

Analisis Pengaruh *Mobile Application* Dalam Menunjang Keberhasilan Wirausaha di Kota Bekasi

Muhamad Hasan¹, Ahmad Hafidzul Kahfi², Doni Purnama Alam Syah³

¹STMIK Nusa Mandiri
e-mail: muhamadh0608@bsi.ac.id

²STMIK Nusa Mandiri
e-mail: ahmadhaf0601@bsi.ac.id

³STMIK Nusa Mandiri
e-mail: doni.dpa@icloud.com

Intisari

Technopreneur dibutuhkan sebagai kunci keberhasilan negara dalam membangun perekonomian bangsa yang lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi menjadikan peluang adanya *mobile application* dalam menunjang keberhasilan masyarakat berwirausaha dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile application*. Untuk mengetahui penerimaan sistem yang digunakan pada *mobile application*, digunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *mobile application* terhadap kegiatan wirasusaha di kota Bekasi dengan menggunakan fitur Go-Food pada *mobile application* Gojek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan memberikan sumbangan sebesar 38,6% terhadap pengaruh *mobile application* dalam menunjang wirausaha.

Kata Kunci: *Technopreneur, Mobile Application, Go-Food, TAM*

Abstract

Technopreneur is needed as a key to the country's success in building a better nation's economy. By utilizing technology makes it an opportunity for mobile applications to support the success of the entrepreneurial community by analyzing the factors that influence the use of mobile applications. To find out the acceptance of the system used in mobile applications, the TAM (Technology Acceptance Model) model is used which is influenced by two factors: perceived ease of use and perceived usefulness. The purpose of this study was to find out how much influence the mobile application had on entrepreneurial activities in the city of Bekasi by using the Go-Food feature in the Gojek mobile application. The results of this study indicate that the independent variables consisting of perceptions of benefits and perceptions of convenience contribute 38.6% to the effect of mobile applications in supporting entrepreneurship.

Keywords : *Technopreneur, Mobile Application, Go-Food, TAM*

1. Pendahuluan

Perkembangan internet yang makin pesat, menjadikan hampir setengah penduduk dunia menggunakan internet. Diimbangi dengan penggunaan *mobile application* di Indonesia diperkirakan mencapai seratus juta pengguna. Peningkatan pengguna *mobile application* berbanding terbalik dengan jumlah pengusaha di Indonesia yang hanya mencapai sekitar 1,65%. Menurut ahli

sosiologi David McClelland menyarankan bahwa, untuk dapat mempertahankan pertumbuhan optimal perekonomian negara, diperlukan peningkatan jumlah 2% pengusaha dari total populasi penduduk disuatu negara (Hardiani & Anggadwita, 2016).

Salah satu kota di Indonesia yang telah mencapai pertumbuhan optimal perekonomian adalah kota Bekasi. Hingga tahun 2015 lalu jumlah UMKM di Kota

Bekasi sudah mencapai lebih kurang 203 ribu. Dari jumlah tersebut dapat dikatakan bahwa pengusaha di Kota Bekasi sudah sebanding dengan jumlah ideal wirausaha di suatu wilayah yakni 2% dari total jumlah penduduk Kota Bekasi yang berjumlah sekitar 2,7 juta penduduk berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2015. Namun tidak semua pengusaha di Kota Bekasi menggunakan *mobile application* dalam usahanya, khususnya usaha yang bergerak dibidang kuliner. Salah satu *mobile application* yang mendukung para pengusaha khususnya usaha dalam bidang kuliner adalah aplikasi gojek dengan fiturnya yang bernama Go-Food. Fitur ini memanfaatkan teknologi sebagai landasan dalam melakukan proses transaksi, dimana penggunaan teknologi dalam berwirausaha ini dinamakan dengan *technopreneur*.

Technopreneur dibutuhkan sebagai kunci keberhasilan negara dalam membangun perekonomian bangsa yang lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi menjadikan peluang adanya *mobile application* dalam menunjang keberhasilan masyarakat berwirausaha dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile application*. Untuk mengetahui penerimaan sistem yang digunakan pada *mobile application*, digunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *mobile application* terhadap kegiatan wirausaha di kota Bekasi dengan menggunakan fitur Go-Food pada *mobile application* Gojek.

1.1 Tinjauan Teori

A. *Mobile Application*

Menurut Irwansyah & Moniaga (2014:61) "*Mobile Application* adalah aplikasi perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dijalankan di dalam tablet dan juga *smartphone*".

Sedangkan menurut (Irsan, 2015) "Aplikasi *Mobile* adalah perangkat lunak yang berjalan pada perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau *tablet PC*".

Jadi bisa disimpulkan bahwa *mobile application* adalah sebuah aplikasi perangkat lunak yang hanya dapat digunakan pada perangkat *smartphone* dan *tablet PC*.

Aplikasi *Mobile* juga dikenal sebagai aplikasi yang dapat diunduh dan memiliki fungsi tertentu sehingga menambah fungsionalitas dari perangkat *mobile* itu sendiri. Untuk mendapatkan *mobile application* yang diinginkan, user dapat mengunduhnya melalui situs tertentu sesuai dengan sistem operasi yang dimiliki. Google Play dan iTunes merupakan beberapa contoh dari situs yang menyediakan beragam aplikasi bagi pengguna Android dan iOS untuk mengunduh aplikasi yang diinginkan.

B. *Technopreneurship*

Technopreneurship merupakan wirausaha yang kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan dan menggabungkan teknologi sehingga menghasilkan suatu produk atau jasa mereka akan bertanggung jawab segala risiko yang akan terjadi (Nurfaizal, 2014).

Sedangkan pendapat dari (Purnomo & Triyono, 2018) "*Technopreneurship* merupakan kemampuan seseorang dalam mengembangkan jiwa wirausaha dengan pemanfaatan teknologi baik dalam proses pembuatan maupun pemasaran yang sesuai dengan kompetensi keahlian masing-masing".

Dapat diambil kesimpulan bahwa *technopreneurship* merupakan pemanfaatan teknologi sebagai alat untuk memasarkan produk sesuai dengan kompetensi yang dimiliki seorang pengusaha.

C. TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Fatmawati, 2015).

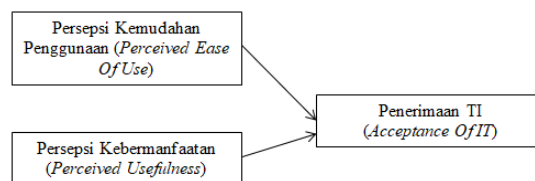
TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Bagaimanapun yang namanya model yang bagus itu tidak hanya memprediksi, namun idealnya juga harus bisa menjelaskan. Rupanya dengan model TAM dan indikatornya memang sudah teruji dapat mengukur penerimaan teknologi. Dengan demikian menggunakan TAM maka akan mampu menjelaskan mengapa sistem informasi perpustakaan yang

digunakan di perpustakaan bisa diterima atau tidak oleh pengguna.

Sesuai dengan istilah TAM, bahwa "A" singkatan dari "Acceptance" artinya penerimaan. Sehingga bisa dikatakan bahwa TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. Jika melihat pengertian TAM dari Wikipedia, "TAM is an information systems theory that models how users come to accept and use a technology". Maksudnya yaitu TAM merupakan suatu teori sistem informasi yang modelnya bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi.

Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan *mobile application* yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*). Jika diaplikasikan untuk *mobile application*, maka maksudnya pengguna meyakini kalau *mobile application* tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunaannya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan *mobile application* dan dapat menjelaskan kalau *mobile application* dapat diterima oleh pengguna.
2. Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*) Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan *mobile application* tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunaannya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan *mobile application* atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai *mobile application* berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.



Sumber : Kharismaya, Dewi, Arisawati, & Handayanna (2017)

Gambar 1. Model Penerimaan Teknologi

2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel independen, yaitu: Kemanfaatan persepsian (*perceived usefulness*), Kemudahan persepsian (*perceived easy of use*) dan 1 variabel dependen, yaitu: penerimaan terhadap TI (*Acceptance of IT*).

Tabel 1. Indikator-indikator Konstruk Penelitian

Konstruk TAM	Indikator
PEOU	1. Mudah dipelajari
	2. Jelas dan mudah dipahami
	3. Fleksibel
	4. Mudah menjadi mahir
PU	1. Mempercepat Pekerjaan
	2. Meningkatkan Kinerja
	3. Efektivitas
	4. Mempermudah pekerjaan
Acceptance of IT	1. Selalu Menggunakan
	2. Selalu Mengakses
	3. Kepuasan Menggunakan
	4. Memberikan Masukan untuk Menggunakan

Sumber : Hardiani & Anggadwita (2016) dan Sumarlinda (2015)

Penelitian ini dimulai dari proses pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden melalui aplikasi *google form*, kemudian dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas terhadap kuesioner tersebut. Selanjutnya setelah kuesioner dianggap valid dan reliabel, maka dilakukan analisis data untuk menguji pengaruh kedua variabel penentu penerimaan teknologi dengan menggunakan Regresi Linear Sederhana dan dilanjutkan dengan analisis-*analisis*, yaitu:

- 1) Uji t, untuk mengetahui apakah secara parsial kemudahan, kemanfaatan

berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel penerimaan sistem.

- 2) Koefisien determinasi, bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Data Demografi

Data demografi responden pada penelitian ini, diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data pada tabel tersebut, seluruh responden berkontribusi 100% terhadap penelitian ini.

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	21	42%
Perempuan	29	58%
Total	50	100%

Dari Tabel 1, diperoleh responden sebanyak 50 orang, dengan pembagian laki-laki sebesar 42% atau berjumlah 21 orang, sedangkan untuk perempuan sebesar 58% atau berjumlah 29 orang.

3.2. Uji Validitas

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid. Terdapat 12 butir pernyataan yang ditunjukkan oleh *Corrected Item-Total Correlation* atau (r_{hitung}).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Rhitung (<i>Corrected Item-Total Correlation</i>)	Rtabel	Kesimpulan
1	0,629	0,279	Valid
2	0,558	0,279	Valid
3	0,734	0,279	Valid
4	0,752	0,279	Valid
5	0,698	0,279	Valid
6	0,780	0,279	Valid
7	0,795	0,279	Valid
8	0,464	0,279	Valid
9	0,611	0,279	Valid
10	0,434	0,279	Valid
11	0,816	0,279	Valid
12	0,713	0,279	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (2018)

Pada Tabel 2 seluruh skor *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan bahwa setiap

pernyataan yang diukur pada variabel persepsi kemanfaatan adalah valid.

3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Pengujian instrumen dinyatakan reliabel, jika harga koefisien reliabilitas $> 0,60$.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of items
0,879	12

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang artinya data sudah reliabel.

3.4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,262	1,720		1,896	,064
Variabel Bebas	,337	,061	,621	5,488	,000

Dari Tabel 4 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,262 + 0,337X$$

Dengan Variabel Bebas didapat dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan yang memiliki arti sebagai berikut :

1. Angka konstan bernilai 0,888 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel terikat adalah sebesar 3,262.
2. Sementara nilai koefisien regresi bernilai 0,337 yang berarti setiap penambahan 1% tingkat kemudahan penggunaan dan kemanfaatan (X), maka penerimaan TI (Y) akan meningkat sebesar 0,337.

3.5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan atau

tidak terhadap variabel penerimaan aplikasi.

Tabel 5. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	1,896	,064
Variabel Bebas	5,488	,000

Dari Tabel 5 dapat dianalisa sebagai berikut:

Kriteria pengujian uji T:

- Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan perhitungan SPSS, untuk nilai t_{hitung} Variabel Bebas adalah 5,488 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,011 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu $5,488 > 2,011$ dan perbandingan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *mobile application* dalam menunjang wirausaha.

- Koefisien Determinasi Simultan (R^2)
Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,621 ^a	,386	,373	1,583

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, berdasarkan

Tabel 6 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,386. Hal ini berarti 38,6% pengaruh *mobile application* dalam menunjang wirausaha dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Sedangkan sisanya 61,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.6. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan (X) Terhadap Penerimaan Teknologi (Y) dalam Menunjang Wirausaha

Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) secara bersama terhadap penerimaan teknologi dalam menunjang wirausaha.

Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) secara bersama terhadap penerimaan teknologi dalam menunjang wirausaha.

Berdasarkan hasil Uji T dengan *output* spss yang menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan signifikansi sebesar nol menyatakan bahwa variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan teknologi dalam menunjang wirausaha. Hasil tersebut diperkuat dengan uji Koefisien Determinasi Simultan (*R Square*) yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Diperoleh hasil sebesar sepertiga lebih dari seratus persen untuk variabel persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan untuk menjelaskan penerimaan teknologi *Mobile Application* dalam menunjang wirausaha.

4. Kesimpulan

Simpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa analisis pengaruh *mobile application* dalam

menunjang keberhasilan wirausaha masyarakat kota Bekasi dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yakni persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kebermanfaatan (*usefulness perceived*) mengandung empat indikator yang mempengaruhi dalam mengidentifikasi pengaruh *mobile application*, antara lain : mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, efektifitas, dan mempermudah pekerjaan. Persepsi kemudahan penggunaan (*ease to use perceived*) juga memiliki empat indikator yang mempengaruhi, yaitu mudah dipelajari, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, serta mudah untuk menjadi terampil/mahir.

Referensi

- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan, *0*(1), 1–13.
- Hardiani, K. B. I., & Anggadwita, G. (2016). Analisis Identifikasi Rancangan Mobile Application Untuk Menunjang Keberhasilan Berwirausaha Masyarakat, *3*(2), 990–994.
- Irsan, M. (2015). Rancang Bangun Aplikasi Mobile Notifikasi Berbasis Android Untuk Mendukung Kinerja Di Instansi Pemerintahan.
- Irwansyah, E., & Moniaga, J. V. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kharismaya, C., Dewi, L. S., Arisawati, E., & Handayanna, F. (2017). Analisa Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Penerimaan Sistem OPAC Menggunakan Metode TAM, *(1)*, 37–47.
- Nurfaizal, Y. (2014). Perilaku Technopreneur Mahasiswa Teknik Informatika : Tinjauan Pada Self-Sufficiency, *14*(2), 13–25.
- Purnomo, S., & Triyono, M. B. (2018). Efektifitas Technopreneurship Dengan Model Pembelajaran Cooperative Learning By Technopreneur For SMK Untuk Siswa Di SMK, *6*(4).
- Sumarlinda, S. (2015). Evaluasi Implementasi Sistem Kartu Rencana Studi Berbasis Web Dengan Technology Acceptance Model (Studi Kasus STMIK Duta Bangsa Surakarta). *(1)*, 83–91.