

PEMODELAN *COLLECTIVE TRUST* TERHADAP TEKNOLOGI *E-WALLET* BAGI PEKERJA *STREET FOOD OUTLET*

Nofias Fajri¹

¹Politeknik ATI Makassar

fiasfajri@atim.ac.id¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi 4.0 telah masuk lebih jauh ke dalam kehidupan sehari-hari, trust pada teknologi 4.0 ini menjadi masalah kritis. *Street Food Outlet* menjadi sebuah masalah yang kompleks yang mendi permasalahan diberbagai negara. Banyak faktor seperti teknologi, organisasi dan human factor yang mempengaruhi proses bisnis. Teknologi dan hubungan antar manusia sudah menjadi suatu gambaran dalam pengaturan industri, didalam aplikasi, interaksi manusia dan teknologi yang menjadi nilai kritis dalam semua peformansi suatu sistem. Teknologi digital yang berbasis internet adalah salah satu pengadopsian teknologi di era 4.0. Trust menjadi faktor utama dalam kesuksesan pengadopsian teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menciptakan model yang valid dan reliabel yang dapat merepresentasikan *collective trust* pekerja *street food outlet*. SEM PLS digunakan untuk membangun model. Hipotesis awal digunakan dalam 20 item skala *collective trust*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Juli 2021 dengan 200 responden (pekerja *street food outlet* mitra usaha Go-Pay). Konstruksi struktur model menggunakan PLS SEM dengan bantuan perangkat lunak Wrap PLS. Hasil analisis model diperoleh bahwa Variabel *environmental trust* (ET) mempengaruhi secara signifikan terhadap *collective trust* (CL) dengan nilai koefisien jalur 0,75 dan diikuti oleh variabel *organizational trust* 0,21.

Kata kunci: *Collective trust, technology trust, human factor, cognitive ergonomomy, e-wallet.*

ABSTRACT

As technology 4.0 penetrate futher into the everyday environments, trust in these technology 4.0 has become a critical issue. Street food outlets have a complex problem that shape the economic landscape of many countries. Many factors such as technology, organization and human factors are involved in this business process. Technology and human cooperation has opened the new realm industry in the real-world settings, in such applications, human and technology interaction plays a critical role in the overall system performance. Digital technology with internet based is one of technology adoptions in 4.0 era. Trust is the main factor that makes successful technology adoption. The perpose of this research was to create a valid and reliable model that could *collective trust* of street food outlet workers. SEM PLS was used to construct the model. The hypotesis subsumed the development of 20 items *collective trust* scale. This research was conducted in March-July 2021 with 200 participants who worked in street food outlets which have used Go-Pay system. The construction of the model structure used PLS SEM with Wrap PLS software. The environmental trust (ET) variable influences *collective trust* (CL) significantly with the path coeficient value of 0.75 and followed by the organizational trust variable of 0.21.

Keywords: *Collective trust, technology trust, human factor, cognitive ergonomomy, e-wallet.*

PENDAHULUAN

Perkembangan *smart computer* dan kecerdasan buatan sudah mewarnai revolusi industri secara eksponensial. Revolusi industri 4.0 muncul merubah rantai kerja mekanik menjadi serba digital. Indonesia sepenuhnya berada dalam industri 4.0 disadari saat isu ojek *online* dan konvensional muncul kepermukaan. Penyebaran teknologi 4.0 yang masif karena memiliki konektivitas dan jaringan yang luas, mengurangi biaya komunikasi, biaya transaksi yang rendah, interaktif, fleksibel, mudah serta memiliki kemampuan dalam mendistribusikan pengetahuan yang cepat [1]. Pertumbuhan pelanggan generasi milenial

diikuti dengan kemajuan perangkat mobile yang cepat mendorong semua sistem menjadi serba *online*. Penggunaan teknologi 4.0 di Indonesia sudah masuk hampir keseluruhan pelosok wilayah, yang menyebabkan distrupsi pada bebarbagai lini kehidupan. Salah satu pemanfaatan teknologi 4.0 yang fenomenal di Indonesia berkembang pada bidang transportasi dan kuliner. Aplikasi digital Indonesia yang paling menguasai pasar adalah Go-Jek. Pertumbuhan aplikasi tersebut dari awalnya hanya aplikasi transportasi hingga berkembang dengan berbagai layanan unggulan, sehingga meningkatkan mitra Go-Jek tumbuh 346,2% pada awal 2018 [3]. Berbagai sektor informal menjadi mitra Go-Jek seperti *driver*, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), pedagang kaki lima, gerai swalayan, apotek dan lain-lain. Penerapan teknologi informasi yang baik merubah wajah bisnis makanan dan minuman yang ada di tanah air, selain menawarkan kemudahan Go-Jek menawarkan suatu aplikasi Go-Pay sebagai layanan *e-wallet*.

Perkembangan teknologi dan konsumen milenial yang sangat pesat, menuntut semua bisnis harus mengadopsi penggunaan teknologi 4.0 dalam bisnis mereka. Sektor ekonomi informal merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang paling produktif di Indonesia. Pada tahun 2018 persentase masyarakat bekerja pada sektor ekonomi informal sebesar 58,33% [2]. Beberapa kegiatan sektor ekonomi informal adalah (pedagang kaki lima, pemulung, bisnis UMKM dan lain-lain). Kemajuan sektor ekonomi informal akan memberikan dampak yang cukup besar pada perekonomian Indonesia, sehingga kesejahteraan dan industrialisasi sektor ekonomi informal menjadi hal penting. Go-Jek mengenalkan Go-Pay pada pedagang kecil atau retail dengan sistem pembayaran dompet digital sejak tahun 2017. Munculnya sistem Go-Pay memberikan kemudahan untuk melakukan *managing cash* bagi pedagang kecil. Berdasarkan data survey Go-Jek tahun 2018 didapatkan bahwa sekitar 60% pengguna Go-Pay adalah dalam transaksi makanan. Karakteristik dalam penggunaan Go-Pay bagi layanan makanan khususnya pedagang kecil mengalami *peak* transaksi pada *lunch* dan *dinner peak*, dimana hal ini merupakan suatu keunikan dibandingkan dengan transaksi produk lainnya seperti *Go-Medicine* yang cenderung stabil [9].

Strategisnya sektor ekonomi informal dan kompetisi yang ketat dengan perusahaan besar membuat sektor ekonomi informal menjadi tidak strategis. Perkembangan teknologi mendorong majunya sektor ekonomi informal, sehingga dibutuhkan suatu kepercayaan (*trust*) terhadap penerimaan teknologi tersebut. Komponen penting dalam penggunaan teknologi digital adalah bagaimana pelaku dan semua orang yang terlibat pada sektor ekonomi informal khususnya makanan dan minuman memiliki *trust* yang baik pada suatu sistem digital. *Trust* menjadi lebih penting untuk kesuksesan strategi bisnis perusahaan dalam melanjutkan, mempersiapkan diri untuk berkompetisi dalam perubahan global. *Trust* adalah elemen pusat dalam mendesain budaya yang ada di perusahaan dan dipertimbangkan untuk pondasi dari performa yang tinggi karena *trust* dapat secara signifikan meningkatkan *outcome* bisnis [6]. Salah satu komponen dalam kesuksesan penggunaan sistem digital adalah seberapa orang-orang percaya pada sistem untuk berkerja secara efektif. Seperti *trust* dapat mempengaruhi seberapa banyak orang menerima dan mengandalkan pada peningkatan sistem teknologi digital. *Trust* menjalankan sebuah aturan dalam mempengaruhi strategi-strategi operator menghadapi penggunaan otomatisasi dan teknologi [4]. *Trust* merupakan salah satu faktor yang dapat dimodelkan secara matematis dengan pendekatan *ergonomic cognitive* melalui beberapa model. Model kepercayaan terhadap pengguna internet lain dilakukan terhadap penggunaan online banking. Penelitian yang dilakukan di India ini melihat bagaimana *trust* pengguna *online banking* dari kalangan, mahasiswa, pegawai swasta, ibu rumah tangga dan profesional. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada 510 pengguna internet. Analisis yang digunakan adalah analisis LISREL. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa *shared value* dan *communication* memiliki pengaruh yang positif terhadap *trust*. Sedangkan *opportunistic behavior* memiliki pengaruh negatif terhadap *trust* [7]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan sebuah model yang valid dan *reliable* untuk pemodelan kepercayaan secara collective pada teknologi 4.0. Selain itu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan secara collective pada adopsi teknologi 4.0 bagi pelaku *street food outlet*. Kuesioner diberikan kepada para pekerja di *street food outlet* yang memiliki pekerja lebih dari dua orang dan mengaplikasikan sistem pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*. Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability* sampling dengan 200 sampel. *Model Collective trust* dibangun dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) PLS dengan bantuan *Wrap PLS 6.0 student version*. Model dibangun dengan beberapa indikator individual *trust*, *organizational trust* dan *environmental trust*. Kuesioner penelitian dibagi menjadi dua bagian yang pertama mengenai demografis dari responden, yang kedua mengenai indikator-indikator yang berhubungan dengan konstruk, dimana responden memberikan pendapat dengan menggunakan skala likert dari 1 yang berarti sangat tidak setuju dan 5 yang berarti sangat setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil dari literatur maka diadopsi dan diimplementasikan untuk membangun model dari *collective trust* pada aplikasi teknologi 4.0 oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Seperti *individual trust*, *organizational trust*, *culture*, *environmental trust* sebagai *second order* yang dibentuk oleh operasional variabel. Operasional variable pada model *collective trust* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasional variabel (*research construct*)

Konstrak	Indikator
Organizational Trust	Communication
	Leadership
Culture	Power Distance
	Individualism vs Collectivism
	Uncertainty Avoidance
	Masculinity vs Femininity
	Long Term vs Short Term Iruentation
Environmental Trust	Work Load

Tabel 1. menggambarkan setiap indikator yang mempengaruhi konstruk-konstruk yang terbentuk pada model di *second order*. Data dari 200 responden di analisa dengan wrap PLS 6.0 karena Wrap PLS mampu menganalisa dengan baik data dari setiap konstruk yang banyak. Hasil dari Analisa tersebut adalah sebagai berikut:

Data Demografi dari Sampel

Sampel terdiri dari 30% laki-laki dan 70% wanita, kebanyakan responden (66,5%) berada pada usia produktif 15-24 tahun dan 91% pendidikan tertinggi adalah SMA. Hasil dari demografi sampel dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik demografi dari sampel

	Demografi	Frekuensi	Persentasi
Jenis Kelamin	Laki-laki	60	30%
	Perempuan	140	70%
Usia	15-24	133	66,5%
	25-38	65	32,5%
	39-58	2	1,00%
Pendidikan	SMP	14	7,00%
	SMA	182	91%
	S1	4	2,0%
Interaksi dengan Internet	Sering	189	94,5%
	Sangat Sering	11	5,50%
Suku	Jawa	182	91%
	Timor	1	0,5%
	Madura	1	0,5%
	Sunda	10	5,0%
	Melayu	2	1,0%
	Tinghoa	4	2,0%

Validitas Konstrak Model

Sebelum dilakukan Analisa model setiap indikator dari variable yang telah dibuat dilakukan uji validitas dan reabilitas. Validitas konvergen dilakukan untuk memastikan hubungan antara indikator dan konstrak dari setiap variabel laten dari model. Validitas konvergen juga menggambarkan refleksi dari indikator-indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara skor komponen dan skor estimasi melalui program PLS. nilai validitas konvergen <0.5 menyatakan bahwa indikator tersebut

tidak valid dan harus dieliminasi dari model. Nilai dari validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai *outer loading* dari *collective trust* re-estimasi model

Variabel Laten	Kode	Outer Loading
Comunication	CO1	-0,850
	CO2	0,786
	CO3	0,875
Leadership	LE1	0,914
	LE2	0,600
	LE3	0,157
Power Distance	PD1	0,420
	PD2	0,785
	PD3	0,878
Individual vc Collectivism	IC1	0,881
	IC2	0,950
Uncertainty Avoidance	UA1	0,854
	UA2	0,903
Masculinity vs Feminimity	MF1	0,885
	MF2	0,733
Long trem vs Short threm orientation	LS1	0,792
	LS2	0,940
Workload	WL1	0,625
	WL2	0,606

Berdasarkan hasil wrap PLS didapatkan bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variable memiliki loading factor lebih besar dari 0,5 kecuali indikator CO1, LE3 dan PD1 dengan nilai *loading factor* sebesar -0,850, 0,157, 0,420 berturut. Hal tersebut menunjukkan indikator dari variabel yang memiliki nilai *loading factor* diatas 0,50 menyatakan bahwa tingkat validitas yang baik, sehingga memenuhi *convergent validity*. Indikator yang memiliki *loading factor* yang lebih kecil dari 0,50 memiliki validitas yang rendah sehingga indikator tersebut perlu dieliminasi dan dilakukan re-estimasi *model collective trust* kembali.

Tabel 4. Nilai AVE dan nilai akar kuadrat AVE *model collective trust*

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE	Validitas
CO	0,738	0,860	Valid
LE	0,785	0,886	Valid
PD	0,774	0,880	Valid
IC	0,770	0,878	Valid
UA	0,789	0,888	Valid
MF	0,768	0,876	Valid
LS	0,737	0,859	Valid
WL	0,757	0,870	Valid

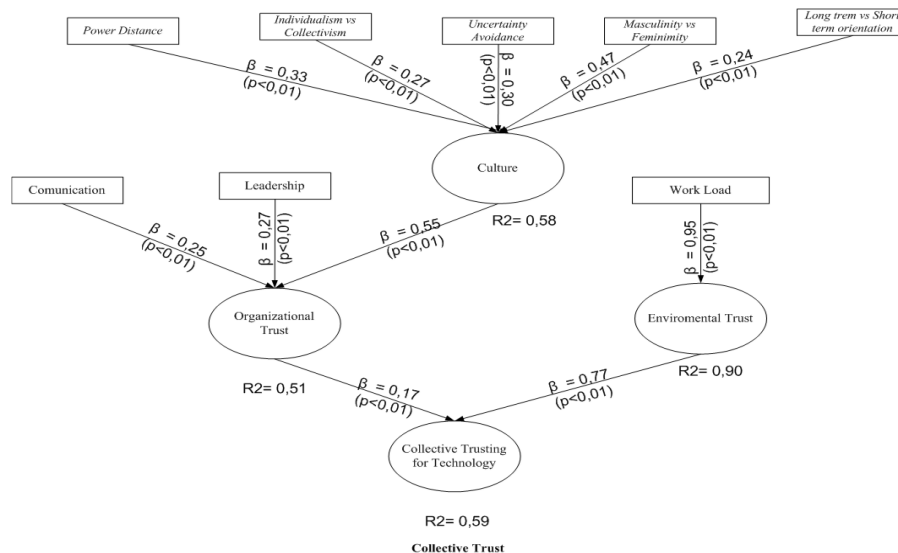
Setelah dilakukan re-estimasi didapatkan semua nilai loading factor >0,5 sehingga dapat diartikan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Selain nilai *cross loading* dalam mengavaluasi validitas diskriminan dapat dengan melihat akar kuadrat dari *average variance extracted (AVE)* untuk setiap konstruk variabel laten. Model dikatakan memiliki validitas yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE untuk masing-masing konstruk lebih besar dari yang disyaratkan 0,50. Akar kuadrat dihitung secara manual yang terlebih dahulu sebelum dilakukan perbandingan. Nilai AVE dan akar kuadrat AVE untuk masing-masing konstruk dapat dilihat pada Tabel 4. Semua konstruk menunjukkan nilai AVE yang lebih besar dari 0,50. Model ini sudah memenuhi persyaratan sesuai dengan batas nilai bawah minimum AVE yaitu 0,50 kemudian dihitung nilai akar kuadrat AVE

masing-masing konstruk, kemudian dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Perbandingan nilai akar kuadrat dengan nilai korelasi antar konstruk. Koefisien jalur adalah suatu nilai koefisien regresi terstandarisasi (β) yang menunjukkan efek langsung dari variabel independen ke variabel dependen didalam model jalur. Berdasarkan perhitungan koefisien jalur pada model *collective trust* menunjukkan koefisien jalur berada pada rentang 0,169 hingga 0,949. Nilai koefisien jalur yang berada pada rentang -0,1 hingga 0,1 dianggap nilai tidak signifikan, nilai koefisien lebih besar dari 0,1 merupakan nilai yang signifikan dan memiliki hasil perbandingan lurus terhadap variabel sedangkan nilai -0,1 kebawah berarti memiliki perbandingan terbalik terhadap variabel tersebut. Nilai koefisien jalur dalam model *collective trust* penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai koefisien jalur (β) model *collective trust*

Path	Path Coefficient (β)
PD → CU	0,328
IC → CU	0,269
UA → CU	0,296
MF → CU	0,467
LS → CU	0,245
WL → CU	0,949
CU → OT	0,521
CO → OT	0,250
LE → OT	0,273
OT → CL	0,169
ET → CL	0,770

Hampir semua jalur memiliki nilai koefisien yang lebih dari 0,10. Semua indikator pengukuran konstruk berpengaruh secara signifikan terhadap model *collective trust*. Nilai yang paling tinggi untuk *coeficient path* didapatkan adalah nilai variabel *work load* pada jalur variabel *environmental trust* sebesar 0,949. Hal ini disebabkan oleh hanya satu variabel yang mengukur variabel tersebut, sehingga nilai koefisien jalurnya menjadi sangat tinggi.



Gambar 1. Hasil pengujian model *collective trust* struktural

Pembahasan

Variabel *organizational trust* dipengaruhi oleh indikator-indikator *comunication*, *leadership*, dan *culture*. Variabel *culture* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *organizational trust* dengan nilai *path coeficient* 0,52, dimana indikator-indikator yang paling berpengaruh dari variabel *culture* adalah indikator *masculinitas and feminimetas* dan *power distance* dengan nilai *path coeficient* berturut-turut 0,47 dan 0,43 sehingga peningkatan secara *culture* dapat dilakukan dengan tidak

membedakan pengaruh gender dan tidak adanya batasan antara pemimpin dan bawahan. Semakin tidak adanya batasan antara pemimpin dan pekerja akan memberikan pengaruh terhadap tingkat trust secara kolektif yang kuat. Berdasarkan model dapat kita lihat bahwa variabel *individual trust* tidak mempengaruhi *collective trust* secara signifikan dan formatif, tetapi sebaliknya variabel *collective trust* yang mempengaruhi *individual trust* secara formatif karena nilai *path coefficient* sebesar 0,042 dan nilai P value sebesar 0,270, sehingga dalam hal ini yang paling penting dalam membangun kepercayaan *collective* terhadap teknologi 4.0 khususnya penerapan *e-wallet*. *Collective trust* yang baik dapat meningkatkan *individual trust* para pekerja dengan baik, jadi faktor *collective trust* sangat penting peranannya dalam membangun trust pada penerapan *e-wallet* bagi kalangan street food outlet atau pedagang kecil/kaki lima.

Variabel *environmental trust* merupakan variabel yang paling berpengaruh pada *collective trust* dimana variabel ini dipengaruhi oleh indikator *work load* dengan koefisien (β) sebesar 0,95, variabel ini didapatkan dari *work load* dimana pembagian beban kerja menjadi *fokus* utama dalam variabel ini, pembagian beban kerja ini dilihat dari beban kerja yang dibagikan oleh pemilik gerai makanan, sehingga semakin baik pembagian beban kerja maka kepercayaan pekerja secara *collective* semakin meningkat. Sehingga pembagian beban kerja yang baik oleh pemilik usaha sangat diperlukan, sehingga tidak ada tenaga kerja yang mendapatkan beban kerja berlebih.

KESIMPULAN

Hasil pengujian model *collective trust* berdasarkan validitas konvergen bahwa model valid setelah satu kali re-estimasi dengan mengeliminasi variabel CO1, LE3, dan PD1. Secara keseluruhan model ini valid karena nilai *Good of Fit GoF* model sebesar 0,658.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alston, Frances. 2014. Culture and Trust in Technology-Driven Organizations. USA: CRC Press.
- [2] Alawadi, Suha. 2019. A Proposed Model of Trust Factors for E-government Adoption and Civic Engagement. The 52nd Hawaii International Conference on System Science.
- [3] Castel dan Falcone. 2010. Trust Theory. Liverpool: Jhon Willey & Sons LTD.
- [4] Davis, Mayer dan Tan, H. 2000. The Trusted General Manager and Business Unit Performance: Empirical Evidence of A Competitive Advantage. Strategic Management Journal. 25. 5. 563–576.
- [5] Ernst dan Young. 2011. Mobile Money-the Next Wave of Growth (Optimizing Operator approaches in a fast-changing landscape). United Kingdom: EY LTD.
- [6] Hofstede, Geert. 2001. Culture Consequences, 2nd ed. Clifornia: Sage Publications.
- [7] Jin-Hee, 2015. Modelling and Analysis in Trust Management. IEEE.
- [8] Kim, Elban. dan Tadisina, S. 2003. Customer's Initial Trust in E-Business: How to Measure Customer's Initial Trust. Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems. pp. 35-41.
- [9] Ushada, Mirwan, Titis Wijayanto, Fitri Trapsilawati. 2018. Sistem Parameterisasi Kepercayaan Kolektif. Indonesia. P00201809654.