

ANALISIS FAKTOR BERDASARKAN TAM TERHADAP PERILAKU ADOPTASI TEKNOLOGI APLIKASI ETANEE BAGI PARA PEDAGANG BAHAN MAKANAN ORGANIK DI PASAR TRADISIONAL DESA CIPANAS

Cindy Hermawan¹ , Dr. Maylanny Christin, SS., M.Si²

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu No. 1 Bandung, Jawa Barat 40257

Email : cindyh@students.telkomuniversity.ac.id¹ , Maylannychristin@gmail.com²

ABSTRAK

Dengan berkembangnya internet, manusia kini memasuki era 4.0. Internet sangat lazim digunakan dalam berbagai sektor termasuk penjualan. Untuk menjaga keberadaan pasar tradisional, dan kesejahteraan para pedagang. Di bawah nanungan PT. Solusi Pangan Perwiratama, aplikasi etanee diciptakan untuk memudahkan baik penjual dan pembeli untuk bertransaksi di pasar tradisional. Pasar Cipanas menjadi tempat diluncurkannya aplikasi tersebut. dan membuatnya menjadi pasar tradisional berbasis digital pertama di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan tujuan (1) Menjelaskan pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use* (2) Menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *behaviour intention of use*. Data diambil menggunakan survey yang disebarkan kepada 54 pedagang pengguna aplikasi etanee di Pasar Cipanas. Dengan menggunakan analisis jalur, hasil dari penelitian ini membantu untuk menjelaskan adopsi aplikasi berdasarkan teori TAM.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model*, Analisis Jalur, etanee

ABSTRACT

With the development of the internet, humans are now entering the 4.0 era. The internet is very commonly used in various sectors including sales. To maintain the existence of traditional markets, and the welfare of traders. Under the nanungan of PT. Perwiratama Food Solutions, etanee application was created to make it easier for both sellers and buyers to transact in traditional markets. Cipanas Market is the place to launch the application. and make it the first digital-based traditional market in Indonesia. This study uses Technolgy Acceptance Model (TAM) with the aim of (1) Explaining the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on behavior intention to use (2) Explaining the factors that can influence the perceived ease of use, perceived usefulness, and behavior intention of use. Data was collected using a survey distributed to 54 traders using the etanee application in Cipanas Market. By using path analysis, the results of this study help to explain the adoption of applications based on TAM theory.

Keywords: Technology Acceptance Model, Path Analysis, etanee

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi telah terjadi diberbagai sektor, tak terkecuali di bidang pertanian. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani,oleh karena itu Indonesia disebut sebagai negara agraris. Saat ini, pertanian Indonesia didominasi oleh para petani tua yang berusia lebih dari 45 tahun.

Di era revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini, menggunakan sistem digital dalam pertanian merupakan suatu inovasi yang solutif dan sesuai dengan perkembangan jaman dimana semakin banyak orang menggunakan internet. Modernisasi berlangsung dengan sangat cepat. Semua aspek kehidupan manusia telah berubah. Semua itu disebabkan oleh teknologi yang terus berinovasi mengikuti kebutuhan manusia . Teknologi dan manusia saat ini sudah seperti satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Untuk menggunakan teknologi tersebut perlu adanya akses internet. Berdasarkan bulletin APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) edisi 40 tahun 2019 , pengguna internet di

Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 pengguna internet Indonesia mencapai 88 juta orang. Namun survey APJII pada 2016 menyebutkan adanya kenaikan jumlah pengguna menjadi 132,7 juta orang. Lalu tahun 2017 jumlahnya meningkat lagi menjadi 143,26 juta. Hingga tahun 2018 angka tersebut terus meningkat mencapai 171,17 juta pengguna. (Sumber : <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019.pdf> diakses 27 Januari 2020 pukul 11.48 WIB)

Sistem digital ini akan mempermudah petani untuk mengurus hasil tani dan juga kegiatan ekonominya. Namun hal tersebut dapat terhambat apabila para petani tidak melek teknologi dan tidak bisa menggunakan *smartphone*. Setiap tahunnya jumlah pengguna internet Indonesia terus bertambah, namun data yang ditunjukkan bps masih menunjukkan jumlah dari para petani Indonesia yang sangat sedikit dalam menggunakan internet. Usia yang sudah relatif tua dan desa yang jauh dari sentuhan teknologi dapat menjadi penyebabnya.

Ada 13.450 pasar tradisional di Indonesia dan ada 12,6 juta pedagang kecil (Kompas 2006). Menurut hasil studi yang dilakukan A.C. Nielsen, pasar modern tumbuh hingga 31.4 % per tahunnya di Indonesia dan pasar tradisional menyusut 8% setiap tahunnya. (Smeru, 2007). Keberadaan pasar modern yang banyak bermunculan, merupakan ancaman bagi pasar tradisional. (Sumber : <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/6028> 20 September 2019. 14.03 WIB).

Tujuan dari aplikasi ini adalah membantu menyejahterakan petani dan pedagang pasar dengan cara membuat akses berjualan mereka menjadi lebih luas. Setelah peneliti datang ke pasar tradisional Cipanas dan mencari Informasi tentang pedagang yang memakai aplikasi etanee, peneliti menemukan bahwa para pedagang bahan makanan organik di Pasar Tradisional Cipanas sebagian besar tidak menggunakan aplikasi etanee dan akun-akun etanee yang sudah terlanjur dibuat kebanyakan adalah akun pasif atau tidak

digunakan sama sekali. Jumlah akun pasif yang terdaftar di aplikasi etanee sebanyak 114 akun. Tidak maksimalnya etanee di pasar tradisional Cipanas dikarenakan aplikasi tersebut kurang dikomunikasikan dengan baik dan pola pikir para pedagang yang masih tradisional. Sosialisasi yang dilakukan tidak menyeluruh dan tidak menjangkau seluruh para pedagang sayur dan daging di pasar tersebut sehingga mereka kurang memahami manfaat yang sebenarnya dari aplikasi tersebut. Dengan sedikitnya jumlah pedagang yang pernah memakai aplikasi etanee menandakan kegagalan aplikasi tersebut menjangkau masyarakat di pasar Cipanas.

Kemunculan start up – start up seperti etanee merupakan inovasi yang sebenarnya diperlukan oleh para pelaku pertanian dan pedagang di pasar tradisional. Namun karena masih rendahnya literasi digital masyarakat membuat inovasi tersebut sulit untuk diterapkan dan pada akhirnya justru membuat start up-start up tersebut merugi karena *effort* yang dikeluarkan tidak sebanding dengan hasil yang didapat. Perlu adanya dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia agar program-program seperti etanee dapat berjalan dengan baik dan dapat mensejahterakan masyarakat.

Melalui uraian yang sudah disampaikan, peneliti akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi etanee di Pasar Tradisional Cipanas. Maka dari itu peneliti memutuskan melakukan kegiatan penelitian “Analisis Faktor Berdasarkan *Tam* Terhadap Perilaku Adopsi Teknologi Aplikasi Etanee Bagi Para Pedagang Bahan Makanan Organik Di Pasar Tradisional Desa Cipanas”

Teori difusi inovasi cocok diterapkan dalam konteks komunikasi pembangunan. Komunikasi pembangunan adalah penyampaian gagasan, dan kegiatan teknik atau cara yang berasal dari pihak pelaksana yang ditujukan kepada masyarakat. (Harun dan Ardianto, 2011). Dan tujuan dari komunikasi pembangunan sendiri adalah menyejahterakan masyarakat. Difusi inovasi berarti mengkomunikasikan inovasi kepada masyarakat yang dipandang subjektif. Rogers dalam (Suciati, 2017). Sehingga dengan adanya kegiatan sosialisasi etanee di Pasar Tradisional Cipanas, hal tersebut merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengubah pola perilaku para pedagang bahan

makanan organik di sana yang bertujuan untuk memudahkan dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Sosialisasi yang tidak berjalan dengan baik membuat para pedagang masuk ke dalam kategori orang yang ketinggalan atau kelompok yang masih tradisional. Karena masih banyak orang yang skeptis dan berpikiran kolot. Rogers dalam (Suciati,2011:92).

Dapat dikatakan bahwa aplikasi etanee tidak berjalan dengan baik di Pasar Cipanas sehingga peneliti kemudian menggunakan (*Technology Acceptance Model*) TAM sebagai dasar teori Karena TAM memiliki kemampuan untuk mencari jawaban kenapa sebuah teknologi gagal diterapkan karena minat pemakai yang kurang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Difusi Inovasi

Teori difusi Informasi diterapkan dalam konteks komunikasi pembangunan di negara-negara berkembang. Menurut Rogers dalam (Suciati,2017:89) difusi Informasi adalah Informasi tentang ide baru yang dikomunikasikan secara sosial dan dipandang secara subjektif. Proses difusi dimaknai sebagai jenis komunikasi khusus dalam menyebarkan inovasi. Karakteristik-karakteristik inovasi yang mempengaruhi tingkat adopsi antara lain : Manfaat relative, kesesuaian, kerumitan, kemampuan untuk mencoba, dan kemampuan dapat dilihat.

Difusi inovasi sangat tepat untuk konteks komunikasi pembangunan dimana tujuan dari komunikasi pembangunan adalah memajukan pembangunan. Pembangunan berarti merubah pola perilaku masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup. (Harun dan Ardianto,2011:33). Sosialisasi yang dilakukan memiliki tujuan untuk memudahkan dan menyajahterakan para pedagang dengan menggunakan aplikasi etanee. Agar sosialisasi tersebut berhasil perlu dilakukan komunikasi yang baik. Komunikasi sangat penting untuk ditekankan dalam penelitian difusi inovasi karena untuk memasuki komunitas-komunitas lokal diperlukan saluran penting yaitu komunikasi yang divisualisasikan dalam bentuk gagasan. Penemuan dalam sistem tertutup seperti desa akan mengarah kepada perubahan sikap, perilaku dan pengetahuan. (Rogers dalam Harun dan Ardianto,2011:126).

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Untuk melihat sejauh mana sebuah teknologi telah diterima oleh masyarakat, maka peneliti menggunakan TAM. Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) adalah model penerimaan suatu teknologi Informasi yang dipakai oleh pengguna. TAM dikembangkan oleh Davis et al (1989) berdasarkan modelNTRA. Model TRA diterapkan karena individu membuat keputusan untuk menerima suatu teknologi sistem Informasi secara sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. TAM beragumen bahwa penerimaan sistem teknologi Informasi secara individual dibentuk oleh dua konstruk yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) (Jogiyanto,2007:111-112).

Model penerimaan teknologi/ *technology acceptance model* memiliki lima konstruk, yaitu sebagai berikut (Jogiyanto, 2007:113) : Kegunaan Persepsian (*perceived usefulness*) Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*), Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), Minat perilaku (*behavioral intention*), Perilaku (*behavior*)

TAM mampu menjelaskan mengapa suatu teknologi gagal karena minat seseorang untuk memakai tidak ada. Penelitian ini dan menjelaskan mengapa suatu teknik, cara dan gagasan yang dari pihak pembangun tidak berjalan dengan baik pada masyarakat sasarnya dan mencoba memahami mengenai penerimaan para pedagang bahan makanan organik terhadap suatu teknologi dalam konteks komunikasi pembangunan, agar dapat meningkatkan kinerja dan merubah perilaku sehingga kualitas hidup lebih baik. Penelitian ini berasumsi bahwa ada variabel-variabel yang mempengaruhi dan berperan dalam penerimaan atau penolakan suatu teknologi. .

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian menggunakan metode kuantitatif. Menurut Kriyantono (2006:55) riset kuantitatif adalah riset menjelaskan fenomena yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Peneliti mengutamakan keluasan data hingga hasil riset mewakili

seluruh populasi. Penelitian menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data yang diinginkan dari responden, kemudian data tersebut diolah menggunakan statistik.

3.2 Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Variabel X (*Independent Variable*)

Dalam sebuah riset kuantitatif memiliki variabel. Variabel menurut Mayer dalam (Kriyantono,2007:20) adalah sebuah konsep tingkat bawah yang patokan-patokannya bisa relative mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah untuk digolongkan dan diukur. Suatu fenomena atau peristiwa yang dapat diukur dalam proses riset merupakan variabel

3.2.2 Variabel Y (*Dependent Variable*)

Variabel ini merupakan variabel yang menjadi akibat dan atau dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Darmawan, 2013:109). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Behaviour Intention to Use*.

3.3 Skala Pengukuran

Skala yang dipakai untuk penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sutrisno Hadi (1991:19), skala likert mempunyai ukuran skala berjumlah lima tingkat respon mengenai kesetujuan responden pada suatu pernyataan. Modifikasi likert bertujuan untuk menghilangkan kekurangan oleh lima tingkat skala, dengan meniadakan kategori jawaban di tengah.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sumber data bagi suatu penelitian, memiliki jumlahnya banyak dan juga luas disebut populasi(Darmawan, 2013:137). Pemilihan responden atau sumber data

dari populasi yang tidak terlalu banyak sering dilakukan dalam penelitian untuk mewakili populasi. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang bahan makanan organik di Pasar Tradisional Cipanas.

3.4.2 Sampel

Masalah, tujuan hipotesis, metode dan instrument merupakan pertimbangan dasar untuk menentukan sampel (Darmawan, 2013:138). Populasi dari penelitian ini adalah para pedagang bahan makanan organik di Pasar Tradisional Cipanas. Dimana jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 114 pedagang. Mengingat besarnya jumlah populasi sehingga ukuran sampel minimum digunakan rumus Slovin dan diperoleh hasil sebesar 53.271. Namun dengan mempertimbangkan kemungkinan jumlah kuesioner yang tidak sah, maka peneliti meningkatkan jumlah sampel menjadi 54 kuesioner. Penetapan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*, yaitu setiap elemen populasi diberikan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian (Darmawan,2013:144).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Menurut Suliyanto(2005:6) data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam hal ini data berupa tanggapan dari para pedagang bahan makanan organik di Pasar Tradisional Cipanas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi aplikasi etanee. Menurut Suliyanto(2005:6) data sekunder adalah data yang didapat dalam bentuk yang sudah jadi dan dikumpulkan dari pihak lain. Biasanya didapat dalam bentuk publikasi. Dalam hal ini peneliti mengambil data dari jurnal dan buku.

3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan diketahui menggunakan uji validitas. Setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Selanjutnya akan dihitung

menggunakan SPSS (*Statistical Packed For Social Science*) versi 25.0. Jika hasil r hitung dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = 30-2 = 28$ dengan sig 5% maka, $r_{tabel} = 0.361$ Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid

3.6.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang bersangkutan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun sebagai kuesioner. Uji reabilitas bisa dilakukan bersamaan pada semua butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.90 maka reliable sempurna, jika Alpha $0.70 - 0.90$ dikatakan reliable tinggi. Jika Alpha diantara $0.50 - 0.70$ dikatakan reliable moderat. Jika Alpha < 0.50 , maka dinyatakan reliable rendah. (Siregar,2013:55)

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan statistik deskriptif. Menurut Siregar (2013:100), analisis deskriptif merupakan analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel, analisis ini digunakan dengan pengujian deskriptif. Hasil dari analisisnya apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis H diterima maka hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

3.7.2 Path Analysis

Dalam penelitian ini digunakan *path analysis*. Menurut Riduan dan Kuncoro(2010:2) tujuannya adalah untuk mengukur besarnya variabel langsung atau tidak langsung dan juga variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen). Suliyanto(2005:184) dalam *path analysis* kita harus terlebih dahulu membuat diagram jalur yang pada dasarnya merupakan gambaran dari hipotesis yang akan dicaritahu.

3.7.3 Uji Model Fit

Uji model fit atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan sebuah model yang sebelumnya telah disusun.

3.7.4 Uji Mediasi

Efek tidak langsung diperkirakan secara statistik sebagai produk dari efek langsung, baik yang terstandarisasi atau tidak standar.(Kline,20110). Baron dan Kenny (1986) menggambarkan beberapa uji statistik yang dapat dihitung sendiri untuk efek tidak langsung yang tidak standar dengan satu mediator. Untuk mengetahui besar nilai pengaruh tidak langsung maka perlu dicari nilai z sobel nya. Jika $z \text{ sobel} > 1.96$ maka pengaruhnya signifikan.

3.7.5 Pengujian Hipotesis

Untuk melakukan pengujian hipotesis selanjutnya kita harus mengetahui signifikansi analisis jalur, kita perlu membandingkan nilai probabilitas 0.05 dengan nilai probabilitas sig dengan dasar sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig atau $[0.05 \leq \text{Sig}]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,artinya tidak signifikan (Riduan dan Kuncoro,2017:118)
2. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig atau $[0.05 \geq \text{Sig}]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima,artinya signifikan. signifikan (Riduan dan Kuncoro,2017:118)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *software* IBM Amos 24 , maka hasil uji model fit dinyatakan model tidak fit karena diperoleh hasil chi-square hitung lebih besar daripada chisquare tabel, RMSEA = 0.161 yang berarti lebih dari 0.1 (tidak baik), GFI = 0.552 yang berarti kurang dari 0.90 (tidak baik), AGFI = 0.456 yang berarti kurang dari 0.90 (tidak baik), CFI = 0.620 yang berarti kurang dari 0.90 (tidak baik), TLI = 0.570 yang berarti kurang dari 0.90 (tidak baik).

Untuk mengetahui hasil hipotesis langsung maka yang dibutuhkan adalah hasil koefisien jalur dan p-value.Hasil perhitungan koefisien jalur *Complexity* terhadap *Perceived Ease of Use* adalah $- 0.060$ yang berarti pengaruhnya negatif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikan hipotesis pengaruh langsung adalah 0.636 yang berarti

lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *complexity* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Ease of Use* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *relative advantage* terhadap *Perceived Ease of Use* adalah -0.219 yang berarti pengaruhnya negatif dan hasil perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis pengaruh langsung adalah 0.435 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *relative advantage* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Ease of Use* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *Compatibility* terhadap *Perceived Ease of Use* adalah 0.730 yang berarti berpengaruh positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.003 yang berarti kurang dari 0.05 maka dapat dinyatakan *complexity* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* signifikan.

Perhitungan koefisien jalur untuk *Complexity* terhadap *Perceived Usefulness* adalah 0.103 yang berarti berpengaruh positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung *Complexity* terhadap *Perceived Usefulness* adalah 0.571 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *complexity* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur untuk *Relative advantage* terhadap *Perceived Usefulness* adalah 0.150 yang berarti positif dan hasil perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.713 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *relative advantage* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *Compatibility* terhadap *Perceived Usefulness* adalah 0.297 yang berarti pengaruhnya positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.454 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *compatibility* berpengaruh negative terhadap *Perceived Usefulness* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* adalah 0.403 yang berarti pengaruhnya positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.144 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan jalur *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* tidak signifikan.,

Perhitungan koefisien jalur *Voluntariness* terhadap *Behaviour Intention to use* adalah -0.511 yang berarti pengaruhnya negatif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.030 yang berarti kurang dari 0.05 maka dapat dinyatakan *voluntariness* berpengaruh negatif terhadap *Behaviour Intention to use* tidak signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *Perceived Usefulness* terhadap *Behaviour Intention to use* adalah 0.364 yang berarti pengaruhnya positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung adalah 0.011 yang berarti kurang dari 0.05 maka dapat dinyatakan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavior intention to use* \ signifikan.

Perhitungan koefisien jalur *perceived ease of use* terhadap *Behaviour Intention to use* adalah 0.255 yang berarti pengaruhnya positif dan perhitungan p-value untuk mengukur tingkat signifikansi hipotesis langsung 0.202 yang berarti lebih dari 0.05 maka dapat dinyatakan *voluntariness* berpengaruh positif terhadap *behavior intention to use* tidak signifikan.

Untuk mengetahui hasil hipotesis tidak langsung maka diperlukan hasil zsober. Peneliti menggunakan aplikasi online yaitu <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm> untuk menghitung zsober. Hasil zsober *Complexity* → *Perceived Usefulness* → *Behaviour Intention to use* adalah 0.55535203 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Hasil z Sobel *Complexity* → *Perceived Ease of Use* → *Behaviour Intention to use* adalah -0.44300615 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Hasil z Sobel *Relative advantage* → *Perceived Usefulness* → *Behaviour Intention to use* adalah 0.36474702 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Hasil z Sobel *Relative advantage* → *Perceived Ease of Use* → *Behaviour Intention to use* adalah -0.66496851 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Hasil z Sobel *Compatibility* → *Perceived Usefulness* → *Behaviour Intention to use* adalah 0.71775386 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Hasil z Sobel *Compatibility* → *Perceived Ease of Use* → *Behaviour Intention to use* adalah 1.16996137 yang berarti kurang dari 1.96. Maka dapat dinyatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Berdasarkan hasil perhitungan *path analysis* variabel *complexity*, variabel *relative advantage*, dan variabel *compatibility* terhadap *perceived ease of use*, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0.548 atau sama dengan 54.8%. Yang berarti variabel *complexity* (X1), *relative advantage* (X2), dan variabel *compatibility* (X3), bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *perceived ease of use* (Z1). Sedangkan sisanya (100%-54.8% = 45.2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil perhitungan *path analysis* variabel *complexity*, variabel *relative advantage*, dan variabel *compatibility* terhadap *perceived usefulness*, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0.383 atau sama dengan 38.3%. Yang berarti variabel *complexity* (X1), *relative advantage* (X2), dan variabel *compatibility* (X3), bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *perceived usefulness* (Z2). Sedangkan sisanya (100%-38.3% = 61.7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil perhitungan *path analysis* variabel *voluntariness*, variabel *perceived usefulness*, dan variabel *perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use*, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0.517 atau sama dengan 51.7%. Yang berarti variabel *voluntariness* (X4), *perceived ease of use* (Z2), dan variabel *perceived usefulness* (Z1), bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *behavior intention to use* (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 51.7\% = 48.3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengukur enam faktor yang mempengaruhi pedagang menggunakan aplikasi etanee. Aplikasi etanee merupakan salah satu layanan pesan antar makanan segar, di mana TAM dapat berfungsi sebagai kerangka yang meyakinkan untuk menjelaskan penerimaan pengguna aplikasi etanee. Berdasarkan analisis yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut :

1. *Complexity* terhadap *perceived ease of use* memiliki pengaruh negative tidak signifikan. Hal ini berarti kerumitan dalam menggunakan aplikasi tidak membuat para pedagang merasakan kemudahan dari penggunaan aplikasi tersebut.
2. *Relative advantage* terhadap *perceived ease of use* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan. Hal ini berarti manfaat dari aplikasi tidak membuat para pedagang merasakan kemudahan dari penggunaan aplikasi tersebut.
3. *Compatibility* terhadap *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini berarti semakin sesuai aplikasi dengan kebutuhan , semakin membuat para pedagang merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut.
4. *Complexity* terhadap *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti kerumitan suatu aplikasi , membuat pedagang merasakan kegunaan aplikasi tersebut.
5. *Relative advantage* terhadap *perceived usefulness* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti kemanfaatan suatu aplikasi berpengaruh terhadap kegunaan aplikasi tersebut bagi para pedagang walau efeknya tidak signifikan.

6. *Compatibility* terhadap *perceived usefulness* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti kesesuaian aplikasi terhadap aktifitas para pedagang, pedagang merasakan kegunaan aplikasi tersebut walau efeknya tidak signifikan.
7. *Perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* berpengaruh positif tidak signifikan . Hal ini berarti kemudahan aplikasi etanee , membuat para pedagang merasakan kegunaan dari aplikasi tersebut namun efeknya tidak signifikan.
8. *Voluntariness* terhadap *behavior intention to use* berpengaruh negative dan tidak signifikan. Hal ini berarti kesukarelaan pedagang dalam menggunakan aplikasi etanee tidak membuat pedagang menggunakan aplikasi tersebut.
9. *Perceived usefulness* terhadap *behavior intention to use* berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini berarti semakin berguna aplikasi etanee bagi aktifitas mereka semakin pedagang menggunakan aplikasi tersebut.
10. *Perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal itu berarti kemudahan aplikasi etanee saat digunakan membuat pedagang menggunakan aplikasi tersebut walau efeknya tidak signifikan.
11. *Complexity* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived usefulness* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan.
12. *Complexity* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived ease of use* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan
13. *Relative advantage* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived usefulness* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan
14. *Relative advantage* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived ease of use* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti

kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan

15. *Compatibility* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived usefulness* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan
16. *Compatibility* berpengaruh terhadap *behavior intention to use* melalui *perceived ease of use* memiliki pengaruh tidak langsung dan efeknya tidak signifikan. Hal tersebut berarti kerumitan aplikasi etanee mempengaruhi perilaku penggunaan karena aplikasi tersebut berguna bagi para pedagang. Namun efeknya tidak signifikan

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah, bagi para pelaku pasar akan lebih baik jika dilakukan sosialisasi yang lebih merata mengenai penggunaan aplikasi pertanian tersebut atau dilakukan pelatihan . Karena masing-masing variabel memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan, namun efeknya tidak signifikan. Dengan sosialisasi yang lebih merata dan pelatihan, manfaat dari aplikasi etanee dapat lebih dirasakan efeknya oleh para pedagang.

5.2.2 Saran Akademik

Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan lebih banyak variabel-variabel yang dapat disertakan dalam metode TAM agar penelitian dapat dilihat dari berbagai sisi sehingga memperoleh hasil yang lebih luas dan kedepannya dapat membantu etanee untuk memperoleh Informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ghozali, I dan Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Metodologi research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kline, R. B. (2011). *Principles And Practice Of Structural Equation Modeling*. Third Edition. New York Guilford Press.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Riduan dan Kuncoro, E.A.(2017). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.Bandung : Alfabeta
- Setiawan, I.A dan Ritonga,F. (2011). *Analisis Jalur (Path Analysis) Dengan Menggunakan Progam AMOS*.Tangerang : Suluh Media
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif*.Yogyakarta : Buku Litera Yogyakarta
- Suliyanto.(2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

Skripsi dan Jurnal

- Aliede, J.E.2015. *Challenges and Prospects of Information and Communication Technologies Application Among Mass Communication Students of Tertiary Institutions in Lagos, Nigeria*. Nigeria :

<https://pdfs.semanticscholar.org/8402/c9da4eb9add338fabfe1895202bd7e5fc4eb.pdf>

diakses 18 Januari 2020 pukul 16.00 WIB

Aulia, Refila. 2018. Pengaruh Tam Pada Intention To Use Internet Banking Perbankan Syariah Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Mahasiswa Pelaku Usaha Di Kota Malang. Malang : etheses.uin-malang.ac.id diakses pada 11 Januari 2020 pukul 16.05 WIB

Bistolen, A.S. 2018. Analisis Persepsi Penerimaan Teknologi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Terhadap Penggunaan SIMDA (Studi Kasus di Seluruh SKPD Seluruh Kulon Progo). Kulon Progo : http://repository.usd.ac.id/31601/2/142114139_full.pdf diakses 11 Januari 2020 pukul 14.15 WIB

Darpito, S.H. 2015. Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Pembelian *Furniture* Dan *Handycrat* Produk Ukm Melalui Media *Online* Di Yogyakarta. Yogyakarta : <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1454> diakses 14 Desember 2019 pukul 09.20 WIB

Gunawan, J dan Gunawan, F.E.2019. Factors That Influence Employees' Intention to Use Enterprise Social Media as Knowledge Sharing Media. Indonesia : https://www.researchgate.net/publication/337423307_Factors_That_Influence_Employees'_Intention_to_Use_Enterprise_Social_Media_as_Knowledge_Sharing_Media diakses 9 Januari 2020 pukul 14.28 WIB

Han Tan, G.W; Siah, M.W; Ooi, K.B; Hew, T.S; Loong Chong, A.Y.2015. *The adoption of PDA for future healthcare system: an emerging market perspective*. Malaysia : https://www.researchgate.net/publication/280745008_The_adoption_of_PDA_for_future_healthcare_system_An_emerging_market_perspective diakses 18 Januari 2020 pukul 15.00 WIB

Hendrani,E dan Tanamal, R. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Uber Sebagai Penyedia Jasa Transportasi Di Surabaya. Surabaya :

<http://jurnal.informatika.petra.ac.id/index.php/inf/article/view/20537> diakses 28 Desember 2019 pukul 13.38 WIB

Herawati, Ratna.2015. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi Pada Jasa Reservasi Transportasi Berbasis Aplikasi Smartphone Studi Kasus : Pt Gojek Indonesia.Jakarta : <http://lib.ui.ac.id> diakses 11 Januari 2020 pukul 15.15 WIB

Heryanta, J. 2013. Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap *Actual Use* Pengguna GO-JEK Indonesia dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Innovation Diffusion Theory*. Surabaya : <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/6271> diakses 9 Januari 2020 pukul 15.30 WIB

Karim, M.A. 2018. Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek. Yogyakarta : <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/5402> diakses 11 Januari 2020 puku; 16.28 WIB

Marlina, Erlin . 2018. Implementasi *Technology Acceptance Model* Dalam Aktivitas Berbelanja Online Melalui Situs Lazada.Co.Id. Pekanbaru : <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/20109> diakses 10 Desember 2019 pukul 11.23 WIB

Olmsted, S.C : Rim, H dan Zerba, A. 2013. *Mobile News Adoption among Young Adults:Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, dan Media Usage*. USA : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1077699012468742> diakses 18 Januari 2020 pukul 11.05 WIB

Putra, Dede.2016. Analisis Penerimaan Aplikasi *Ubersocial* Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau. Pekanbaru : <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/10523> diakses 10 Desember 2019 pukul 13.25 WIB

Rahnavard,B ; Khani, K.M; Farhanghi, A dan Davoudi, A.H.M2017. Designing a Model of Acceptance New Media Technologies (Media Convergence Emphasi). Iran : https://www.researchgate.net/publication/335375600_Designing_a_Model_of_Acceptance_New_Media_Technologies_Media_Convergence_Emphasis diakses 18 Januari 2020 pukul 14.00 WIB

Ratnasari, Dini.2018 Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Menggunakan Teknologi Perpustakaan Digital (Studi Terhadap Penggunaan Aplikasi Perpustakaan Digital. Jakarta : <http://dispusip.jakarta.go.id/dispusip/wpcontent/uploads/2019/08/Studi-Tentang-Ijakarta.pdf> diakses 10 Desember 2019 pukul 11.38 WIB

Website

AF, (2018, 31 Januari). Berhasil di Cipanas, Digitalisasi Pasar Tradisional Perlu Diperluas. Dikutip 20 Januari 2020 dari Agrifood.com : <https://agrifood.id/berhasil-di-cipanas-digitalisasi-pasar-tradisional-perlu-diperluas/>

Arradian, Danang. (2017, 20 Juni). Ciptakan Sharing Economy Di Industri Pangan. Dikutip 20 Januari 2020 dari Koransindo.com : http://koran-sindo.com/page/news/2017-06-20/4/1/Ciptakan_Sharing_Economy_Di_Industri_Pangan

Damayanti,Imas.(2019, 20 Juni).Cara Start-up Tani Jaga Stabilitas Ayam. Dikutip 20 September 2019 dari Republika.co.id : <https://republika.co.id/berita/ptnhu6383/ekonomi/pertanian/19/06/20/pte65p383-cara-startup-tani-jaga-stabilitas-harga-ayam>

Etaneeid. (2019, 2 September). Logo etanee. Dikutip 9 september 2019 dari @etaneeid : <https://www.instagram.com/p/B158la7gHcR/?igshid=1rvvhxrm5bpt4>

Idris, Muhammad. (2017, 22 Mei). Mayoritas Petani RI Berusia 45-54 Tahun dan Tamatan SD. Dikutip 12 September 2019 dari detikfinance : <https://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/d-3508228/mayoritas-petani-ri-berusia-45-54-tahun-dan-tamatan-sd>

Kabarpangan.(2018, 21 Januari). Bersama Etanee, 2.600 Pedagang Siap Implementasi Digitalisasi Pasar Tradisional.Dikutip 9 September 2019 dari Kabarpangan : <https://kabarpangan.com/bersama-etanee-2-600-pedagang-siap-implementasi-digitalisasi-pasar-tradisional/>

Kurniawan, Sigit.(2017, 20 Februari).Memahami Marketing 4.0 dalam Konteks Ekonomi Digital. Dikutip 12 September 2019 dari Marketeers : <http://marketeers.com/mengenal-marketing-4-0-dalam-konteks-ekonomi-digital>

Rahayu, Eva Martha.(2017, 15 Juni).E-commerce Etanee Fokus pada Produk Pangan dan Pertanian. Dikutip 9 September 2019 dari SWA : <https://swa.co.id/swa/trends/e-commerce-etanee-fokus-pada-produk-pangan-dan-pertanian>

Publikasi Lembaga

Badan Pusat Statistik.2018. Hasil Survei Pertanian Antar Sensus Sutas 2018. Jakarta : <https://www.bps.go.id/publication/2019/01/02/c7cb1c0a1db444e2cc726708/hasil-survei-pertanian-antar-sensus--sutas--2018.html> diakses 3 Februari 2020 11.03 WIB

Tim APJII . Buletin Apjii Edisi 40 (2019 Mei) . Jakarta : <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019.pdf> diakses 27 Januari 2020 WIB

Poesoro, Adi. 2007. Pasar Tradisional di Era Persaingan Global Traditional Markets in the Era of Global Competition. Jakarta : <https://www.smeru.or.id/sites/default/files/publication/news22.pdf> diakses 20 September 2019. 14.03 WIB