

ADOPSI APLIKASI GOBIZ PADA PELAKU UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI PONTIANAK

Fitri Yutika*

Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia

Email: fitri.yutika@itbss.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci :

Adopsi aplikasi;
Aplikasi pesan-antar makanan;
GoBiz;
UMKM;
F&B;
UTAUT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji adopsi aplikasi GoBiz pada pelaku UMKM di industri makanan dan minuman. Fokus penelitian ini adalah menggunakan teori UTAUT yang telah dimodifikasi untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Adoption of GoBiz* serta mengidentifikasi faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi perilaku adopsi aplikasi ini. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel penelitian terdiri dari 60 responden yang merupakan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Perceived Technology Security*, dan *Price Value* secara signifikan berpengaruh terhadap *Adoption of GoBiz*. Namun, terdapat hubungan yang berlawanan arah antara *Perceived Technology Security* dan *Adoption of GoBiz*, di mana semakin rendah pemahaman pelaku UMKM tentang keamanan teknologi, semakin tinggi adopsi aplikasi GoBiz. Variabel yang paling signifikan dalam mempengaruhi *Adoption of GoBiz* pada pelaku UMKM makanan dan minuman di Pontianak adalah *Performance Expectancy* dan *Price Value*. Kedua variabel ini memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap adopsi aplikasi GoBiz. Sementara itu variabel dalam UTAUT2 lainnya seperti *Facilitating Condition* dan *Social Influence* tidak ditemukan pengaruh yang signifikan pada perilaku adopsi aplikasi Gobiz. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi GoBiz di kalangan pelaku UMKM makanan dan minuman di Pontianak.

ABSTRACT

This study aims to examine the adoption of GoBiz application among small and medium-sized enterprises (SMEs) in the food and beverage industry. The focus of this research is to utilize the modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) framework to analyze the factors influencing the Adoption of GoBiz and identify the most significant factors affecting this adoption behavior. The research method employed a survey using questionnaires as the data collection instrument. The sample consisted of 60 respondents who were SME owners in the food and beverage industry in Pontianak City. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The results indicated that Performance Expectancy, Perceived Technology Security, and Price Value significantly influenced the Adoption of GoBiz. However, there was a negative relationship between Perceived Technology Security and Adoption of GoBiz, indicating that lower understanding of technology security among SME owners was associated with higher adoption of GoBiz application. The most significant variables influencing the Adoption of GoBiz among SMEs in the food and beverage industry in Pontianak were Performance Expectancy and Price Value. Both variables exhibited a significant positive impact on the adoption behavior of the GoBiz application. On the other hand, other UTAUT2 variables such as Facilitating Conditions and Social Influence did not have a significant influence on the adoption of GoBiz. This research provides a valuable contribution to understanding the factors influencing the adoption of the GoBiz application among SMEs in the food and beverage industry in Pontianak.

Keywords:

Application adoption;
Food Delivery Application;
GoBiz;
UMKM;
F&B;
UTAUT.

Submitted : 10 Mei 2023
Revised : 1 Juni 2023
Accepted : 28 Juni 2023
Published : 30 Juni 2023

*Corresponding Author

Copyright ©2023 TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurs)

Published by LPPM Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia semakin banyak menggunakan layanan pesan-antar makanan karena dinilai membuat aktivitas sehari-hari menjadi lebih praktis serta adanya keinginan pelanggan dalam menikmati makanan di rumah (Hartono et al., 2022). Berbagai jenis aplikasi pesan-antar makanan memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai restoran atau warung makan di sekitar pengguna. Pengguna juga dapat melacak status pesanan mereka secara *real-time*, mulai dari proses persiapan makanan hingga pengantaran ke alamat yang ditentukan. Adanya berbagai alternatif pilihan bagi konsumen menciptakan persaingan untuk penyedia jasa pesan-antar makanan sehingga perusahaan haruslah mempunyai keunggulan kompetitif (Banerjee, 2019). Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha *Food and Beverages* (F&B) untuk mempertahankan dan tumbuh dalam situasi digital saat ini ialah mengadopsi *Food Delivery Application* (FDA) (Chotigo & Kadono, 2021). GoFood merupakan salah satu layanan pesan-antar makanan yang populer di platform Gojek atau GoTo. Melalui *super app* GoBiz, pengusaha atau pedagang yang ingin menjual produk makanan dan minuman dapat menyediakan layanan GoFood bagi konsumennya. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengatur dan mengelola bisnis, mengelola inventaris, menerima pesanan, serta berinteraksi dengan pelanggan melalui fitur pesan.

Berbagai jenis restoran juga turut menggunakan FDA untuk mengikuti tren digitalisasi pemasaran, salah satunya Kafe. Kafe merupakan tempat yang populer untuk bersantai, bekerja, atau bersosialisasi. Kafe menawarkan lebih dari sekadar makanan dan minuman, tetapi juga menjual "*atmosphere*" yang menawarkan kenyamanan bagi konsumen untuk menikmati hidangannya. Namun sekarang, para pelaku usaha Kafe pun turut menjangkau pelanggan baru secara *online*, dimana semakin banyak perubahan perilaku konsumen akibat kemajuan teknologi (Maida, 2020). Berbagai faktor yang memotivasi konsumen untuk membeli makanan dari media *online* penting bagi pelaku usaha F&B dalam memenuhi permintaan pasar. Selain itu, para pelaku usaha F&B juga dapat memanfaatkan FDA dalam setiap operasional bisnis, mulai dari pemasaran, pemesanan, pembayaran, pengiriman, hingga administrasi (Parameswari et al., 2022). Selain manfaat-manfaat yang dipaparkan oleh peneliti sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor lain yang mempengaruhi pelaku usaha makanan dan minuman untuk mengadopsi FDA, khususnya aplikasi Gobiz. Penelitian ini mencoba menjembatani media *online* dan layanan pengiriman makanan untuk pelaku usaha F&B agar mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menargetkan pasar *online*.

Dalam hal adopsi teknologi, penelitian-penelitian sebelumnya menemukan hubungan positif antara sikap dan niat perilaku (Alalwan, 2020; Wangsadinata et al., 2021; Yutika, 2023). Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi oleh Venkatesh et al., (2012) untuk memprediksi faktor-faktor yang membentuk perilaku pelaku usaha. Penerapan UTAUT2 dapat menguji hubungan antara ekspektasi kinerja, kondisi-kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, keamanan teknologi yang dirasakan dan nilai harga terhadap perilaku penggunaan aplikasi GoBiz pada pelaku usaha F&B. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, dapat dikembangkan strategi dan langkah-langkah yang lebih efektif untuk memfasilitasi adopsi teknologi.

2. KAJIAN TEORITIS

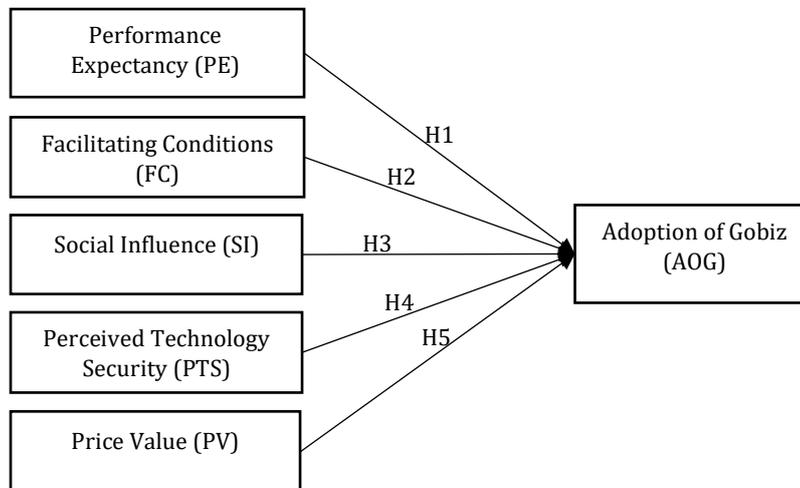
2.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2)

Penelitian ini berfokus pada *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) sebagai kerangka teoritis yang digunakan untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi dimana dalam konteks penelitian ini adalah pelaku usaha F&B. Model UTAUT pertama kali diusulkan oleh Venkatesh et al., (2003) kemudian dilakukan modifikasi (Venkatesh et al., 2012) dan mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Teori ini dikembangkan sebagai upaya untuk mengintegrasikan beberapa teori sebelumnya yang berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan teknologi, seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). UTAUT2 terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *social influence*, *price value*, *hedonic motivation*, dan *habit*. Model ini banyak digunakan oleh para peneliti untuk mempertimbangkan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.

2.2 Pengembangan Hipotesis

Faktor adopsi seseorang terhadap teknologi membutuhkan pendekatan secara subjektif (Lee et al., 2020). Pada penelitian ini model UTAUT2 digunakan empat konstruk utama yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan suatu teknologi, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi-kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Hasil penelitian Rahman et al., (2020) menunjukkan bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki pengaruh paling signifikan terhadap adopsi pembayaran non-tunai. Persepsi tentang keamanan teknologi (*perceived technology security*) juga memiliki hubungan yang kuat dengan adopsi pembayaran non-tunai. Hasil penelitian juga menemukan bahwa motivasi hedonis, pengaruh sosial, dan inovativitas secara positif terkait dengan adopsi pembayaran non-tunai. Penelitian ini memperluas model perilaku konsumen yang

ada dengan memasukkan beberapa konstruksi kunci untuk menjelaskan niat penggunaan aplikasi GoBiz yaitu keamanan teknologi yang dirasakan (*perceived technology security*) dan nilai harga (*price value*). Hasil penelitian Alalwan (2020) berdasarkan pemodelan persamaan struktural mendukung peranan harapan kinerja, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap kepuasan elektronik dan niat berkelanjutan untuk menggunakan kembali. Gambar 1 menunjukkan model penelitian ini, dimana faktor *performance expectancy*, *facilitating conditions*, *social influence*, *perceived technology security* dan *price value* digunakan sebagai variabel untuk mengukur pengaruh UTAUT2 terhadap perilaku adopsi FDA pada pelaku usaha makanan dan minuman.



Gambar 1: Model Penelitian

3. METODOLOGI

Penerimaan teknologi pesan-antar makanan aplikasi GoBiz pada pelaku bisnis F&B dapat diteliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak yang menggunakan layanan pesan-antar makanan GoFood yaitu aplikasi GoBiz. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 pelaku UMKM. Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan teori 10 kali variabel penelitian (Sugiyono, 2016). Instrumen penelitian merupakan pernyataan-pernyataan yang disusun dalam kuesioner. Pernyataan-pernyataan disusun berdasarkan variabel independen yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Facilitating Condition* (FC), *Social Influence* (SI), *Perceived Technology Security* (PTS), *Price Value* (PV) serta variabel dependen yaitu *Adoption of Gobiz* (AOG). Data dikumpulkan dengan metode *online survey* dan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM makanan dan minuman dengan skala jawaban 1 (sangat tidak sesuai) sampai 7 (sangat sesuai). Hasil pengumpulan data diolah dengan perangkat lunak SmartPLS 3.2. dan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Outer Model Analysis

Outer model analysis dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana alat ukur atau skala yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur konstruk atau variabel yang dimaksudkan dengan akurat. Secara umum uji validitas terdiri dari uji *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. Sementara uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan atau konsistensi internal dari alat ukur pada model penelitian dengan melakukan uji *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2014). Pengujian *Covergent Validity* dilihat dari nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Syarat validitas nilai *loading factor* adalah lebih besar dari 0.7 dan nilai AVE adalah lebih besar dari 0.5. Terdapat 5 indikator yang menunjukkan nilai *loading factor* kurang dari 0.7 sehingga perlu dilakukan re-estimasi dengan menghapus item pertanyaan yang tidak mendukung. Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa indikator dalam model penelitian telah valid untuk mengukur masing-masing dimensi dalam variabel. Dilihat dari nilai *outer loading* dan AVE yang telah memenuhi syarat.

Pengujian *Discriminant validity* dilihat dari nilai akar kuadrat AVE dan nilai *cross loading* indikator dalam model penelitian. Nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain dalam penelitian. Ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki varian yang cukup tinggi dan dapat dibedakan satu sama lain. Sementara nilai *cross loading* pada konstruk yang sesuai harus lebih tinggi daripada pada konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator secara spesifik terhubung dengan konstruk yang dimaksudkan dan memiliki hubungan yang lebih lemah dengan konstruk lainnya (Ghozali, 2014). Tabel 2 dan Tabel 3

menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE dan *cross loading* indikator pada model penelitian telah memenuhi syarat validitas secara diskriminan.

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada Tabel 1. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai di atas 0,7 umumnya dianggap dapat diterima dan *Composite Reliability* berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai di atas 0,7 dianggap baik. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada model penelitian dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas, yaitu dimensi-dimensi memiliki konsistensi dalam mengukur konstruk yang sama dan indikator-indikator dalam alat ukur tersebut saling berkorelasi serta memberikan hasil yang seragam (Hair et al., 2011). Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas di atas, diperoleh kesimpulan bahwa model penelitian layak digunakan.

Tabel 1.
Construct Reliability and Validity

<i>Variable</i>	<i>Items</i>	<i>Loading factors</i>	<i>AVE</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,956	0,913	0,955	0,905
	PE3	0,955			
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0,978	0,961	0,980	0,960
	FC2	0,983			
<i>Social Influence</i>	SI1	0,976	0,953	0,976	0,951
	SI2	0,977			
<i>Perceived Technology Security</i>	PTS1	0,988	0,974	0,987	0,974
	PTS2	0,986			
<i>Price Value</i>	PV1	0,882	0,840	0,940	0,903
	PV2	0,982			
	PV3	0,882			
<i>Adoption of GoBiz</i>	AOG1	0,962	0,926	0,962	0,920
	AOG3	0,963			

Sumber : Data diolah (2023)

Table 2.
Discriminant Validity (Latent Variable Correlations)

	PE	FC	SI	PTS	PV
PE	0,956				
FC	0,680	0,980			
SI	0,858	0,449	0,976		
PTS	0,848	0,762	0,826	0,987	
PV	0,766	0,682	0,841	0,818	0,917

Sumber : Data diolah (2023)

Table 3.
Cross Loading

<i>Items</i>	PE	FC	SI	PTS	PV	AOG
PE1	0,956	0,693	0,880	0,921	0,818	0,942
PE3	0,955	0,605	0,759	0,699	0,645	0,930
FC1	0,628	0,978	0,441	0,790	0,685	0,639
FC2	0,700	0,983	0,440	0,710	0,655	0,734
SI1	0,817	0,393	0,976	0,789	0,833	0,782
SI2	0,857	0,483	0,977	0,823	0,810	0,809
PTS1	0,862	0,801	0,776	0,988	0,777	0,809
PTS2	0,812	0,701	0,857	0,986	0,839	0,760
PV1	0,710	0,676	0,765	0,770	0,882	0,715
PV2	0,738	0,623	0,862	0,829	0,982	0,734
PV3	0,655	0,574	0,680	0,644	0,882	0,697
AOG1	0,940	0,683	0,842	0,802	0,822	0,962
AOG3	0,946	0,672	0,728	0,729	0,682	0,963

Sumber : Data diolah (2023)

4.2 Inner Model Analysis

Analisis model struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten atau konstruk yang ditentukan oleh indikator-indikator yang diamati dengan melihat koefisien determinan (*R Square*) dan *Predictive Relevance (Q Square)*. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R Square* 0.981 dengan *Adjusted R Square* 0.979. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *Performance Expectancy (PE)*, *Facilitating Condition (FC)*, *Social Influence (SI)*, *Perceived Technology Security (PTS)*, dan *Price Value (PV)* mempengaruhi perilaku *Adoption of GoBiz (AOG)* pelaku UMKM makanan dan minuman sebesar 97.9%, dan sisanya dipengaruhi faktor di luar variabel penelitian. Pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen lebih besar dari 67%, maka pengaruh tergolong kuat (Hair et al., 2011). Hasil uji *Q Square* menunjukkan nilai 0.889, nilai *Q Square* lebih besar dari nol berarti model penelitian memiliki nilai observasi yang baik (Ghozali, 2014).

4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dalam konteks SEM (*Structural Equation Modeling*) melibatkan pengujian *Path Coefisien* dan *T-Statistics*. *Path Coefficient* dalam SEM juga mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel dalam model jalur. *Path Coefficient* menunjukkan seberapa besar perubahan dalam variabel dependen yang terjadi ketika variabel independen mengalami perubahan sebesar satu satuan. Nilai *Path Coefficient* dapat berupa positif atau negatif, menunjukkan arah hubungan antara variabel (Hair et al., 2011). *T-statistics* dalam SEM digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien jalur dalam model jalur. *T-statistics* dihitung dengan membagi koefisien jalur oleh kesalahan standar (*standart error*) yang terkait dengannya. Variabel eksogen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen apabila nilai *T-statistics* menunjukkan nilai lebih dari 1.96 (Ghozali, 2014). Nilai *T-statistics* juga digunakan untuk menghitung *P-value*, yang merupakan tingkat signifikansi statistik dari koefisien jalur. Jika *P-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan, maka koefisien jalur dianggap signifikan secara statistik (Hair et al., 2011). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05.

Table 4.
Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Path Coefficient	T-statistics	P-values	Kesimpulan
H1	<i>Performance Expectancy -> Adoption of GoBiz</i>	1,075	12,909***	0,000***	Positif Signifikan
H2	<i>Facilitating Condition -> Adoption of GoBiz</i>	0,088	0,867	0,387	Positif Tidak Signifikan
H3	<i>Social Influence -> Adoption of GoBiz</i>	-0,080	0,561	0,575	Negatif Tidak Signifikan
H4	<i>Perceived Technology Security -> Adoption of GoBiz</i>	-0,268	3,126**	0,002**	Negatif Signifikan
H5	<i>Price Value -> Adoption of GoBiz</i>	0,184	2,047*	0,041*	Positif Signifikan

Catatan: *signifikansi 0.05; **signifikansi 0.01; ***signifikansi 0.001;

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 4. menunjukkan bahwa H1 diterima berdasarkan nilai *T-statistics*nya yang lebih besar dari 1.96 Dan *Path Coefficient* bernilai positif. Artinya, *Performance Expectancy* memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap *Adoption of GoBiz* para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak. Semakin meningkat nilai ekspektasi kinerja teknologi pesan-antar makanan secara online oleh para pelaku UMKM tersebut, maka semakin meningkat pula hubungannya pada perilaku adopsi aplikasi GoBiz. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai penerimaan aplikasi mobile pada restoran (Palau-Saumell et al., 2019), selain itu mengenai niat untuk menggunakan dan adopsi pembayaran online (Al-Saedi et al., 2020; Tang et al., 2021). *Performance Expectancy* mengacu pada keyakinan individu atau pengguna terhadap sejauh mana penggunaan aplikasi GoBiz akan meningkatkan kinerja dalam mencapai tujuan UMKM. Jika pengguna memiliki harapan yang tinggi bahwa penggunaan GoBiz akan meningkatkan efisiensi, produktivitas, atau kualitas kerja mereka, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi aplikasi tersebut.

Tabel 4. juga menunjukkan bahwa H4 diterima berdasarkan nilai *T-statistics*nya yang lebih besar dari 1.96 namun nilai *Path Coefficient* bernilai negatif. Artinya, ada hubungan yang berlawanan arah antara variabel *Perceived Technology Security* dan *Adoption of GoBiz* dalam model, tetapi memiliki kepentingan statistik yang signifikan. Semakin rendah pemahaman *Perceived Technology Security* pada para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak, maka semakin meningkat pula hubungannya pada perilaku adopsi aplikasi GoBiz. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahman et al. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan teknologi memiliki hubungan yang kuat dengan Tindakan adopsi pembayaran non tunai, sementara pada Chao (2019) menyatakan bahwa persepsi resiko suatu teknologi baru yang dirasakan memiliki efek moderasi negatif yang signifikan pada hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat

perilaku. Meskipun hubungan antara *Perceived Technology Security* dan *Adoption of GoBiz* negatif, variabel ini tetap memiliki implikasi penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi tersebut.

Tabel 4. juga menunjukkan bahwa H5 diterima berdasarkan nilai *T-statistics*nya yang lebih besar dari 1.96 dan nilai *Path Coefficient* bernilai positif. Artinya, *Price Value* memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap *Adoption of GoBiz* pada para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji perilaku adopsi aplikasi *online food delivery* (Palau-Saumell et al., 2019; Yeo et al., 2017), perilaku adopsi pembayaran non tunai (Al-Saedi et al., 2020; Andrianto, 2020), dan penggunaan aplikasi belanja online (Shaw & Sergueeva, 2019). *Price Value* mengacu pada persepsi pelaku UMKM tentang keseimbangan antara harga yang dibayarkan dengan nilai yang diperoleh dari penggunaan aplikasi GoBiz. Jika pelaku UMKM makanan dan minuman menganggap bahwa aplikasi GoBiz memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, maka cenderung lebih mungkin untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Dengan adanya pengaruh signifikan yang positif antara *Price Value* dan *Adoption of GoBiz*, dapat disimpulkan bahwa persepsi pelaku UMKM tentang keseimbangan antara harga dan nilai dari penggunaan GoBiz berkontribusi secara positif terhadap keputusan untuk mengadopsi aplikasi tersebut.

5. KESIMPULAN

Perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor dalam teori UTAUT yang telah dimodifikasi. *Performance Expectancy*, *Perceived Technology Security* dan *Price Value* merupakan faktor-faktor yang telah terbukti dalam analisis SEM mempengaruhi pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak dalam mengadopsi aplikasi Gobiz. *Performance Expectancy* merujuk pada keyakinan dan harapan pengguna terhadap sejauh mana penggunaan aplikasi GoBiz akan meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan bisnis UMKM. Jika para pelaku UMKM memiliki ekspektasi yang tinggi bahwa menggunakan GoBiz akan meningkatkan efisiensi, produktivitas, atau kualitas kerja mereka, maka mereka cenderung lebih mungkin untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Hal ini memiliki implikasi penting dalam merancang strategi pemasaran dan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan adopsi GoBiz di kalangan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak. Fokus pada komunikasi manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan GoBiz, seperti peningkatan efisiensi operasional, peningkatan kualitas layanan, dan perluasan jangkauan pelanggan, dapat meningkatkan minat dan motivasi para pelaku UMKM untuk mengadopsi aplikasi tersebut.

Para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak yang memiliki pemahaman rendah tentang keamanan teknologi memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengadopsi aplikasi GoBiz. Walaupun hubungan antara *Perceived Technology Security* dan *Adoption of GoBiz* memiliki arah yang berlawanan, tetapi secara statistik signifikan. Kemudian, dengan adanya pengaruh signifikan yang positif antara *Price Value* dan *Adoption of GoBiz*, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi pelaku UMKM terhadap nilai yang diperoleh dari penggunaan GoBiz dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mengadopsi aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak melihat manfaat ekonomis yang signifikan dalam menggunakan aplikasi GoBiz, sehingga mereka cenderung untuk mengadopsinya.

Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif untuk mendorong adopsi teknologi dalam pada UMKM serta memberikan sumbangan kepada penelitian sebelumnya mengenai adopsi aplikasi mobile dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian ini terbatas pada jumlah populasi, sehingga kurang memberikan hasil yang representatif. Selain itu, penelitian selanjutnya perlu mengembangkan kajian teoritis untuk menggali lebih dalam mengenai mekanisme dan faktor-faktor yang mempengaruhi *Adoption of GoBiz* atau teknologi lainnya di kalangan UMKM.

Acknowledgment

Penelitian ini didukung oleh Yayasan Gereja Protestan Kampung Bali (YGPKB).

Conflict of interest

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50(February 2019), 28–44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). *Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption, Technology in Society*. 62. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>.
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>

- Banerjee, S. (2019). Measuring service quality of food delivery services : a study of generation Z. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1–12.
- Chotigo, J., & Kadono, Y. (2021). Comparative analysis of key factors encouraging food delivery app adoption before and during the COVID-19 Pandemic in Thailand. *Journal of Sustainability*, 13(4088), 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13084088>
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151.
- Hartono, S., Salim, A., & Alamsyah, Z. (2022). Faktor keamanan pangan pada pemakaian aplikasi pengantaran makanan (FDAs) pada era pandemi di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 543–552. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.54>
- Lee, Y. N., Zailani, S., & Rahman, M. K. (2020). Determinants of customer intention to purchase social Enterprise products: A structural model analysis. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(1), 1–22.
- Maida, J. (2020). Analysis on impact of Covid-19- online on-demand food delivery services market 2019-2023. *Businesswire*. <https://www.businesswire.com/news/home/20200430005160/en/Analysis-Impact-Covid-19-Online-On-Demand-Food-Delivery>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Parameswari, R., Silaswara, D., Ginny, P. L., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Gobiz dan Grab Merchant untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Dimasa Pandemi Covid19. *Abdi Dharma*, 2(1), 11–14. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1074>
- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 100004. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45, 44–55. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2018.10.024>
- Tang, K. L., Aik, N. C., & Choong, W. L. (2021). A modified utaut in the context of m-payment usage intention in malaysia. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 40–59. [https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)05](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)05)
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–437.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wangsadinata, R., Geraldine, C., & Aprilia, A. (2021). *Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam), Perceived Enjoyment, Dan Perceived Risk Terhadap Behavioral Intention* 7(2), 104–114. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.2.104>
- Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35(July 2016), 150–162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013>
- Yutika, F. (2023). *Apakah Faktor-Faktor dalam Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan pada UMKM Coffee Shop ? Are Factors in Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Affecti.* 14(1), 46–56. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.44604>