

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Mendukung Ekonomi Biru melalui Adopsi Pemasaran Digital bagi UMKM di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya

Tri Siwi Agustina

Universitas Airlangga, Surabaya

Email: siwi@feb.unair.ac.id

Abstract

The coastal areas of Surabaya City are filled with residents who work as fishermen. “Husband goes to sea, wife processes the sea catch” is a daily activity. However, depending on the sea catch is insufficient to support daily needs. Therefore, many residents trade in basic necessities or food made from sea catches. However, this step is not matched by the breadth of marketing because the marketing carried out is still limited and conventional among local residents. On the other hand, the Surabaya City Government encourages MSMEs in Surabaya City to utilize technology as much as possible through an e-commerce application called E-PEKEN. Respondents in the study were MSME players in the coastal area of Surabaya City who had sold using the E-peken application, totaling 360 people. The data collection technique was carried out using a questionnaire distributed online (Google Forms) and offline. The analysis technique in this study uses Covariance- Structural Equation Modeling (CB SEM) with the analytical tool used, namely IBM SPSS AMOS version 24.0. Based on the analysis and discussion results, the research concludes that there is a positive and significant influence between performance expectancy, effort expectancy, social support, and facilitating conditions with the behavioral intention of MSME players in Surabaya City to adopt the E-Peken application. In addition, behavioral intention is proven to affect the use behavior of MSME players in coastal Surabaya City to adopt the E-Peken application.

Keywords coastal residents, e-commerce, e-peken, technology adoption.

1. Pendahuluan

“Suami pergi melaut, istri mengolah hasil tangkapan laut” merupakan aktivitas sehari – hari bagi masyarakat di pesisir pantai Kota Surabaya, tepatnya di Kawasan Kedung Cowek, Bulak. Hidup dari hasil laut ini digunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari – hari. Tentunya untuk dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga, membeli kebutuhan tersier hingga menyekolahkan anak menggantungkan pada hasil tangkapan laut saja tidak cukup. Oleh karena itu sebagian besar menopangnya dengan berdagang sembako, berjualan makanan dan minuman dan membuat kue atau camilan berbahan dasar hasil laut seperti kulit ikan, ikan tongkol asap, kerupuk telur ikan dan sejenisnya.

Hasil wawancara peneliti dengan para pemilik UMKM di wilayah tersebut, selama ini distribusi pemasaran produk dipasarkan di daerah sekitar dan melayani pesanan. Kegiatan pemasaran lainnya adalah mengikuti pameran di kelurahan atau di lingkungan RT/RW apabila sedang menerima tamu atau hajatan. Pemasaran tersebut membawa konsekuensi, selain wilayah pemasaran yang terbatas, barang dagangan mereka sulit laku karena persaingannya tinggi, walaupun laku jumlahnya tidak besar. Kondisi tersebut semakin terasa saat pandemi Covid-19

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

tahun 2020 hingga 2022 kemarin karena penjualan makin sedikit seiring dengan sepi orang berkunjung ke pasar dan keluar rumah untuk menghindari penularan.

Menanggapi hal tersebut, pemerintah Kota Surabaya mendorong agar UMKM di Kota Surabaya dapat memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin melalui aplikasi E-Pekan. Aplikasi tersebut merupakan sebuah *marketplace* berbasis *mobile* yang ditujukan untuk menyambungkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, toko kelontong, dan SWK (Sentra Wisara Kuliner) dengan pembeli. (Dpm-ptsp.surabaya.go.id, 2021).

Salah seorang penjual kelontong menyatakan bahwa sejak bermitra dengan E- peken pada 2021 lalu, penjualan toko kelontongnya meningkat tajam. Sebulan bisa menghasilkan puluhan juta rupiah. Bahkan omzet pada Februari 2022 lalu mencapai Rp 43 juta. Selama 2022 ini, rata-rata omzetnya Rp28 juta (Setiawan, 2022). Menurut Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DINKOPDAG) Kota Surabaya, Fauzie Mustaqiem Yos, transaksi di situs belanja daring E-peken (Pemberdayaan Ketahanan Ekonomi) milik Pemerintah Kota Surabaya, Jawa Timur, dalam kurun waktu Juli 2021 hingga 26 Desember 2022 mencapai Rp35.471.640.152 (Liputan6.com, 2022).

Meski demikian, ternyata tidak semua pelaku UMKM merasakan manisnya transaksi di aplikasi *e-commerce* buatan pemkot tersebut. Ada juga pedagang yang mengeluh minim pesanan. Salah seroang penjual aneka makanan dan minuman di daerah Kendangsari, Tenggilis Mejoyo mengaku sama sekali tidak pernah mendapat pesanan dari E-peken selama hampir 1 tahun lamanya. Menurutny, dengan berjualan secara *offline* akan lebih menguntungkan (Jawapos.com, 2023). Selain itu, beberapa pedagang juga merasa kesulitan karena kegagalan *login* saat hendak mengakses aplikasi E-Peken menggunakan ponsel Android. Salah seroang pedagang kelontong menyatakan bahwa ia baru bisa *login* di aplikasi E-peken apabila menggunakan komputer atau laptop. Sedangkan, tidak semua pedagang UMKM memiliki perangkat tersebut (Roosa, 2022).

Data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan Perdagangan Kota Surabaya juga menunjukkan adanya inkonsistensi dari jumlah UMKM yang mendaftar pada aplikasi E-peken, terhitung sejak aplikasi ini dirilis yaitu pada bulan Oktober 2021. Menurut surabaya.go.id (2021) total UMKM di Kota Surabaya berjumlah 60.007. Namun, total UMKM yang sudah terdaftar di aplikasi E-peken hingga tanggal 10 Mei 2023 baru berjumlah 2.589 industri, dengan rincian pelaku industri wanita sebanyak 2.191 orang dan pria sebanyak 395 orang. Jumlah pendaftar tertinggi tercatat pada bulan Desember 2022 yang mencapai 311 UMKM, sedangkan jumlah pendaftar terendah tercatat pada bulan November 2021 atau bulan kedua pasca aplikasi E-peken dirilis, dengan jumlah pendaftar hanya 11 UMKM. Kategori industri olahan rumah tangga yang terdaftar pada aplikasi E-peken meliputi makanan dan minuman (Ma-Min) sebanyak 2.225 industri, busana sebanyak 232 industri, dan kerajinan sebanyak 132 industri (DINKOPDAG, 2023).

Dari uraian di atas, menunjukkan bahwa potensi jumlah UMKM yang bergabung di *e-commerce* E-peken masih sangat tinggi, sehingga penelitian ini berfokus untuk mengetahui niat penggunaan para pelaku UMKM di Kota Surabaya khususnya di wilayah pesisir kota Surabaya

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

untuk mengadopsi aplikasi E-peken sebagai solusi dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini penting dilakukan, mengingat masih adanya “pro-kontra” dari kehadiran aplikasi E-peken, dalam hal ini beberapa pelaku UMKM merasakan keuntungan, namun sebagian lainnya masih belum merasakan hal tersebut, bahkan diantaranya justru merasakan kesulitan

Penelitian ini juga menindaklanjuti penelitian dari Alysia (2021) yang mengkaji pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui E-Peken dalam upaya pemulihan ekonomi kota Surabaya, pada penelitian tersebut ditunjukkan bahwa keberadaan E-Peken masih mengalami kendala dalam penggunaannya. 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

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dirumuskan masalah penelitian yang akan dikaji adalah sebagai berikut : (1) apakah *performance expectancy* berpengaruh pada *behavioral intention* untuk mengadopsi aplikasi E-Peken-; (2). Apakah *effort expectancy* berpengaruh pada *behavioral intention* untuk mengadopsi aplikasi E-Peken; (3) Apakah *social influence* berpengaruh pada *behavioral intention* untuk mengadopsi aplikasi E-Peken; (4) Apakah *facilitating condition* berpengaruh pada *behavioral intention* untuk mengadopsi aplikasi E-peken; (5) Apakah *behavioral intention* berpengaruh pada *use behavior* untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* pada *behavioral intention* para pelaku UMKM wilayah pesisir di Kota Surabaya dalam mengadopsi aplikasi E-Peken. Serta mengetahui pengaruh *behavioral intention* pada *use behavior* para pelaku UMKM di wilayah pesisir Kota Surabaya dalam mengadopsi aplikasi E-Peken.

2. Tinjauan Literatur

Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Behavioral Intention. Performance expectancy ditemukan konsisten secara positif signifikan memengaruhi minat pemanfaatan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). Dengan melihat kegunaan, motivasi, dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan teknologi informasi, maka timbul minat pemanfaatan akan teknologi informasi tersebut oleh pengguna untuk meningkatkan kinerja mereka (Kumala, 2019). Pada sejumlah penelitian terdahulu, performance expectancy terbukti berpengaruh positif pada behavioral intention diantaranya, Performance expectancy terbukti berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan komputer di Arab Saudi (Al-Gahtani et al., 2007). Performance expectancy merupakan salah satu faktor yang memengaruhi adopsi IT (Informasi Teknologi) pada bidang kesehatan di Thailand (Kijsanayotin et al., 2009). Performance expectancy berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan m-commerce di Arab Saudi (Alkhunaizan & Love, 2012). Dalam riset tentang keinginan investor untuk mengadopsi mobile stock trading, ditemukan bahwa performance expectancy terbukti berpengaruh pada behavioral intention untuk penggunaan stock trading (Tai & Ku, 2013). Tingginya behavioral intention di kalangan perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk mengadopsi Gofood dan Grabfood di Kota Surabaya di masa pandemi Covid-19 didasari oleh performance expectancy yang akan diraih apabila menggunakan teknologi jasa pesan antar online tersebut (Agustina,

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

2020). Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Performance expectancy berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-peken.

Pengaruh Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention. Effort expectancy atau harapan akan upaya adalah tingkat upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah teknologi informasi untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Ventakesh et al., 2012). Pada sejumlah penelitian terdahulu, effort expectancy terbukti berpengaruh positif pada behavioral intention diantaranya, effort expectancy secara signifikan berpengaruh pada behavioral intention dalam penggunaan M-Learning (Wang et al., 2009). Kuatnya behavioral intention para perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya untuk mengadopsi Gofood dan Grabfood didasari kemudahan atau effort expectancy dalam penggunaannya (Agustina, 2020). Effort expectancy mempunyai pengaruh signifikan pada behavioral intention untuk menggunakan internet marketing di Korea Selatan (Tan et al., 2013). Dari penjelasan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Effort expectancy berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken.

Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention. Social influence atau dukungan sosial merupakan dukungan dari orang di sekitar individu yang berperan dalam meyakinkan dirinya ketika akan menggunakan teknologi informasi baru (Ventakesh et al., 2012). Banyak studi telah dilakukan untuk menginvestigasi pengaruh atau dukungan sosial (social influence) pada keinginan (behavioral intention) untuk menggunakan teknologi (Kumala, 2019). Social influence secara signifikan berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (behavioral intention) e-commerce di Saudi Arabia (Alkhunaizan & Love, 2012). Dalam perspektif blogging, social influence secara signifikan berpengaruh pada behavioral intention penggunaan blog. Pengguna blog secara sukarela bergabung pada aktivitas blog karena dipengaruhi oleh aktivitas para pengguna blog yang lain (Hsu et al., 2012). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor sosial terhadap pemakai sistem, maka faktor-faktor sosial seperti besarnya dukungan teman sepekerjaan, manajer senior, pimpinan, dan organisasi merupakan faktor penting dalam penerimaan suatu sistem (Kumala, 2019). Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Social influence berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-peken

Pengaruh Facilitating Condition Terhadap Behavioral Intention. Facilitating conditions atau kondisi pendukung adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi informasi (Ventakesh et al., 2012). Pada sejumlah penelitian terdahulu, facilitating condition terbukti berpengaruh pada behavioral intention diantaranya, facilitating condition berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (behavioral intention) m-learning di Thailand (Jairak et al., 2009). Facilitating condition berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (behavioral intention) Exelsa (Experiential E-Learning of Sanata Dharma University) yaitu sebuah situs e-learning milik Universitas

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Sanata Dharma Yogyakarta (Sedana & Wijaya, 2010). Facilitating condition berpengaruh pada keinginan untuk menggunakan (behavioral intention) internet banking di Kuala Lumpur (Foon & Fah, 2011). Dari penjelasan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

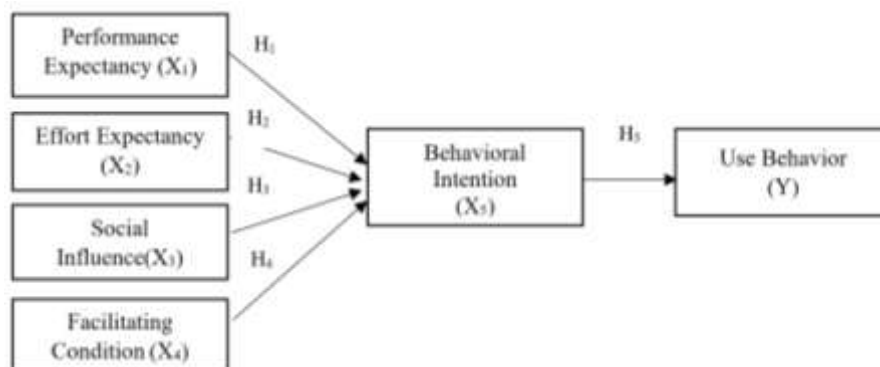
H₄: Facilitating condition berpengaruh positif dan signifikan pada behavioral intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-peken.

Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior. 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. 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, yang disebabkan oleh adanya keyakinan pada seseorang, bahwa menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. (Ventakesh et al., 2012). Terdapat hubungan langsung dan signifikan antara minat pemanfaatan teknologi informasi (behavioral intention) terhadap penggunaan teknologi informasi (use behavior) (Venkatesh et al., 2003). Pada sejumlah penelitian terdahulu, behavioral intention terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada use behavior diantaranya, behavioral intention berpengaruh pada use behavior atau perilaku penggunaan aplikasi transportasi online (studi kasus pada pengguna Go-jek dan Grab di kalangan mahasiswa Telkom University) (Fauzi et al., 2018). Behavioral intention berpengaruh pada use behavior atau perilaku penggunaan perangkat lunak manajemen pembelajaran di Universitas Utara Malaysia (Raman & Don, 2013). Behavioral intention berpengaruh pada use behavior atau perilaku penggunaan sistem e-ticket (studi empiris pada biro perjalanan di Kota Semarang) (Jati & Laksito, 2012). Dari penjelasan diatas, hipotesis yang diajukan adalah:

H₅: Behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan pada use behavior UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken.

Berdasarkan pernyataan 5 hipotesis tersebut, diwujudkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian



Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

3. Metode Penelitian

Masing – masing variabel dalam penelitian ini didukung dengan 4 pertanyaan yang diadopsi dari Venkatesh *et al.*, (2012) dan Agustina (2020). Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dan dilakukan pada periode bulan November tahun 2023 hingga Januari tahun 2024 (3 bulan) di wilayah pesisir kota Surabaya yaitu Kecamatan Bulak yang memiliki 4 kelurahan yaitu kelurahan Kedung Cowek, kelurahan Bulak, kelurahan Kenjeran dan Komplek Kenjeran, serta kelurahan Sukolilo). Data yang diperoleh dari Kecamatan Bulak terkait UMKM yang telah menggunakan aplikasi E – Peken adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Pengguna Aplikasi E-Peken Kecamatan Bulak, Kota Surabaya

		Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023	Jumlah
1	Kelurahan Kedung Cowek	10	43	35	88
2	Kelurahan Bulak	12	45	30	87
3	Kelurahan Kenjeran dan komplek Kenjeran	11	50	24	89
4	Kelurahan Sukolilo	12	30	40	82
	Total				346

Sumber : Data primer Kecamatan Bulak Kota Surabaya (2023)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu sebuah metode *non-random sampling* dimana peneliti memastikan dan menentukan identitas sampel yang cocok dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus yang sedang diteliti (Lenaini, 2021). Teknik ini dipilih karena sampel yang diteliti merupakan pelaku UMKM di wilayah pesisir Kota Surabaya yang minimal telah menggunakan E-peken selama 6 bulan terakhir. Seseorang yang telah menggunakan suatu teknologi atau aplikasi selama minimal setengah tahun (6 bulan), sudah mempunyai pengalaman dan bisa lebih banyak memberikan informasi tentang apa dampak dari penggunaan teknologi/aplikasi tersebut (Raliana *et al.*, 2018).

Untuk mengukur variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Behavioral Intention*, dan *Use Behavior* pelaku UMKM atau responden diminta mengisi kuesioner dengan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (“sangat tidak setuju”) hingga 5 (“sangat setuju”).

Dalam rangka pengujian hipotesis maka digunakan teknik analisis CB-SEM karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis berdasarkan teori-teori terdahulu terkait hubungan antara *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Teknik analisis CB-SEM pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS AMOS versi 24.0.

4. Hasil dan Pembahasan

Responden pada penelitian ini adalah pelaku UMKM di wilayah pesisir Kota Surabaya yang

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

telah menggunakan aplikasi E-peken dalam berjualan dan/atau menawarkan jasanya sejumlah 360 orang. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, usia usaha, jumlah tenaga kerja, lama penggunaan aplikasi E-peken, bidang usaha, dan penggunaan *marketplace* lain dijelaskan pada bagian selanjutnya.

Tabel 2. Profil Responden

Frekuensi (%-ase)			Frekuensi (%-ase)		
Usia	20 – 30 tahun	9 (2,50%)	Pendidikan	SD – SMP	33 (7.20%)
	31 – 40 tahun	45 (12,50%)	Terakhir	SMA	191 (52,90%)
	41 – 50 tahun	138 (38,30%)		Diploma	132 (36,80%)
	51 – 70 tahun	168 (46.70%)		Sarjana	4 (1,1%)
Jenis Kelamin	Laki – laki	40 (11,10%)	Menggunakan	Ya	354 (98%)
	Perempuan	320 (88.90%)	E-Commerce lain selain E-Peken	Tidak	6 (2 %)
Masa Operasional	1 – 5 tahun	159 (44.40%)	Jumlah	1 – 5 orang	353 (98,20%)
Usaha	6 – 10 tahun	94 (26,00%)	Pegawai	6–25 orang	6 (32.72%)
	11 – lebih tahun	15107 (29,60%)		25-50_orang	1 (0,10%)
Lama Penggunaan E-Peken	Dari tahun 2021	153 (42,70%)	Bidang Usaha	Makanan-Minuman	275 (76.20%)
				Handycraft	41 (11.38%)
	Dari tahun 2022	139 (38,50%)		Ritel	44 (12.22%)
	Dari tahun 2023	368 (18,80%)			

Pengujian model struktural dapat dilakukan setelah model pengukuran dinyatakan memenuhi syarat model fit, uji validitas, dan uji reliabilitas. Secara umum, model struktural ini menguji hubungan antar variabel, yaitu bagaimana variabel independen *memengaruhi* variabel dependen atau, dalam model yang lebih kompleks, bagaimana variabel-variabel dependen mempengaruhi variabel-variabel dependen lainnya (Collier, 2020). Hasil pengujian model struktural dapat dilaporkan dalam hubungan antar variabel dapat dinilai dari signifikansi dan nilai t, yang mana untuk tingkat signifikansi 5%, maka nilai probabilitasnya (p) $\leq 0,05$ dan nilai t hitung atau critical ratio $\pm 1,96$ (Hair *et al.*, 2009).

Tabel 3. Uji Model Fit Model Struktural

Indeks Model Fit (Kriteria)	Nilai <i>Cut-off</i>	Hasil	Keterangan
PNFI (<i>Parsimony Fit</i>)	0,60 – 0,90	0,66	<i>Good Fit</i>

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding

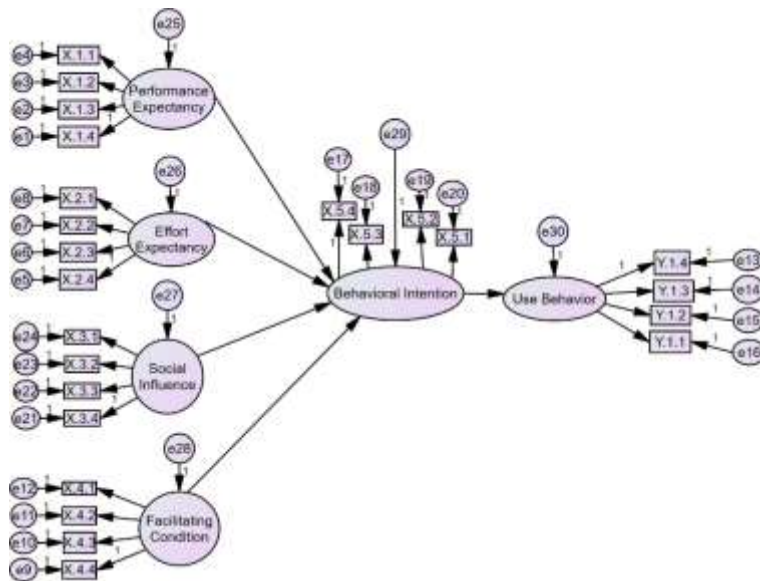


e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

GFI (<i>Absolute Fit Indices</i>)	0,08 – 0,90	0,68	<i>Marginal Fit</i>
PCFI (<i>Parsimony Fit</i>)	>0,6	0,68	<i>Good Fit</i>
CFI (<i>Incremental Fit Indices</i>)	0,08 – 0,90	0,76	<i>Marginal Fit</i>

Berdasarkan hasil pengujian model fit yang ditunjukkan pada Tabel 3 di atas, semua indikator atau indeks model fit memiliki nilai di atas ambang batas yang disyaratkan. *Penggunaan 4 – 5 kriteria goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices*, dan *parsimony fit indices* terwakili (Hair *et al.*, 2010). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural yang digunakan pada penelitian ini telah memenuhi syarat *goodness of fit*, dengan nilai PNFI = 0,66, GFI = 0,68, PCFI = 0,68, dan CFI = 0,76.

Gambar 3. Model Struktural



Setelah model struktural dinyatakan fit, maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hubungan antar variabel yang dilakukan dengan melihat nilai regresi, probabilitas, dan t hitung pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Hubungan Langsung Antar Variabel

Hubungan	<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P</i>	Label	Kesimpulan
X1 → X5	0,275	0,031	8,896	0,001	par_19	Signifikan
X2 → X5	0,116	0,026	4,432	0,001	par_20	Signifikan
X3 → X5	0,118	0,028	4,244	0,001	par_21	Signifikan
X4 → X5	0,376	0,05	7,569	0,001	par_22	Signifikan

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

X5 → Y	1,162	0,121	9,634	0,001	par_23	Signifikan
--------	-------	-------	-------	-------	--------	------------

Keterangan: X1 = Performance Expectancy, X2 = Effort Expectancy, X3 = Social Influence, X4 = Facilitating Condition, X5 = Behavioral Intention, Y = Use Behavior

Data yang tersaji pada tabel 4 di atas menunjukkan hasil pengujian regresi hubungan langsung antar variabel pada penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dilakukan analisis sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dalam hubungan antara performance expectancy dan behavioral intention, dengan nilai regresi = 0,27, $t = 8,89$, $p = 0,001$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi performance expectancy, maka dapat semakin meningkatkan behavioral intention. Dengan demikian, hipotesis 1 diterima. (2) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dalam hubungan antara effort expectancy dan behavioral intention, dengan nilai regresi = 0,11, $t = 4,43$, $p = 0,001$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat effort expectancy, maka dapat semakin meningkatkan behavioral intention. Dengan demikian, hipotesis 2 diterima. (3) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dalam hubungan antara social influence dan behavioral intention, dengan nilai regresi = 0,11, $t = 4,24$, $p = 0,001$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat social influence, maka dapat semakin meningkatkan behavioral intention. Dengan demikian, hipotesis 3 diterima. (4) Terdapat pengaruh positif yang signifikan dalam hubungan antara facilitating condition dan behavioral intention, dengan nilai regresi = 0,37, $t = 7,56$, $p = 0,001$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat facilitating condition, maka dapat semakin meningkatkan behavioral intention. Dengan demikian, hipotesis 4 diterima. (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada hubungan antara behavioral intention dan use behavior dengan nilai regresi = 1,16, $t = 9,63$, $p = 0,001$. Hasil tersebut menunjukkan, semakin tinggi tingkat behavioral intention maka dapat meningkatkan use behavior. Dengan demikian, hipotesis 5 diterima.

Pengaruh Performance Expectancy pada Behavioral Intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 (H1) dapat disimpulkan bahwa performance expectancy terbukti berpengaruh positif pada behavioral intention, maknanya para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken, meyakini bahwa dengan menggunakan aplikasi E-peken dalam berjualan dan/atau menawarkan produk/jasanya kepada konsumen berdampak pada peningkatan pendapatan dan jumlah pelanggan. Hal ini menjadi dasar pelaku UMKM untuk memanfaatkan e-commerce dalam menjalankan usahanya (Piarna & Fathurohman, 2018). Salah satu cara untuk memajukan UMKM adalah dengan memberikan peluang yang luas bagi mereka untuk melakukan inovasi tanpa harus memiliki modal yang besar (Suryadi & Ilyas, 2018). Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diperoleh pada kuesioner variabel performance expectancy, indikator dengan narasi “menggunakan aplikasi E-peken mempermudah pelanggan saya dalam melakukan pembayaran” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dari tiga indikator lainnya. Sedangkan indikator dengan narasi “menggunakan aplikasi E-peken meningkatkan jumlah pelanggan saya” mendapatkan nilai rata-rata terendah dari tiga indikator lainnya. Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin,

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 88,9%, maka nilai rata-rata dari deskripsi jawaban di atas sesuai dengan sifat perempuan yang cenderung berfokus pada kemudahan, sedangkan laki-laki lebih berfokus pada manfaat dan daya hasil dari penggunaan sebuah e-commerce (Indriani, 2016). Sehingga para pelaku UMKM yang didominasi oleh perempuan lebih berfokus pada tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pelanggannya, dibandingkan dengan peningkatan jumlah pelanggan sebagai daya hasil dari penggunaan E-Pekan. Hasil yang didapat pada penelitian ini memperkuat hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, bahwa suatu sistem atau teknologi akan digunakan, jika pengguna memiliki minat untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut (Purnamaningsih et al., 2019; Venkatesh et al., 2012). Variabel *performance expectancy* memegang peranan penting pada proses penerimaan teknologi (Ericiska et al., 2022; Venkatesh et al., 2003). Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang telah percaya sebuah teknologi dapat membantu pekerjaannya, maka ia akan cenderung menggunakan teknologi tersebut dalam waktu yang lebih lama (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh & Davis, 2000).

Pengaruh *Effort Expectancy* pada *Behavioral Intention* UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Pekan. *Effort expectancy* terbukti berpengaruh positif pada *behavioral intention*, maknanya para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Pekan. yang telah tergabung di E-pekan merasakan kemudahan dalam memanfaatkan dan mengoperasikan aplikasi E-pekan guna mengurangi upaya (tenaga dan waktu) saat berjualan dan/atau menawarkan jasanya ke konsumen. Kemudahan yang dirasakan yaitu dalam hal adanya instruksi manual aplikasi yang mudah dimengerti, aplikasi yang mudah dijalankan, serta kemudahan dalam mengakses fitur aplikasi E-pekan dari gawai mereka. Niat untuk menggunakan teknologi dapat timbul, apabila teknologi tersebut menjanjikan kemudahan bagi penggunaannya (Purnamaningsih et al., 2019; Venkatesh et al., 2012). Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diperoleh pada kuesioner variabel *effort expectancy*, indikator dengan narasi “fitur pada aplikasi E-pekan dapat diakses dengan gawai yang saya miliki” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dari tiga indikator lainnya. Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden yang 98% berjualan/menawarkan jasanya di marketplace selain E-pekan, maka nilai rata-rata dari indikator di atas sesuai dengan pengalaman para pelaku UMKM dalam memanfaatkan/menjalankan fitur aplikasi e-commerce dengan gawai mereka, sehingga mereka merasa sudah terbiasa dan gawai yang mereka miliki sudah kompatibel untuk menjalankan fitur pada e-commerce. Kebiasaan merupakan konstruk perseptual yang mencerminkan hasil dari pengalaman yang telah lalu. Sehingga, orang yang terbiasa dan sering menggunakan suatu teknologi tertentu, akan memiliki kemampuan/sarana untuk menjalankan teknologi serupa (Venkatesh et al., 2012). Sedangkan indikator dengan narasi “mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan fitur pada aplikasi E-pekan” mendapatkan nilai rata-rata terendah dari tiga pernyataan lainnya. Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan usia yang mayoritas merupakan generasi baby boomer dan generasi X sebesar 46,7%, maka nilai rata-rata dari indikator di atas sesuai dengan sifat generasi Baby Boomers yang dianggap konservatif dalam mengadopsi suatu teknologi baru (Badowska et al., 2015). Maka, perlu adanya upaya yang lebih ekstra untuk

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

melakukan sosialisasi dan edukasi bagi generasi baby boomer dalam menggunakan teknologi baru, agar mereka bisa terampil dalam menggunakan fitur pada aplikasi E-peken. Hal itu perlu didukung dengan adanya pemahaman dari perilaku generasi baby boomer, baik terkait tingkat penerimaan ataupun eksplorasi dari hambatan yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi baru (Nugraheni et al., 2022). Hasil yang didapat pada penelitian ini memperkuat hasil dari penelitian terdahulu, bahwa effort expectancy berpengaruh positif pada behavioral intention (Venkatesh et al., 2003). Effort expectancy memiliki kekuatan untuk memprediksi keberhasilan penerimaan teknologi (Ericiska et al., 2022; Venkatesh et al., 2003). Ketika sebuah teknologi baru dirasa mudah digunakan, maka rasa ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut pastinya akan meningkat, bahkan ketika mereka tidak familiar sebelumnya (Hamid et al., 2016; Indrawati et al., 2017).

Pengaruh Social Influence pada Behavioral Intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 (H3) dapat disimpulkan bahwa social influence berpengaruh positif pada behavioral intention, maknanya para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. yang telah tergabung di E-peken merasa didukung oleh asosiasi, keluarga, pemerintah, dan juga konsumen untuk mengadopsi aplikasi E-peken sebagai media berjualan dan/atau menawarkan jasanya ke konsumen. Minat pelaku UMKM dalam mengadopsi suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh variabel social influence (Meuthia et al., 2020). Hal ini dapat terjadi apabila seseorang melihat bahwa lingkungan sekitarnya mulai menggunakan suatu teknologi, maka seseorang tersebut juga akan cenderung ikut menggunakannya (Pulungan & Karmini, 2023). Sesuai dengan temuan, bahwa semua UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. yang sudah terdaftar di E-peken, tergabung dalam satu grup WhatsApp paguyuban yang dikoordinir oleh Kepala Seksi Kesejahteraan di tiap kecamatan. Adanya grup WhatsApp tersebut juga mendorong tingginya pengaruh positif variabel social influence pada variabel behavioral intention, karena mereka dapat saling bertukar informasi dan mengajak sesama pelaku UMKM untuk aktif menggunakan E-peken. Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diperoleh pada kuesioner variabel social influence, indikator dengan narasi “pemerintah kota mendukung saya untuk terbiasa menggunakan aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dari tiga indikator lainnya. Sedangkan, indikator dengan narasi “konsumen/pembeli menghimbau saya untuk menggunakan aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata terendah dari tiga indikator lainnya. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM akan lebih tergerak niatnya untuk menggunakan aplikasi E-peken apabila pemerintah yang memberikan dukungan. Adapun dukungan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya kepada para pelaku UMKM yang terdaftar di E-peken, antara lain pelatihan penggunaan E-peken, fasilitas pemasaran, serta berbagai program pendampingan yang diperlukan untuk peningkatan kapasitas usahanya (Agustina & Suwardianto, 2023). Hasil yang didapat pada penelitian ini memperkuat hasil dari penelitian terdahulu, bahwa social influence berpengaruh positif pada behavioral intention (Alkhunaizan & Love, 2012; Venkatesh et al., 2003). Penggunaan teknologi seringkali dapat meningkatkan image seseorang dalam lingkungan sosialnya, sehingga memotivasi seseorang

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

untuk menggunakan sebuah teknologi baru (Hall & Mansfield, 1975). Selain itu, penggunaan teknologi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, dapat menjaga hubungan sosial yang telah terjalin (Marino et al., 2020).

Pengaruh Facilitating Condition pada Behavioral Intention UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4 (H4) dapat disimpulkan bahwa facilitating condition berpengaruh positif pada behavioral intention, maknanya para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. yang telah tergabung di E-Peken merasa terfasilitasi dengan baik untuk mengadopsi aplikasi E-Peken sebagai media berjualan dan/atau menawarkan jasanya ke konsumen. Hal ini membuktikan bahwa pelaku UMKM sadar akan pentingnya fasilitas pendukung untuk mengoperasikan e-commerce, seperti gawai maupun internet guna memanfaatkan e-commerce dalam kinerjanya (Piarna & Fathurohman, 2018). Facilitating condition terdiri dari sumber daya perangkat lunak, perangkat keras, dukungan teknis, dan pengetahuan teknologi informasi. Sesuai dengan temuan, bahwa rata-rata semua UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. yang sudah terdaftar di E-peken, memiliki gawai dengan spesifikasi yang cukup untuk menjalankan aplikasi E-peken. Fasilitas internet yang mereka peroleh juga dianggap sudah memadai. Serta pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya, khususnya Dinas Koperasi dan Perdagangan semakin membuat mereka dapat memaksimalkan penggunaan fitur pada aplikasi E-Peken. Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diperoleh pada kuesioner variabel facilitating condition, indikator dengan narasi “fasilitas pembayaran melalui alternatif lain (debit, QRIS, transfer, dll) dapat diandalkan untuk mendukung pesanan pada aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dari tiga indikator lainnya. Hal ini dikarenakan fasilitas pembayaran tersebut dinilai lebih praktis, baik bagi penjual/penyedia jasa maupun bagi konsumen. Kemudahan bertransaksi menggunakan layanan pembayaran digital memudahkan konsumen dan pelaku usaha untuk bertransaksi dengan cepat (Napitupulu et al., 2017). Sedangkan indikator dengan narasi “saya mendapatkan fasilitas internet yang memadai untuk menjalankan fitur pada aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata terendah dari tiga indikator lainnya. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM yang menggunakan E-peken menginginkan akses internet yang lebih cepat, agar kecepatan saat menjalankan fitur pada aplikasi E-peken bisa lebih optimal. Apabila volume dan variasi data yang masuk sangat bervariasi, maka kecepatan akses internet menjadi hal yang paling dibutuhkan dan seharusnya menjadi perhatian utama dalam jaringan bisnis e-commerce (Palinggi & Limbongan, 2020). Hasil yang didapat pada penelitian ini memperkuat hasil dari penelitian terdahulu, bahwa facilitating condition berpengaruh positif pada behavioral intention (Jairak et al., 2009; Venkatesh et al., 2012). Ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan adopsi suatu teknologi, seperti pengetahuan, gawai yang mendukung, internet dengan kecepatan yang layak, dsb memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan seseorang pada suatu teknologi (Madan & Yadav, 2016). Tingkat penerimaan suatu adopsi teknologi dapat ditingkatkan dengan memfasilitasi pengguna agar mudah dalam memperoleh informasi dan memberikan pengetahuan yang diperlukan terkait teknologi tersebut (Khan et al., 2017).

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Pengaruh Behavioral Intention pada Use Behavior UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 5 (H5) dapat disimpulkan bahwa behavioral intention berpengaruh positif pada use behavior, maknanya para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. yang telah tergabung di E-peken memiliki kesiapan untuk terus menggunakan aplikasi E-peken sebagai media berjualan dan/atau menawarkan jasanya ke konsumen, dengan menunjukkan minatnya dalam melakukan adopsi E- peken. Niat perilaku/behavioral intention diukur melalui indikator intensi atau minat menggunakan di kemudian hari. Hal ini dapat timbul karena para pelaku UMKM memiliki minat yang tinggi, sehingga frekuensi/intensitas pemakaiannya tinggi pula. Secara logis, tingginya minat para pelaku UMKM setelah mengadopsi E-peken akan memengaruhi intensitasnya. Terlebih, mereka telah merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi E-peken dan berencana untuk memaksimalkan penggunaan fiturnya, serta berniat untuk meningkatkan keterampilan dan menabung agar memiliki sumberdaya yang diperlukan guna mengoptimalkan penggunaan fitur pada aplikasi E- peken. Manfaat, waktu, serta biaya akan menjadi faktor pendorong adopsi pada suatu teknologi (Hew et al., 2015). Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diperoleh pada kuesioner variabel behavioral intention, indikator dengan narasi “saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dari tiga indikator lainnya. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM telah mendapat pengetahuan terkait cara penggunaan dan fitur, serta merasakan manfaat dari aplikasi E-peken. Pengetahuan tentang suatu teknologi baru, termasuk cara penggunaannya, serta fitur yang menguntungkan, adalah isu penting yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan ataupun tidak menggunakan teknologi baru (Kwateng et al., 2018). Sedangkan indikator dengan narasi “saya berniat untuk menabung agar memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan fitur pada aplikasi E-peken” mendapatkan nilai rata-rata terendah dari tiga indikator lainnya. Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jumlah investasi yang 95% dibawah 100 juta Rupiah, maka dapat dikategorikan bahwa mayoritas pelaku UMKM pengguna E-peken tergolong pada usaha mikro dan kecil (Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008). Dengan terbatasnya jumlah investasi yang dimiliki, maka sangat wajar apabila mereka memiliki kekhawatiran dari sisi biaya untuk mengoptimalkan penggunaan fitur pada aplikasi E-peken, dan akan lebih memprioritaskan tabungan yang mereka miliki untuk mengembangkan produk yang mereka jual. Adanya kekhawatiran dari sisi biaya, adalah hal yang sangat wajar terjadi pada pelaku usaha yang berskala kecil (Agustina, 2020). Hasil yang didapat pada penelitian ini memperkuat hasil dari penelitian terdahulu, bahwa behavioral intention berpengaruh positif pada use behavior (Ali et al., 2019; Venkatesh et al., 2003). Selain niat, perilaku menjadi prediktor penggunaan (use behavior), kontrol perilaku yang dirasakan juga menjadi determinan langsung dari penggunaan yang signifikan diatas niat (Venkatesh et al., 2003). Niat salah satunya disebabkan dari faktor emosional yaitu niat yang mempunyai hubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktivitas yang telah dilakukan, maka akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat niat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan niat terhadap hal tersebut (Crow & Crow, 1989).

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan setelah melalui berbagai proses pengumpulan literatur serta analisis data, didapatkan kesimpulan penelitian sebagai berikut: (1) *Performance expectancy* terbukti berpengaruh secara positif untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Hal tersebut menunjukkan bahwa para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasa dengan menggunakan aplikasi E-peken akan dapat meningkatkan performa penjualan mereka. Sehingga jika *performance expectancy* tinggi, maka niat untuk terus menggunakan aplikasi E-peken juga tinggi. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *effort expectancy* dengan *behavioral intention* para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Hal tersebut menunjukkan bahwa para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasakan kemudahan dan tidak perlu usaha keras untuk mempelajari penggunaan aplikasi E-peken. Sehingga jika *effort expectancy* tinggi maka niat untuk terus menggunakan aplikasi E-peken juga tinggi. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *social influence* dengan *behavioral intention* para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Hal tersebut menunjukkan bahwa para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasa saran dari orang-orang yang penting baginya akan membuatnya tetap menggunakan aplikasi E-peken. Sehingga jika *social influence* tinggi, maka niat untuk terus menggunakan aplikasi E-peken juga tinggi. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *facilitating condition* dengan *behavioral intention* para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Hal tersebut menunjukkan bahwa para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasa infrastruktur teknis yang ada di sekitar mereka telah mampu menjalankan aplikasi E-peken dengan baik. Sehingga jika *facilitating condition* tinggi, maka niat untuk terus menggunakan aplikasi E-peken juga tinggi. (5) rdatap pengaruh positif dan signifikan antara *behavioral intention* dengan *use behavior* para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. untuk mengadopsi aplikasi E-peken. Hal tersebut menunjukkan bahwa para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasa siap untuk terus menggunakan aplikasi E-peken. Sehingga jika *behavioral intention* tinggi, maka intensitas penggunaan aplikasi E-peken juga tinggi.

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan melalui berbagai proses analisis data, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut: (1) Penelitian ini mereduksi model UTAUT dengan menghilangkan seluruh variabel moderator, dengan tujuan untuk menyederhanakan model. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat melibatkan seluruh variabel moderasi dari UTAUT. (2) Penelitian ini melibatkan pelaku UMKM sebagai subjek. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan konsumen sebagai subjek. (3) Bagi Pemerintah Kota Surabaya, khususnya dinas terkait, yaitu Dinas Koperasi dan Perdagangan, hendaknya untuk: (a) Aktif melakukan sosialisasi dan ajakan bagi seluruh masyarakat, khususnya warga Kota Surabaya untuk

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

mendukung dan memajukan ekonomi di Kota Surabaya dengan berbelanja produk-produk UMKM melalui aplikasi E-peken. Sehingga jumlah pelanggan dan transaksi di aplikasi E-peken dapat terus meningkat, dengan begitu E-peken akan berkembang dan pelaku UMKM akan semakin banyak yang tertarik untuk menggunakan. Apabila *performance expectancy* yang dalam hal ini para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi E-peken dalam berjualan dan/atau menawarkan produk/jasanya akan meningkatkan jumlah pelanggan, maka mereka akan berniat untuk menggunakan aplikasi E-peken (*behavioral intention*). (b) Memperbanyak pelatihan dan pendampingan yang lebih intens bagi para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken., khususnya dalam hal penggunaan fitur pada aplikasi E-peken, mengingat mayoritas para pengguna aplikasi E-peken adalah generasi *baby boomer* yang perlu pendampingan ekstra dalam hal adopsi teknologi. Sehingga mereka semakin terampil dan merasa mudah saat mengoperasikan aplikasi tersebut. Apabila *effort expectancy* yang dalam hal ini para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. percaya bahwa menggunakan aplikasi E-peken merupakan hal yang mudah, maka mereka akan berniat untuk menggunakan aplikasi E-peken (*behavioral intention*). (c) Bersinergi dengan Dinas Komunikasi dan Informatika, serta penyedia layanan internet untuk meningkatkan kecepatan dan meratakan jangkauan internet, sehingga para pelaku UMKM semakin mudah dalam memperoleh fasilitas internet yang memadai untuk menjalankan fitur pada aplikasi E-peken. Apabila *facilitating condition* yang dalam hal ini para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. merasa bahwa fasilitas layanan internet sudah memadai untuk menjalankan fitur pada aplikasi E-peken, maka mereka akan berniat untuk menggunakan aplikasi E-peken (*behavioral intention*). (d) Terus menjaga intensitas UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. dalam menggunakan aplikasi E-peken. Salah satu caranya adalah dengan menambahkan fitur “wawasan” dan “ringkasan” berupa statistik atau persentase mengenai jenis barang/jasa yang terlaris pada tiap bulan. Dengan demikian, para pelaku UMKM diharapkan juga dapat melakukan riset pasar menggunakan aplikasi E-peken. Apabila para UMKM Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Surabaya untuk mengadopsi aplikasi E-Peken. dapat merasakan fitur-fitur tambahan seperti “wawasan” dan “ringkasan” maka mereka akan sekaligus dapat melakukan riset pasar menggunakan aplikasi E-peken, sehingga seterusnya mereka akan selalu menggunakan aplikasi E-peken (*use behavior*).

Referensi

- Agustina, T. S. (2020). Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), 137–161. <https://doi.org/10.21632/perwira.3.2.137-161>
- Agustina, T. S., & Suwardianto, R. A. (2023). Antecedent Perilaku Beralih Pelaku MUKM Pengguna Infrastruktur Pemasaran Digital E-PEKEN. *Journal of Infrastructure Policy and Management*, 6(2), 129–139.
- Al-Gahtani, S. S., Hubona, G. S., & Wang, J. (2007). Information technology (IT) in Saudi Arabia:

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Culture and the acceptance and use of IT. *Information & Management*, 44(8), 681–691.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2007.09.002>

Ali, U., Mehmood, A., Majeed, M. F., Muhammad, S., Khan, M. K., Song, H., & Malik, K. M. (2019). Innovative Citizen's Services through Public Cloud in Pakistan: User's Privacy Concerns and Impacts on Adoption. *Mobile Networks and Applications*, 24(1), 47–68. <https://doi.org/10.1007/s11036-018-1132-x>

Alkhunaizan, A., & Love, S. (2012). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised UTAUT model. *International Journal of Management and Marketing Academy*, 2, 82–99.

Alysia, V. (2021). Kajian Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui E-Peken dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 10–18.
<https://doi.org/10.55606/jebaku.v1i2.117>

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>

Badowska, S., Zamojska, A., & Rogala, A. (2015). Baby Boomers' Attitudes toward Innovations: Empirical Research in Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 1050–1056.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.524>

Collier, J. (2020). *Applied Structural Equation Modeling using AMOS: Basic to Advanced Techniques* (1st ed.). Routledge.

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (V. Knight, J. Young, K. Koscielak, B. Bauhaus, M. Markanich, & A. Hutchinson (eds.); 4th ed.). SAGE Publications, Inc.

Crow, L. D., & Crow, A. (1989). *Psikologi Pendidikan* (A. R. Abror (ed.)). Nur Cahaya.

DINKOPDAG. (2023). *Rekapitulasi Data E-peken*.

Dpm-ptsp.surabaya.go.id. (2021). *Pemkot Surabaya Resmi launching Aplikasi PEKEN Surabaya, Permudah Pemasaran Toko Kelontong Dan UMKM*. <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/detailpost/pemkot-surabaya-resmi-launching-aplikasi-peken-surabaya-permudah-pemasaran-toko-kelontong-dan-umkm>

Ericska, R. A., Nelloh, L. A. M., & Pratama, S. (2022). Purchase intention and behavioural use of freemium mobile games during Covid-19 outbreak in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 197(January), 403–409. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.156>

Fauzi, A., Widodo, T., & Djatmiko, T. (2018). PENGARUH BEHAVIORAL INTENTION TERHADAP USE BEHAVIOR PADA PENGGUNAAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-JEK DAN GRAB DI KALANGAN MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1790. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

ed.). Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.

Hall, D. T., & Mansfield, R. (1975). Relationships of age and seniority with career variables of engineers and scientists. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 201–210. <https://doi.org/10.1037/h0076549>

Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35, 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)

Hew, J. J., Lee, V. H., Ooi, K. B., & Wei, J. (2015). What catalyses mobile apps usage intention: An empirical analysis. *Industrial Management and Data Systems*, 115(7), 1269–1291. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2015-0028>

Hsu, C. L., Chang, K. C., & Chen, M. C. (2012). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: Perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information Systems and E-Business Management*, 10(4), 549–570. <https://doi.org/10.1007/s10257-011-0181-5>

Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi* (N. F. Atif (ed.); 1st ed.). Refika Aditama.

Indriani, M. (2016). Adopsi e-Commerce dalam Rumah Tangga antara Laki-laki dan Perempuan di Kota Yogyakarta. *Jurnal IPTEK-KOM*, 18(2), 113–124.

Jairak, K., Praneetpolgrang, P., & Mekhabunchakij, K. (2009). An acceptance of mobile learning for higher education students in Thailand. *International Journal of the Computer, the Internet, and Management*, 17. http://ijcim.th.org/SpecialEditions/v17nSP3/36_Full_Kallaya_Jairak_Online.pdf

Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(2), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

Jawapos.com. (2023). *Ada UMKM di Aplikasi E-Peken Surabaya Sepi Pembeli sejak April 2022*. <https://www.jawapos.com/surabaya/08/03/2023/ada-umkm-di-aplikasi-e-peken-surabaya-sepi-pembeli-sejak-april-2022>

Khan, I. U., Hameed, Z., & Khan, S. U. (2017). Understanding online banking adoption in a developing country: UTAUT2 with cultural moderators. *Journal of Global Information Management*, 25(1), 43–65. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>

Kijisanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. M. (2009). Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers: Applying the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 78(6), 404–416. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.12.005>

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

- Kumala, S. (2019). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE DAN EXPERIENCES TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA GAME MOBILE PLAYER UNKNOWN'S BATTLEGROUNDS (PUBG). *AGORA*, 7(2).
- Kurniawan, A. W., & Wibowo, A. M. (2015). Makna bisnis online bagi pengusaha muda. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(2), 28–36. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/download/489/507>
- Kurniawan, T., & Damayanti, T. W. (2019). Perbedaan Persepsi Generasi X & Y Atas E-Filing. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 6(1), 112–125. <https://doi.org/10.35838/jrap.2019.006.01.11>
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Liputan6.com. (2022). *Transaksi E-Commerce Pemkot Surabaya e-Peken Capai Rp35 Miliar hingga Akhir Tahun*. <https://www.liputan6.com/surabaya/read/5164707/transaksi-e-commerce-pemkot-surabaya-e-peken-capai-rp35-miliar-hingga-akhir-tahun>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8, 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Marino, C., Gini, G., Angelini, F., Vieno, A., & Spada, M. M. (2020). Social norms and e-motions in problematic social media use among adolescents. *Addictive Behaviors Reports*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100250>
- Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>
- Napitupulu, S. K., Rubini, A. F., Khasanah, K., & Rachmawati, A. D. (2017). Perlindungan Konsumen Pada Fintech: Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. In *Departemen Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan*. Departemen Perlindungan Konsumen OJK. www.ojk.go.id
- Nugraheni, A. I. P., Pancawati, N., & Yuda, N. P. (2022). Hambatan Generasi Baby Boomers dalam Mengadopsi Dompot Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 417–421. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.1162>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E- Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi*

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

(SEMNASRISTEK), 225–232. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v4i1.2543>

Pulungan, M. K. A., & Karmini, N. L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Dompot Digital Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 12(2), 118–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EEP.2023.v12.i02.p03>

Purnamaningsih, Erhan, T. P., & Rizkalla, N. (2019). BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS APPLICATION-BASED SHORT-DISTANCE DELIVERY SERVICES ADOPTION IN INDONESIA. *Review of Behavioral Aspect in Organizations & Society*, 77–86.

Raliana, W. O., Bahtiar, & Supiyah, R. (2018). Dampak Penggunaan Facebook Terhadap Perilaku Remaja (Studi di Desa Sampuabalo Kecamatan Siotapina Kabupaten Buton). *Neo Societal*, 3(2), 510–517. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model. *International Education Studies*, 6(7), 157–164. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n7p157>

Roosa, M. (2022). *Pedagang Masih Kesulitan Login di Aplikasi e-Peken Milik Pemkot Surabaya*. www.suarasurabaya.net.

<https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/pedagang-masih-kesulitan-login-di-aplikasi-e-peken-milik-pemkot-surabaya/>

Sedana, I. G. N., & Wijaya, S. W. (2010). UTAUT model for understanding learning management system. *Internetworking Indonesia Journal*, 2, 27–32.

Setiawan, D. (2022). *Berkat e-Peken, Omzet Toko Kelontong Milik Yasin Capai Puluhan Juta per Bulan*. <https://www.harianbhirawa.co.id/berkat-e-peken-omzet-toko-kelontong-milik-yasin-capai-puluhan-juta-per-bulan/>

Supriyanto, A. S., & Machfudz, M. (2010). *Metodelogi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. UIN Maliki Press.

surabaya.go.id.(2021). *UMKMSURABAYA CAPAI 60 RIBU LEBIH, INI INTERVENSI PEMKOT SURABAYA*. <https://www.surabaya.go.id/id/berita/60749/umkm-surabaya-capai-60-ribu-lebih-ini-intervensi-pemkot-surabaya>

Suryadi, D. F., & Ilyas, M. I. F. (2018). Adopsi Online Food Delivery Services bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus pada Big Bananas). In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* (pp. 75–80).

Thong, I. (1999). Intergrated model of information system adoption in small business. *Journal Of Management Information Systems*, 15, 187–214.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information*

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Systems, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & 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>

Wang, Y. S., Wu, M. C., & Wang, H. Y. (2009). Investigating the determinants and age and gender differences in the acceptance of mobile learning. *British Journal of Educational Technology*, 40(1), 92–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00809.x>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)