian model instrumen atau *Outer Model* maka selanjutnya dilakukan pengujian model struktural atau *Inner Model* yang bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel dengan melihat hasil nilai pada *path coefficients* dan R-Square (R^2). Hasil evaluasi *inner model* diperoleh melalui hasil estimasi *bootstrapping* yang ditampilkan pada Gambar 3



Gambar 3 Hasil Estimasi *Bootstrapping* Model SmartPLS
 (Sumber: data primer diolah, 2020)

Nilai R-Square (R^2) berguna untuk mengukur tingkat variansi perubahan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Persentase pengaruh variabel independen terhadap nilai variabel dependen ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi R^2 antara nilai satu dan nol, jika nilai R^2 yang mendekati nilai satu memberikan persentase pengaruh yang besar (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Hasil dari pengujian nilai R^2 dapat dilihat pada Tabel 12

Tabel 12. Hasil Uji Nilai R^2

Variabel	Nilai R^2
<i>Behavior Intention (BI)</i>	0,316
<i>Use Behavior (UB)</i>	0,290

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa nilai R^2 pada variabel *Behavior Intention* (BI) adalah sebesar 0,316 yang artinya variabel *Performance expectancy* (PE), *Effort expectancy* (EE), *Social influence* (SI), dan *Facilitating condition* (FC) hanya memberikan persentase pengaruh 31,6% dan sisanya sebesar 68,4% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Nilai R^2 pada variabel *Use Behavior* (UB) adalah sebesar 0,290 yang maknanya adalah variabel *Behavior Intention* (BI) hanya memberikan persentase pengaruh sebesar 29% terhadap *Use Behavior* (UB) sedangkan 71% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Pengujian *path coefficients* menggunakan PLS dilakukan dengan *bootstrapping* menggunakan skor koefisien path atau inner model yang ditunjukkan oleh nilai *p-value* dan nilai *t-statistic*. Nilai *t-value* menggunakan nilai *t*-hitung > *t*-tabel pada taraf signifikansi 0,05 (5%) pada pengujian satu arah maka hipotesis diterima atau signifikan, sementara itu apabila nilai *t-value* < *t*-tabel pada taraf signifikansi 0,05 (5%) pada pengujian satu arah maka hipotesis ditolak. Nilai *t*-tabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu adalah 1,64 untuk pengujian satu arah (*one-tail*) dengan signifikansi 5%. Sementara itu, nilai *p-value* digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu apakah berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Jika nilai *p-value* lebih kecil dari pada nilai signifikansi 0,05 (5%) maka hipotesis diterima, sedangkan jika nilai *p-value* lebih besar dari pada nilai signifikansi 0,05 (5%) maka hipotesis ditolak. Hasil dari pengujian *path coefficients* dan *p-values* ditunjukkan pada Tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 13 Nilai Path Coefficients, p-values dan t-values

H.	Jalur	Nilai path coefficients	t-values	p-values	Kesimpulan
H ₁	PE → BI	0,153	2,868	0,002	Signifikan
H ₂	EE → BI	0,126	2,294	0,011	Signifikan
H ₃	SI → BI	0,480	8,410	0,000	Signifikan
H ₄	FC → BI	0,065	0,891	0,187	Tidak Signifikan
H ₅	BI → UB	0,472	11,168	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa :

Hasil estimasi pada jalur *Performance Expectancy* (PE) dengan *Behaviour Intention* (BI) diperoleh nilai *t-values* 2,868 > 1,64 dan nilai *p-values* 0,002 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa H₁ yang menyatakan *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada perempuan pedagang kuliner pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya diterima.

Hasil estimasi pada jalur *Effort Expectancy* (EE) dengan *Behaviour Intention* (BI) diperoleh nilai *t-values* 2,294 > 1,64 dan nilai *p-values* 0,011 < 0,05. Maka hal ini artinya H₂ yang menyatakan *Effort expectancy* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *Behaviour Intention* perempuan pedagang kuliner pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya diterima.

Hasil estimasi pada jalur *Social Influence* (SI) terhadap *Use Behavior* (UB) diperoleh nilai *t-values* 1,966 > 1,64 dan nilai *p-values* 0,025 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₃ yang menyatakan *social influence* (SI) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada

Behaviour Intention perempuan pedagang kuliner pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya diterima

Hasil estimasi pada jalur *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Behaviour Intention* (BI) diperoleh nilai *t-values* $0,891 < 1,64$ dan nilai *p-values* $0,187 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel *Facilitating Condition* terhadap *Behaviour Intention*. Dengan demikian dapat disebutkan bahwa hipotesis ke-4 yang menyatakan *Facilitating Condition* (FC) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *Behaviour Intention* perempuan pedagang kuliner pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya ditolak.

Hasil estimasi pada jalur *Behaviour Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) diperoleh nilai *t-values* $11,168 > 1,64$ dan nilai *p-values* $0,000 < 0,05$. Maka, hal ini artinya H7 yang menyatakan *Behaviour Intention* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *Use Behaviour* perempuan pedagang kuliner pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Performance expectancy* pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya

Kuatnya niat di kalangan perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk menggunakan aplikasi Gojek dan Grab karena didasari oleh harapan akan manfaat yang akan diraih apabila menggunakan sistem aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi pendapat Vekantesh dkk., (2012) suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan teknologi informasi tersebut.

Selain manfaat selama ini yang mereka rasakan karena kedua aplikasi tersebut mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran, terdapat manfaat lain yang mereka harapkan dengan memaksimalkan penggunaan aplikasi Gojek dan Grab yakni terbukanya peluang untuk meningkatkan pendapatan usaha, penambahan jumlah konsumen serta membantu menyelesaikan banyak hal dengan cepat dan hemat waktu. Senada dengan penelitian terdahulu yang disampaikan oleh Suryadi & Ilyas (2018) bahwa menyediakan peluang seluas-luasnya bagi UMKM untuk berinovasi tanpa harus disertai dengan modal yang besar

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah perempuan pedagang kuliner terkait membantu menyelesaikan banyak hal dengan cepat dan hemat waktu karena tidak perlu mengantar sendiri produk kulinernya ke konsumen karena sudah ada jasa pengiriman dari Gojek dan Grab. Kemudahan tersebut juga mereka rasakan karena mereka juga merasa terlindungi dari penularan virus Covid 19 karena sekalipun mereka tidak bertemu langsung dengan konsumen. Pernyataan tersebut mendukung pernyataan Suryadi & Ilyas (2018) bahwa menjadi mitra GoFood dan Grabfood memiliki sejumlah manfaat diantaranya adalah tidak perlu merekrut tenaga kerja untuk pengiriman produk kuliner ke konsumen.

Diketahui dari Tabel 9 tentang karakteristik responden bahwa mayoritas para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya ini telah berpengalaman berwirausaha selama lebih dari 1 tahun hingga 9 tahun. Lamanya pengalaman usaha yang dimiliki para perempuan pedagang kuliner tersebut mengindikasikan bahwa mereka tidak harus menyerah di tengah himpitan pandemi Covid-19. Hal tersebut harus ditunjukkan dengan adanya niat untuk memaksimalkan penggunaan aplikasi Gojek dan Grab yang selama ini mereka gunakan tidak hanya untuk transaksi melalui GoPay dan OVO saja namun juga untuk melakukan inovasi penjualan produk melalui Gofood dan Grabfood.

Kegigihan para perempuan pedagang kuliner terungkap pula bahwa usaha kuliner yang mereka jalankan merupakan upaya mereka membantu suami dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga yang disaat pandemi harus tetap beroperasi, mengingat kebutuhan makin lama makin banyak dan jumlahnya makin tinggi. Selain itu ada pula responden yang menyampaikan bahwa sejak pandemi Covid-19, suaminya menjadi korban pengurangan pegawai, sehingga mereka menggantungkan pemenuhan kebutuhan hidup hanya dari penjualan kuliner di Sentra Wisata Kuliner.

Pembahasan hasil hipotesis pertama ini sejalan dengan hasil penelitian Sari & Zufar (2021) bahwa peran perempuan sebagai istri di Kampung Kue, Rungkut Surabaya telah mengalami perubahan secara gender sejak pandemi Covid-19. Perempuan di Kampung Kue selain sebagai istri, mereka pun bertindak sebagai pencari nafkah dan pemimpin keluarga di bidang ekonomi yang "seharusnya" menjadi tugas laki-laki sebagai seorang suami. Akan tetapi, usahanya tersebut tidak serta mengubah posisinya sebagai kepala keluarga, karena merujuk pada Mosse (2018) bahwa, walaupun banyak perempuan memikul tanggung jawab tunggal menghidupi keluarganya, mereka jarang menerima pengakuan, hak dan kekuasaan yang sama seperti kepala keluarga laki-laki.

Pengaruh Effort Expectancy (EE) Terhadap Behaviour Intention (BI)

Kuatnya niat para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk menggunakan sistem aplikasi Gojek dan Grab didasari kemudahan dalam penggunaannya. Kemudahan yang dirasakan adalah dalam hal instruksi manual aplikasi yang mudah dimengerti, aplikasi yang mudah dijalankan, kemudahan mengakses aplikasi Gojek dan Grab dari ponsel yang mereka miliki. Hasil penelitian ini membuktikan argumentasi Venkatesh dkk., (2012) bahwa niat untuk menggunakan teknologi karena menjanjikan kemudahan bagi penggunaannya.

Kemudahan yang dirasakan dalam hal instruksi manual aplikasi yang mudah dimengerti dan mudah dijalankan merupakan tanggapan perempuan pedagang kuliner yang terlebih dahulu menggunakan GoPay dan OVO untuk transaksi pembayaran. Pengalaman tersebut menguatkan niat para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk meluaskan penggunaan aplikasi Gojek dan Grab dalam usaha kuliner mereka.

Temuan menarik yang mendukung hasil ini adalah tanggapan responden atas pernyataan tentang kemudahan mengakses aplikasi Gojek dan Grab dari ponsel yang mereka miliki yang mendapatkan tanggapan cukup. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan di Sentra Wisata Kuliner, ponsel yang digunakan memang sudah kompatibel dengan aplikasi Gojek dan Grab, namun dalam sehari – hari ponsel tersebut tidak dapat seluruhnya mereka gunakan untuk kepentingan usaha kuliner, karena harus bergantian dengan anak – anak mereka yang harus mengerjakan tugas sekolah secara daring. Oleh karena itu, dapat diketahui pada Tabel 8 yang menunjukkan *behavior intention* terungkap bahwa mereka berniat untuk menabung agar memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengoptimalkan aplikasi Gojek dan Grab.

Kondisi ini memperkuat dari argumentasi Sari dan Zufar (2021) bahwa sejak pandemi Covid-19 peran perempuan pun bertambah menjadi tiga kali lipat (*triple burden*). Jika sebelumnya perempuan mengerjakan pekerjaan domestik serta publik dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi, saat pandemi peran perempuan bertambah seperti bertanggung jawab atas seluruh kesehatan anggota keluarganya dari penyebaran virus Covid19. Selain itu, di masa pandemi ini adanya kebijakan sekolah dari rumah juga telah menambah pekerjaan dan beban pikiran perempuan.

Pengaruh *social influence* pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya

Tingginya niat para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk menggunakan aplikasi GoPay dan OVO didasari pada dukungan yang cukup dari dari asosiasi, keluarga, pemerintah dan juga konsumen yang mereka terima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Meuthia dkk., (2020) menyatakan bahwa *social influence* merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap minat pelaku UMKM di Kota Padang untuk menggunakan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari.

Sangat tingginya dukungan berasal dari konsumen yang sangat mengharapkan para perempuan pedagang kuliner untuk mencoba penggunaan aplikasi Gojek dan Grab tidak hanya untuk transaksi di SWK saja namun juga memasarkan produk kulinernya di aplikasi tersebut. Sehingga meski adanya pembatasan sosial (*social distancing*) tidak akan menghalangi keinginan konsumen untuk membeli produk kuliner mereka.

Temuan menarik adalah dukungan yang dianggap kurang adalah dari asosiasi dan pemerintah. Asosiasi dalam hal ini lebih dikenal dengan paguyuban pedagang kuliner di masing – masing SWK dirasakan belum maksimal dalam menyuarakan kesulitan rendahnya penjualan akibat pandemi Covid-19. Penggunaan *single cashier* dengan dukungan GoPay maupun OVO dirasakan tidak berarti apabila tidak diimbangi oleh jumlah pengunjung di SWK. Solusi untuk menyelamatkan usaha kuliner mereka dengan meluaskan penggunaan kedua aplikasi tersebut dalam bentuk penjualan melalui fitur GoFood dan GrabFood muncul karena swakarsa atau inisiatif dari para pedagang kuliner sendiri.

Para perempuan pedagang kuliner di SWK, menjalani proses beralihnya penjualan produk kulinernya dari *offline* menuju *online* ada yang melakukannya sendiri bisa jadi karena mereka sangat familiar dengan teknologi, hal itu terkait dengan usia para responden, hampir 40% perempuan pedagang kuliner tergolong generasi Y dan generasi Z yang artinya mereka tentunya tidak “*gagtek*” dalam mengadopsi suatu teknologi informasi. Generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet sedang *booming* dan Generasi Z atau iGeneration adalah generasi yang memiliki kesamaan dengan generasi Y tetapi generasi ini mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi-tasking*) (Purnomo et al., 2019)

Sementara itu, mayoritas atau hampir 60% wanita pedagang yang berusia 41 tahun ke atas atau yang tergolong generasi X, dimana generasi ini dilahirkan pada tahun – tahun awal berkembangnya teknologi dan informasi. Generasi X mereka memilih inovasi yang lebih baik untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. (Wijoyo et al., 2020). Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa mayoritas para perempuan pedagang kuliner menyambut hangat hadirnya teknologi Gojek dan Grab.

Dari sisi penguasaan teknologi, sekalipun tidak secepat dalam mengoperasikan dan memahami teknologi seperti generasi Y dan Z, Generasi X dikenal mudah beradaptasi pada teknologi. (Wijoyo et al., 2020). Hasil wawancara dengan sejumlah responden, terungkap bahwa apabila menemui kendala (meskipun instruksi manual penggunaan aplikasi dirasakan mudah, namun umumnya yang dikeluhkan adalah memahami arti dan kegunaan suatu fitur dalam instruksi manual Go food maupun Grabfood maka yang membantu adalah sesama pedagang, terutama pedagang kuliner yang sudah lebih awal mengoperasikan pemasaran dan penjualan *online* melalui Go Food dan GrabFood. Harapannya dengan bertanya langsung dari yang sudah berpengalaman mereka mendapatkan “*best practices*”. Minimnya dukungan asosiasi dan pemerintah dalam hal

transfer knowledge ini tidak berbeda dari hasil penelitian Piarna & Fathurohman (2019) bahwa niat penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kota Subang kurang didukung hadirnya pendamping UMKM dan komunitas UMKM dalam melakukan pendampingan teknis *e-commerce*.

Sementara itu, untuk anak dan suami, mereka mengharapkan bantuan berupa (1) memotret produk kuliner semenarik mungkin dilanjutkan dengan mengunggahnya di aplikasi Go Food dan GrabFood karena mereka mengaku tidak memiliki *skill* tersebut ; (2) membantu mengoperasikan apabila ada pesanan *online* karena umumnya para perempuan pedagang kuliner waktu dan tenaganya digunakan untuk memproses pesanan makanan dan minuman. Pembagian pekerjaan pada usaha kuliner yang dijalankan wanita didukung keluarganya semakin menunjukkan bahwa tanggungjawab wanita dalam usaha yang dijalankannya melemahkan wanita dalam pekerjaan –pekerjaan di bidang teknologi informasi. Penelitian ini mendukung pendapat Lestari (2010) bahwa wanita masih mempunyai kendala dalam memasuki bidang teknologi informasi. diantaranya karena tingkat pendidikan, bahasa, norma sosial dan budaya.

Hasil pengujian hipotesis keempat dari penelitian ini mengindikasikan bahwa sekalipun terdapat niat yang kuat untuk mengadopsi suatu teknologi sebagai cara untuk beradaptasi pada saat pandemi Covid-19, perempuan pedagang kuliner belum cukup mandiri dalam mengoperasikan suatu teknologi sehingga mereka masih tergantung pada lingkungan sosialnya.

Pengaruh *Facilitating Condition* pada *behavioral intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya

Pemerintah Kota Surabaya sangat aktif memfasilitasi para wanita pedagang untuk menjalankan usahanya pada sebuah lokasi yang terpusat yaitu Sentra Wisata Kuliner dan selalu mengadakan inovasi – inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha seperti adanya jaringan WIFI, melakukan kerjasama dengan Google agar produk kuliner para wanita pedagang dapat lebih dikenal masyarakat luas hingga bekerjasama dengan 2 penyelenggara aplikasi GoPay dan OVO yaitu Gojek dan Grab/OVO. Namun hal tersebut tidak berpengaruh pada tingginya niat para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk menggunakan sistem aplikasi Gojek dan Grab. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu dari Meuthia dkk., (2020) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh pada niat pengusaha UMKM di kota Padang untuk menggunakan uang elektronik.

Hasil jawaban responden atas pernyataan “*Fasilitas pembayaran melalui GoPay dan OVO dapat diandalkan*” mendapatkan respon yang sangat tinggi, artinya di saat pandemi Covid-19, dimana pembayaran secara tunai rentan menimbulkan penularan, maka fasilitas yang disediakan Pemkot Surabaya berupa pembayaran *single cashier* melalui GoPay dan OVO dinilai dapat diandalkan karena melindungi keselamatan mereka.

Akan tetapi hasil jawaban responden atas pernyataan “*Saya mendapatkan fasilitas internet yang memadai untuk menjalankan sistem aplikasi Gojek dan Grab*” tergolong cukup. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa perempuan pedagang kuliner tidak menampik bahwa dukungan teknologi berupa fasilitas internet yang diberikan oleh Pemkot Surabaya telah membantu mereka dalam menjalankan operasional usahanya. Namun, acapkali ditemui internet di Sentra Wisata Kuliner yang tidak stabil dan hal tersebut dirasakan cukup mengganggu operasional usaha terutama apabila pesanan sedang tinggi karena terjadi penumpukan pesanan yang harus dipenuhi dan miskomunikasi dengan para driver

Gojek atau Grab. Apabila terjadi hal ini, mayoritas perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya mensiasati dengan menggunakan kuota internet agar tidak terjadi penumpukan pesanan.

Respon terhadap pernyataan “*Saya mendapatkan pelatihan agar dapat memaksimalkan aplikasi Gojek dan Grab*” dan “*Saya mendapatkan pengetahuan agar dapat memaksimalkan aplikasi Gojek dan Grab*” yang tergolong cukup dapat dikaitkan dengan kebutuhan pelatihan dan pengetahuan dalam memaksimalkan penggunaan aplikasi Gojek dan Grab sehingga usaha kuliner yang mereka jalankan dapat digunakan sebagai penyelamat perekonomian keluarga di saat pandemi Covid-19. Selain itu respon ini juga menyiratkan niat dari para perempuan pedagang untuk tidak tergantung pada lingkungan sosialnya seperti yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya.

Pengaruh *Behavioral intention* pada *user intention* penggunaan aplikasi Gojek dan Grab pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya

Pada Tabel 1 dan 2 dapat diketahui bahwa dari 552 orang pedagang kuliner yang menggunakan aplikasi GoPay dan OVO di 39 Sentra Wisata Kuliner di Kota Surabaya, 302 diantaranya adalah wanita. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya *use intention* perempuan pedagang kuliner untuk menggunakan teknologi pembayaran dalam usahanya.

Akan tetapi selama pandemi Covid-19 dalam 6 bulan terakhir *use intention* untuk penggunaan aplikasi Gojek dan Grab, nampaknya belum mendapatkan hasil yang maksimal meskipun niatan untuk menggunakan aplikasi Gojek dan Grab di kalangan wanita pedagang di Kota Surabaya tergolong tinggi. Tingginya *behavior intention* disebabkan manfaat yang sudah dirasakan pada 6 bulan hingga 1 tahun sebelumnya yaitu penggunaan GoPay dan OVO dalam transaksi pembayaran.

Selain itu apabila ditinjau dari respon terhadap pernyataan “*Dalam 6 bulan terakhir, saya menggunakan aplikasi Gojek dan Grab untuk melakukan riset pasar*” sekalipun responnya tergolong cukup namun responnya yang paling rendah. Dapat dimaknai bahwa belum seluruhnya perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya memaksimalkan aplikasi tersebut terutama dalam hal riset pasar. Padahal dengan menggunakan aplikasi tersebut perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya bisa mendapatkan akses mengenai informasi konsumen seperti pola berbelanja, preferensi hingga riwayat berbelanja para konsumen sehingga membantu mereka untuk bisa membuat keputusan mengenai strategi pemasaran yang tepat berdasarkan data-data yang diberikan Gojek maupun Grab. Tentunya hal tersebut sangat bermanfaat di saat pandemi Covid-19 karena pastinya akan sangat banyak pesaing dari sesama pedagang kuliner untuk merebut hati konsumen.

Hasil wawancara langsung dengan para perempuan pedagang kuliner, didapatkan informasi bahwa penggunaan GoPay dan OVO sebagai alat transaksi pembayaran yang digunakan selama ini karena masih memerlukan biaya lebih, terutama pada saat pengecekan saldo via ponsel yang mereka miliki. Hasil wawancara langsung dengan para perempuan pedagang kuliner terungkap adanya kekhawatiran apabila menggunakan fitur transaksi pembayaran melalui GoPay dan OVO saja memerlukan biaya lebih, apalagi jika harus memanfaatkan fitur lain – fitur lain pada aplikasi tersebut.

Kekhawatiran tersebut tentunya beralasan mengingat pengeluaran selama pandemi Covid-19 memang lebih banyak karena melonjaknya tagihan listrik dan air serta kebutuhan – kebutuhan sekunder lainnya seperti *handsanitizer*, masker dan pulsa internet yang pastinya mempengaruhi keuangan keluarga. Keuletan perempuan dalam berjuang dan mempertahankan ekonomi keluarganya dari badai pandemi Covid membuktikan bahwa perempuan pedagang kuliner di Sentra Wisata Kuliner di Kota Surabaya mampu untuk

berinisiatif dan bertindak secara produktif di luar peran gender yang dilekatkan padanya. Perempuan, secara gender lekat dengan sifat-sifat inferioritasnya, yang melakukan pekerjaan secara tidak dibayar dan memiliki pekerjaan utama yakni pekerjaan rumah tangga. Berbeda dengan laki-laki yang secara gender lekat dengan sifat superiornya dan cenderung dianggap dapat melakukan pekerjaan yang dibayar (Sari & Zufar, 2021).

Rendahnya penggunaan kedua aplikasi dalam hal riset pasar serta munculnya kekhawatiran di kalangan para perempuan pedagang kuliner ini mengindikasikan kurangnya pengetahuan akan *product knowledge* aplikasi Gojek dan Grab. Hal ini kembali lagi pada pengetahuan tentang IT yang terbatas dari para perempuan pedagang kuliner seperti yang dibahas pada bagian sebelumnya.

Agar perempuan dapat memaksimalkan perannya di bidang ekonomi, para pembuat kebijakan harus bekerjasama dengan penyelenggara teknologi seperti Gojek dan Grab dengan melakukan pelatihan dan menambah pengetahuan wanita sebagai penggerak ekonomi keluarga. Merujuk pada pendapat Lestari, (2010) bahwa teknologi informasi dapat menguatkan perempuan dan tidak menjadikannya sebagai pemisah antara laki-laki dan perempuan. Sudah selangkah teknologi informasi menjadi sarana yang efektif bagi perempuan untuk dirinya dalam mengatasi kendala-kendala dalam kekurangan informasi sehingga perempuan pun dapat berdaya bidang ekonomi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada peran perempuan dalam keluarganya. Termasuk pula perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya. Penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa :

- (1) *Behaviour intention* pada perempuan pedagang kuliner sebagai pengguna aplikasi Gojek dan Grab di Kota Surabaya di era pandemi Covid-19 terbukti dipengaruhi oleh *performance expectancy* , *effort expectancy* dan *social influence*. Sementara itu *facilitating conditions* terbukti tidak berpengaruh pada *behaviour intention*
- (2) *Use intention* dipengaruhi oleh *Behaviour intention* pada perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya sebagai pengguna aplikasi Gojek dan Grab

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah Gojek dan Grab merupakan salah satu bentuk teknologi digital yang membantu para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk bertahan di tengah situasi pandemi Covid-19. Kehadiran kedua teknologi tersebut akan dapat dimaksimalkan oleh para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya tidak cukup hanya dengan ketersediaan sarana dan prasarana saja namun juga penyesuaian keterampilan agar dapat beradaptasi dalam penerapan teknologi *e-commerce* seperti Gojek dan Grab dan meraih daya saing dan kesuksesan.

Untuk mewujudkan hal tersebut , sudah seharusnya para pembuat kebijakan, baik pemerintah, asosiasi dan penyelenggara teknologi seperti Gojek dan Grab saling bersinergi dengan intensif melakukan pelatihan dan menambah pengetahuan para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya.

Dari sisi ilmu pengetahuan, penelitian ini mereduksi model UTAUT dengan menghilangkan seluruh variabel moderator. Variabel ini dianggap kurang signifikan pada subjek penelitian yang homogen. Oleh karena itu pada penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat melibatkan seluruh variabel bebas dari UTAUT dan juga variabel moderatornya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- kominfo.jatimprov.go.id/. (2019). *Sentra Wisata Kuliner Surabaya Terapkan Single Cashier*. [Http://Kominfo.Jatimprov.Go.Id/](http://Kominfo.Jatimprov.Go.Id/).
- Lestari, R. . (2010). PEMBERDAYAAN WANITA MELALUI TEKNOLOGI INFORMASI (Sebuah Kajian Pustaka). *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2010 (SNATI 2010)*, 75–78.
- Meuthia, R. ., Ananto, R. ., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>
- Mosse, J. . (2018). *Gender Dan Pembangunan*. Pustaka Pelajar.
- Piarna, R., & Fathurohman, F. (2019). Adopsi E-Commerce Pada Umkm Di Kota Subang Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa*, 2(1). <https://doi.org/10.31962/jiitr.v2i1.13>
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). Generasi Z Sebagai Wirausaha. *Osf*, 4. <https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>
- Sari, E. ., & Zufar, B. F. . (2021). *PEREMPUAN PENCARI NAFKAH SELAMA PANDEMI COVID-19*. 4(1), 13–29.
- Suprina, R. (2016). Kajian Faktor yang mempengaruhi Wanita dalam Membangun Usaha Bidang Perhotelan dan Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata-STP Trisakti*, 21(1).
- Suryadi, D. F., & Ilyas, M. I. F. (2018). Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula. *Ilmu Administrasi, Akuntansi, Bisnis, Dan Humaniora*, 2018, 75–80.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178 (. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 Penulis* (1st ed., Issue July). CV. PENA PERSADA. https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40