

PENGARUH TEKNOLOGI DAN LINGKUNGAN TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL CLOUD KITCHEN DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Amelda Pramezwary

Amelda.pramezwary@uph.edu

Juliana

Juliana.stpph@uph.edu

Keke Melinda Kwan

kekemkwan@gmail.com

Kharis Dwi Nugraha

Nugrahakharis3@gmail.com

Tasha Gracia Haslin

Tashagracia1728cl@gmail.com

Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan

Juliana.stpph@uph.edu (Corresponding Author)

ABSTRACT

Technology develops over time and the level of sophistication is even higher. Thanks to new technologies such as the internet all human needs can be met, ranging from social needs, accessing information, to satisfaction on the fulfillment of entertainment needs. Nowadays, its presence is more widely used as social media by the public. Environments can shape the character of an individual having a high intensity in the use of social media. Due to the COVID-19 outbreak, many people are reluctant to leave.. Home. Cloud kitchen- based kitchen company became one of the sectors that successfully developed when the coronavirus outbreak hit Indonesia. Cloud kitchen is a catering service concept that provides delivery services performed directly by restaurants. The purpose of this study is to analyze the influence of technology and the environment on the use of social media cloud kitchen in Indonesia during the covid-19 pandemic. In this study, sampling based on purposive sampling technique. The results of data analysis obtained a positive and significant influence between technology and the environment on the use of social media cloud kitchen in Indonesia during the Covid-19 Pandemic. The more dominant variable of its influence on social media use cloud kitchen is environmental variables.

Keyword : Technology, Environment, Cloud Kitchen

1. Pendahuluan

Sejak pertama kali virus covid-19 ditemukan di Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok, dunia telah dianda pandemi covid-19 ini selama lebih dari enam bulan. Untuk mencegah penyebaran virus tersebut, di berbagai belahan dunia yang terkena virus Corona, para pimpinan negaranya menerapkan kebijakan pembatasan atau pemblokiran sosial atau *lockdown* sesuai yang direkomendasikan *World Health Organization* (WHO). Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau disingkat PSBB adalah sistem *lockdown* di Indonesia yang telah ditata ulang menjadi.

Perubahan-perubahan yang disebabkan oleh COVID-19 ditunjukkan oleh hasil pengamatan cepat. Bahwa dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan; seperti perubahan perilaku seseorang, penerimaan masyarakat, pelaku usaha dan pangan, struktural negara, dan hubungan internasional. Pergeseran yang telah terjadi dan mengacu pada pola kehidupan normal baru dibuat dengan maksud regulasi pada masa darurat COVID-19, seperti penerapan *lockdown* dan isolasi tingkat kelompok, jaga jarak di kerumunan, bekerja dari rumah, belajar jarak jauh, *efisiensi*, dan memfokuskan kembali SDM,

kemudian terjadilah kebiasaan baru dengan pengaturan yang sedemikian rupa. Dalam skala internasional, salah satu perubahan yang terlihat dalam pergerakan manusia dan barang adalah menguatnya berbagai bentuk pembatasan yang diberlakukan oleh banyak negara. Pembatasan ini di satu sisi merupakan usaha pencegahan tersebarnya virus, dan di lain hal memaksa pengartian ulang hubungan internasional di era abad ke -21 yang ditandai oleh konektivitas dan interdependensi yang tinggi (Mas'udi, 2020).

Dampak pandemi Covid-19 membuat sektor industri restoran menjadi salah satu yang terkena imbasnya. Sejak pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) semua tempat makan baik dalam pasar swalayan maupun tempat kuliner lainnya terpaksa berhenti berjualan karena mengikuti peraturan daerah setempat. Pada saat yang sama, bermunculan inovasi baru pada industri boga. Perusahaan jasa katering dan dapur berbasis komputasi awan (*cloud kitchen*) menjadi salah satu sektor yang berhasil dikembangkan ketika wabah viirus corona melanda Indonesia.

Teknologi dan aplikasi yang ada pada perkembangan zaman sekarang semakin pesat dan banyak. Teknologi telah berkembang dengan tingkat kecanggihannya yang semakin tinggi dari masa ke masa. Studi Padilla dan Leonardo (2020) memperoleh hasil media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan, penggunaan alat-alat ini secara bertanggung jawab dapat membantu selama pandemi untuk dengan cepat menyebarkan informasi penting baru, namun sisi negatif dari kemungkinan penyebaran informasi palsu. Teknologi yang canggih saat ini sudah sangat banyak bermunculan. Meskipun pemerintah telah mengurangi pembatasan dan mengizinkan restoran untuk dibuka kembali dengan kapasitas terbatas, protokol kesehatan yang ketat, pola perilaku konsumen telah berubah. Para konsumen sekarang menjadi lebih aktif mengolah masakan dari rumah sendiri atau justru membeli makanan yang langsung siap saji dengan melalui perangkat media yang mereka miliki tanpa perlu keluar dari rumah. Untuk menikmati menu restoran, tidak perlu bersusah payah melangkah kaki ke sana.

Media sosial saat ini telah sangat mempengaruhi perilaku sosial seseorang seiring dengan perkembangan teknologi dan aplikasi. Teknologi dan aplikasi membuat masyarakat sangat banyak bergantung pada media sosial. Aplikasi Gojek adalah salah satu hasil perkembangan teknologi, pada aplikasi tersebut terdapat bermacam-macam fitur seperti Go-Food, Go-Send, dan lainnya. Aplikasi ini sebenarnya sangat membantu dan memberi kemudahan masyarakat, sebagai contoh untuk membeli makanan secara online atau untuk mengirim barang. Cara masyarakat dalam berbisnis makanan pun berubah dengan adanya fitur ini.

Sebelum penyakit virus corona ini menyebar, orang-orang di malam hari tidak ada batasan untuk berpergian. Orang tua bisa pergi keluar rumah untuk bekerja, anak-anak pergi bersekolah, mahasiswa pergi kuliah, saat minggu keluar untuk liburan, atau keluar rumah untuk sekedar berbelanja. Akan tetapi, akibat wabah virus corona, banyak orang berfikir ulang untuk melakukan kegiatan keluar dari rumah. Selain itu, aturan untuk memenjarakan orang yang berkeliaran di luar rumah telah dikeluarkan oleh pemerintah. Masyarakat menjadi benar-benar harus tinggal , dan berkegiatan di dalam rumah (*stay at home*) sampai beberapa waktu yang ditentukan. Kehidupan masyarakat sangat terdampak disebabkan oleh pengaruh pandemi corona ini, dan yang jelas sangat berpengaruh pada semua sisi kehidupan adalah peraturan atau kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Rohmah, 2020).

Fitur aplikasi berbasis *food order/delivery* jika digunakan dengan benar bisa menjadi hal yang positif, karena setiap orang yang ingin membeli makanan dapat dengan mudah menggunakan fitur tersebut. Konsep *cloud kitchen* yang sudah berkembang di Indonesia atau sering disebut sebagai dapur awan atau dapur hantu. Proses pengantaran makanan hingga sampai ke konsumen dilakukan relatif lebih singkat jika

dibanding dengan memesan makanan di restoran yang tidak menggunakan fitur *food order/delivery*.

Segala kebutuhan yang diperlukan manusia dapat dipenuhi berkat kemajuan teknologi baru seperti internet. Bermula dari keperluan bersosial, kemudian lebih luas lagi yaitu kemudahan akses informasi, dan untuk keperluan menghibur diri. Kehadiran media sosial saat ini justru lebih banyak diakses oleh masyarakat (Baidu Indonesia, 2014). Karena kehidupan di dunia nyata dapat diubah menjadi "dunia maya" dengan media sosial. Tanpa perlu memikirkan adanya hambatan seperti biaya, jarak dan waktu, masyarakat bisa berbagi informasi dan berkomunikasi dengan pengguna media sosial yang lain dengan bebas.

a. Rumusan Masalah

- 1) Apakah terdapat pengaruh teknologi terhadap penggunaan media sosial *Cloud Kitchen* di Indonesia pada masa pandemic covid-19?
- 2) Apakah terdapat pengaruh lingkungan terhadap penggunaan media sosial *Cloud Kitchen* di Indonesia pada masa pandemic covid-19?
- 3) Dari kedua variabel teknologi dan lingkungan, manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap penggunaan media sosial *Cloud Kitchen* di Indonesia pada masa pandemic covid-19?

b. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh teknologi terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa pandemi covid-19.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh teknologi terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa pandemi covid-19.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh yang paling dominan antara teknologi dan lingkungan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa pandemi covid-19.

2. KAJIAN PUSTAKA

a. Teknologi

Teknologi mempunyai beberapa pengertian. Para pakar memiliki argumen masing-masing dalam mendefinisikan teknologi. Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *techne* yang memiliki arti 'keahlian' serta *logia* yang memiliki arti 'pengetahuan'. Teknologi merujuk kepada suatu obyek yang digunakan untuk memudahkan kegiatan manusia, contohnya seperti mesin, perabot, atau *hardware* (Rusman et al, 2013). Pada penelitian lain menyatakan teknologi merupakan suatu pengembangan yang menghasilkan aplikasi disertai evaluasi sistemnya, kemudian dapat berupa teknik serta alat untuk perbaikan dan peningkatan proses pembelajaran manusia. Disamping alat-alat dalam proses pembelajaran itu, pendapat tersebut lebih mengutamakan proses belajar itu sendiri (Nasution, 2012).

Lebih luas lagi, pengertian teknologi dapat meliputi: pengertian suatu sistem, keorganisasian, dan juga tekniknya. Perkembangan zaman yang semakin maju memunculkan pemahaman tentang teknologi yang semakin hari semakin meningkat, sehingga teknologi dapat dimengerti sebagai sebuah rancangan yang terkait dengan suatu aplikasi dan keahlian suatu alat disertai kemampuan penggunaannya, kemudian sebagai kontrol dan pengaruh yang dapat mengubah sesuatu di sekitarnya. Oleh karena itu, teknologi adalah sarana untuk menggunakan sains dalam bentuk perangkat keras dan lunak untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan tertentu. Hogan dan Victor (2018) dalam penelitiannya mengenai penggunaan media sosial dan teknologi baru

menyatakan bahwa penggunaan media sosial dan teknologi tersebar luas dan kemungkinan besar akan terus berlanjut, meskipun platform dapat berubah secara signifikan.

Kita menghadapi pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi yang membuat kita harus siap dan membekali diri untuk menghadapinya. Ketergantungan antar bangsa terhadap teknologi sudah tidak dapat dihindari lagi. Pertumbuhan laju ekonomi memicu para pengusaha untuk terus mengembangkan usahanya, agar tetap selalu dikonsumsi oleh masyarakat khususnya konsumen lama. Perusahaan berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan yang selalu berkembang untuk menarik minat para konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penerapan penjualan berbasis digital.

Pemasaran berbasis digital merupakan suatu sistem pemasaran yang menggunakan aplikasi teknologi digital. Salah satu bentuk pemanfaatan media digital atau internet adalah pemasaran melalui internet (*e-marketing*). Menyadari peran strategi pemasaran digital terhadap media internet, maka penting untuk mengikuti arus teknologi digital yang telah berkembang dan menyusun rencana yang dapat menarik serta mengarahkan konsumen untuk dapat berkomunikasi via elektronik maupun tradisional (Chaffey, 2009) dalam Nadya, (2016). Chaffey dalam bukunya menyatakan perencanaan tersebut dapat dicapai melalui peningkatan pengetahuan terhadap konsumen dengan mencaritahu mengenai profil, sikap, nilai, dan tingkat kesetiaan, kemudian menuangkannya dalam bentuk komunikasi yang ditujukan kepada target dan pelayanan berbasis online dengan menyesuaikan keperluan setiap individu konsumen.

b. Lingkungan

Lingkungan adalah kombinasi dari segala sesuatu disekitar kita yang mempengaruhi kehidupan kita. Didalam UU no 32 tahun 2009 mengenai perlindungan pengelolaan lingkungan hidup, dijelaskan pengertian lingkungan hidup. Lingkungan Hidup adalah kumpulan ruang yang menjadi satu dengan benda, daya, keadaan dan penghuninya, termasuk manusia dan perilakunya, yang saling berpengaruh terhadap keberlangsungan dan kesejahteraan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya (Wiryono, 2013).

Faktor yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan makhluk hidup adalah faktor lingkungan. Pembentukan karakter suatu individu dapat berasal dari lingkungan yang mana setiap saat selalu bersinggungan termasuk dalam penggunaan media sosial. Studi yang dilakukan Kim, et al. (2015) menunjukkan adanya pengaruh pada aktivitas berbagi informasi di media sosial dari faktor lingkungan. Kim,dkk menjelaskan tiga konsep kunci yakni *strength of social ties*, *size of social network*, dan *frequency of visiting social media*. Ketiganya secara jelas berkaitan dengan faktor lingkungan yang turut berpengaruh pada seseorang melakukan komunikasi melalui media sosial.

Putri (2015), dalam studinya mendapatkan hasil temuan bahwa faktor personal seseorang dan faktor lingkungan memiliki pengaruh sebesar 65,5% terhadap durasi seseorang berkomunikasi melalui media sosial secara bersamaan, lalu disimpulkan bahwa Intensitas berbagi informasi di media sosial juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Jung et al., (2005) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa di antara remajapengguna internet, pola keterhubungan internet mereka berbeda menurut sifat lingkungan sosialnya.

c. Penggunaan Media Sosial

Kata penggunaan memiliki arti proses atau suatu cara kegiatan memakai sesuatu, atau pemakaian, hal tersebut dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kata penggunaan menjelaskan suatu aktivitas didalam menggunakan atau memakai sesuatu sarana atau barang. Tingkat penggunaan suatu media sosial dapat dilihat dari aspek

frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut. Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media secara pribadi dapat dilihat dari tiga hal :

- 1) Total waktu terkait dengan frekuensi, intensitas, dan durasi kunjungan ke situs web;
- 2) Isi media yaitu memilih media dan metode yang sesuai agar dapat menyampaikan pesan dengan baik.
- 3) Dalam penelitian ini hubungan antara media dengan seseorang adalah terkait penggunaan dan media sosial (Rahmani, 2016).

Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah media di internet yang memungkinkan seorang mewakili dirinya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi, dan membentuk suatu hubungan sosial secara virtual. Media sosial adalah media digital tempat terjadinya realitas sosial dan interaksi antar ruang-waktu para penggunanya. Dalam wujud yang sama atau berbeda, nilai-nilai dalam masyarakat dan komunitas dapat muncul di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang mempelajari tentang internet telah menemukan bahwa media sosial di internet merupakan suatu gambaran di dunia nyata (Nasrullah, 2017).

Oleh karena itu, kesimpulan pengertian penggunaan media sosial yaitu suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh seseorang melalui suatu media tertentu yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, mengembangkan kreatifitas, berfikir, berdebat, dan menemukan teman baru melalui *smartphone* (telepon genggam) dengan menggunakan sebuah aplikasi online.

d. Cloud Kitchen

Cloud Kitchen merupakan suatu konsep bisnis kuliner dimana dapur masak yang didirikan di suatu lokasi dalam suatu kota, yang hanya akan melayani pesanan yang akan dikirim atau diambil oleh pelanggan secara langsung. Konsep ini tidak membutuhkan area layanan yang luas, karena tidak ada pelanggan yang duduk sambil menyantap makanan di lokasi dapur anda. *Cloud Kitchen* juga sering disebut dengan nama lain seperti *Ghost Kitchen*, *Shadow Kitchen*, *Virtual Kitchen*, atau *Dark Kitchen*, yang menggambarkan bahwa dapur ini melayani pesanan pelanggan secara tidak langsung dan hanya melalui pengiriman saja (Foods, 2020)

Restoran yang sudah biasa menggunakan konsep *cloud kitchen* akan langsung menyediakan jasa layanan *delivery*. Jika tidak menyediakan layanan *delivery*, biasanya restoran tersebut akan bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti Uber, Grab atau semcamnya. Masalah kebersihan makanan merupakan satu dari beberapa permasalahan yang muncul dalam penggunaan konsep *cloud kitchen*. Ada pula masalah teknologi yang juga menjadi salah satu masalah utama dalam penggunaan *cloud kitchen*, karena restoran tersebut harus paham dengan betul tentang teknologi dalam konsep ini. Kemudian pembayaran juga menjadi masalah yang cukup rumit dalam *cloud kitchen*. Kesulitan dalam pembagian keuntungan hasil juga akan terjadi dikarenakan dalam satu aplikasi terdapat banyak restoran. Untuk itu, pemahaman mendalam mengenai keuangan dan teknologi itu sendiri sangatlah diperlukan (Setiono, 2019).

e. Pandemi Covid-19

Penyakit *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah sindrom pernafasan akut yang parah dan merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus2* (SARS-CoV-2). SARS-CoV-2 merupakan jenis virus corona baru yang belum pernah teridentifikasi sebelumnya pada manusia. Demam, batuk dan sesak napas akan timbul sebagai tanda gejala infeksi COVID-19, hal tersebut mirip dengan gejala gangguan pernafasan. Rata-rata 5-6 hari penyakit covid -19 ini akan mulai

berkembang pada tubuh seseorang dan pada hari ke 14 akan terlihat gejalanya. Pada kasus pasien virus COVID-19 yang sudah parah, dapat menyebabkan terjadinya pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian (Kemenkes RI., 2020).

Jumlah kasus COVID-19 berlangsung dan menyebar dengan sangat cepat dan dalam waktu yang singkat ke berbagai negara. Pada tanggal 9 Juli 2020, WHO melaporkan 11.84.226 kasus positif terkena covid-19 dan . sebanyak 545.481 kasus kematian yang dikonfirmasi di seluruh dunia (*Case Fatality Rate/CFR* 4,6%). Indonesia sendiri melaporkan kasus pertamanya tanggal 2 Maret 2020. Sampai dengan tanggal 9 Juli 2020 Kementerian Kesehatan melaporkan sudah 70.736 kasus konfirmasi COVID-19 dengan 3.417 kasus meninggal (*CFR* 4,8%). Berdasarkan data tersebut, benar adanya jika kasus covid-19 berkembang dan menyebar dengan cepat ke seluruh Indonesia. (Kemenkes RI., 2020).

Situasi dan penyebarannya COVID-19 ini hampir mencapai semua wilayah bagian di Indonesia dengan jumlah kasus dan/atau jumlah kematian yang semakin meningkat sehingga berdampak pada aspek politik, ekonomi, kemasyarakatan, budaya, pertahanan, keamanan, serta kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia telah menetapkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang keputusan daruratan Kesehatan Masyarakat penyakit *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).

Suatu pertanyaan yang tidak mudah dijawab muncul dari adanya perubahan yang terjadi terutama: 1) nilai dan aturan yang sudah tertata sesuai dengan kebutuhan untuk merespons saat krisis ini serta setelah nantinya wabah ini berlalu; 2) sedang berlangsungnya bentuk-bentuk perubahan atau normalisasi baru di tingkat personal, sosial, maupun organisasi; dan 3) kedalaman perubahan dan derajat sifatnya, baik permanen/ berkelanjutan atau sementara.

Kompatibilitas norma dan tatanan yang selama ini berlaku dapat direnungkan kembali dan jika perlu dirancang ulang mengikuti keperluan dan tantangan untuk bertahan hidup menghadapi ganasnya pandemi ini. Dalam konteks new normal dilakukan penyesuaian tata kehidupan terhadap berbagai kebutuhan (Mas'udi, 2020).

f. Penelitian Terdahulu

Lin, (2014) dalam "*Understanding The Determinants Of Electrinis Supply Chain Management System Adoption: Using The Technology–Organization–Environment Framework*". Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan mendapat keuntungan, biaya yang dirasakan, dan dukungan manajemen senior, kapasitas penyerapan, dan tekanan kompetitif lebih cenderung mengadopsi e-SCM. Sementara konteks teknologi adalah penentu utama keputusan untuk mengadopsi, itu tidak memiliki efek langsung pada tingkat adopsi e-SCM. Tingkat adopsi e-SCM terutama ditentukan oleh konteks organisasi dan lingkungan.

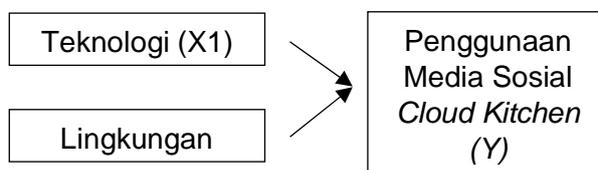
Penelitian Oleh Gutierrez, (2015) di "*Tecnological, Organizational, And Enviromental Factors Influencing Managers Decision To Adopt Cloud Computing In The UK*" Hasil studi menunjukkan bahwa peran penting penyedia layanan komputasi awan untuk memungkinkan pengguna akhir mengevaluasi penggunaan komputasi awan dengan lebih baik. Dukungan manajemen puncak tidak lagi menjadi pendorong, karena organisasi mulai mengadopsi layanan komputasi awan berdasarkan sumber daya TI yang lebih murah dan lebih gesit untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Orisinalitas / nilai - Penelitian ini memberikan wawasan asli untuk adopsi komputasi awan di Inggris dari perspektif manajerial.

Dalam studi White et al., (2016) Lingkungan sangat terkait dengan penggunaan media sosial oleh UKM. Manfaat lingkungan terhadap media sosial yaitu untuk pendukung inovasi dengan memasarkan suatu produk ke pasar dengan lebih cepat serta adopsi produk dan biaya pengembangan lebih rendah dan tetap meningkat. Penelitian Tsai, (2013) menunjukkan

bahwa penggunaan teknologi memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap media sosial UKM. Dalam hal teknologi, keunggulan relatif dan kompleksitas akan memainkan peran kunci dalam meningkatkan laju inovasi dan mempelajari sistem atau teknologi baru.

Tetapi tentang penelitian Alsharji, (2017) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antar teknologi terhadap penggunaan media sosial UKM. Dalam teknologi, bagian kompatibilitas dan kompleksitas adalah bagian tidak signifikan dalam penggunaan media sosial UKM yang tidak khawatir dengan integrasi aplikasi dan tidak perlu khawatir dengan kemudahannya.

g. Kerangka Pemikiran



h. Hipotesis

H1 : Adanya pengaruh teknologi terhadap penggunaan media sosial *Cloud Kitchen* di masa pandemic covid-19.

H2 : Adanya pengaruh lingkungan terhadap penggunaan media sosial *Cloud Kitchen* di masa pandemic covid-19.

H3 : Teknologi paling dominan berpengaruh terhadap penggunaan media sosial *Cloud kitchen* di indonesia di masa pandemi covid-19

3. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan kuantitatif menjadi jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metode pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, pendeskripsian data tersebut, serta penyajian hasilnya. Penelitian ini termasuk penelitian *cross-sectional studies*, yaitu studi yang dilakukan dengan mengumpulkan data pada suatu waktu, dan mungkin sehari-hari atau berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan untuk menyelesaikan jawaban pertanyaan- pertanyaan dalam penelitian tersebut (Sekaran dan Bougie, 2013).

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat (instrument) yang disebarakan secara online melalui *google forms* kepada sejumlah sampel yang diambil dari suatu populasi. Sekaran dan Bougie (2013) dalam bukunya menjelaskan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok atau komunitas, peristiwa, atau berupa hal-hal tertentu yang ingin dipahami atau diselidiki oleh peneliti. Para pengguna media sosial *Cloud Kitchen* akan dijadikan sebagi acuan populasi dalam penelitian ini.

Sampel merupakan suatu unit atau kelompok kecil bagian dari populasi (Sekaran dan Bougie, 2013). Untuk mendapatkan besarnya sampel dalam penelitian, digunakan metode ukuran sampel minimum *Bernoulli*. Rumus perhitungan Bernoulli adalah sebagai berikut:

$$n \geq \frac{z_{\alpha}^2}{e^2} p \cdot q \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel minimum
- Z = Nilai distribusi normal

α = Tingkat signifikansi (0,95)

e = Tingkat kesalahan (0,05)

p = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar

q = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

Untuk kuesioner dari responden, proporsi kuesioner yang dianggap benar adalah 95% dan proporsi kuesioner yang dianggap salah adalah 5%, dengan tingkat kesalahan sebesar 10% berarti bahwa dalam jawaban kuesioner diberikan suatu batasan sebesar maksimum 10% kesalahan dari semua total jawaban responden yang termuat dalam kuesioner. Jumlah sampel berdasarkan metode Bernoulli diperoleh dari rasio minimum seperti dibawah ini :

$$n \geq \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} = 96,04$$

Hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah 96 dan digenapkan menjadi 100.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik tersebut dilakukan terbatas pada orang-orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian, dengan menyesuaikan beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti terhadap orang-orang yang memiliki informasi terkait penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013). Karakteristik tertentu yang dipilih pada populasi dan sampel yaitu:

- a. Seseorang yang menggunakan media sosial berbasis cloud kitchen
- b. Seseorang yang pernah mengakses media sosial berbasis cloud kitchen
- c. Seseorang yang mengerti media sosial berbasis cloud kitchen

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis statistik. Peneliti menggunakan tool *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) yaitu software yang khusus untuk pengolahan data statistik, dalam penelitian ini digunakan SPSS dengan tipe terbaru yaitu IBM SPSS Statistic. Untuk analisis datanya menggunakan analisis deskriptif dengan uji statistiknya adalah uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F serta uji t.

4. PENGUKURAN VARIABEL

Terdapat dua macam variabel pada penelitian ini, yaitu variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen). Variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang tergantung dengan variabel yang lainnya, dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y). Variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang tidak tergantung variabel lainnya, pada penelitian ini teknologi (X1) dan lingkungan (X2) menjadi variabel bebas.

Pengukuran variabel pada kuesioner dilakukan menggunakan metode likert scale. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk menilai sejauh mana responden setuju dengan pernyataan yang diukur dengan rentang bobot dari "Sangat Setuju" (5), "Setuju" (4), "Netral" (3), "Tidak Setuju" (2), "Sangat Tidak Setuju" (1).

d. Penggunaan Media Sosial *Cloud Kitchen* (Y)

Bisnis kuliner adalah bisnis yang tidak mengalami begitu banyak dampak dari pandemi covid-19, justru dengan kemajuan teknologi adanya suatu konsep cloud kitchen menjadikan

bisnis tersebut semakin meningkat. Melalui indikator-indikator berikut, penggunaan media sosial *cloud kitchen* dapat diukur:

- 1) Alokasi waktu mengakses media sosial *cloud kitchen*
- 2) Akun media sosial berbasis *cloud kitchen* yang dimiliki
- 3) Kegunaan/ alasan menggunakan media sosial *cloud kitchen*
- 4) Dampak positif dan negatif penggunaan media sosial *cloud kitchen*

e. Teknologi (X1)

Peran teknologi sangatlah vital dalam kehidupan manusia saat ini. Perusahaan yang tidak menggunakan teknologi akan cenderung mengundur dan menghadapi ancaman kebangkrutan. Bukan hanya dalam bisnis, namun kehidupan sehari-hari sekarang seperti hampa jika tidak ada teknologi. Indikator teknologi antara lain adalah :

- 1) Kemudahan penggunaan sebuah teknologi untuk mengakses media sosial *cloud kitchen*.
- 2) Manfaat orang yang menggunakan teknologi untuk mengakses media sosial *cloud kitchen*.
- 3) Kecenderungan pada penggunaan suatu teknologi untuk mengakses media sosial *cloud kitchen*.
- 4) Tingkat lama dan sering dalam penggunaan teknologi untuk mengakses media sosial *cloud kitchen*

f. Lingkungan (X2)

Pengaruh lingkungan dalam penggunaan media sosial saat ini sangatlah besar. Indikator-indikator lingkungan antara lain adalah:

- 1) Pengaruh orang sekitar terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen*
- 2) Pengaruh organisasi terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen*
- 3) Pengaruh situasi lingkungan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen*
- 4) Pengaruh media massa terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen*

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, telah disebarakan 100 kuesioner kepada orang yang menggunakan media sosial berbasis *cloud kitchen*. Kuesioner disebarakan atau dibagi secara *online* menggunakan *google forms* yang diisi oleh para responden. Dari 100 responden, dapat diketahui profil responden terdapat 45 (45%) pria dan 55 (55%) wanita yang mengisi responden. Sedangkan dari segi rentang usia, 21-30 tahun terdapat 40 responden (40%), 31-40 tahun terdapat 34 responden (34%), dan >40 tahun terdapat 26 responden (26%).

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Analisis ini dibantu dengan program computer IBM *SPSS Statistic* dengan cara menginput data yang dari kuesioner. Tabel berikut menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,253	2,589		1,643	0,104
X1	0,189	0,072	0,282	2,625	0,010
X2	0,236	0,087	0,292	2,713	0,008

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Hasil tersebut apabila ditulis persamaan regresi dalam bentuk sebagai berikut:

$$Y = 4,253 + 0,189 X_1 + 0,236 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Media Sosial *Cloud Kitchen*

X₁=Teknologi

X₂=Lingkungan

Persamaan tersebut menggambarkan bahwa :

- a. Konstanta (a) = 4,253, artinya jika teknologi (X₁) dan lingkungan (X₂) tidak mengalami perubahan atau = 0 maka besarnya penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) = 4,253 sebagai satu kesatuan.
- b. Jika variabel teknologi (X₁) mengalami perubahan sebesar 1 satuan, sementara variabel lingkungan (X₂) tetap, maka penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) akan meningkat sebesar 0,189 satuan.
- c. Jika variabel lingkungan (X₂) mengalami perubahan sebesar 1 satuan, sementara variabel teknologi (X₁) tetap, maka penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) akan meningkat sebesar 0,236 satuan.

b. Koefisien Determinasi (R²)

Pada dasarnya Koefisien determinasi (R²) mengukur kemampuan model untuk menafsirkan transformasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,511 ^a	0,261	0,246	2,754

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Untuk melihat persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan maka digunakan *Adjusted R square*. Nilai *Adjusted R square* pada hasil penelitian ini sebesar 0,261 atau 26,1%, artinya variabel teknologi (X₁) dan lingkungan (X₂) berkontribusi terhadap variabel penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) sebesar 26,1%. Sisanya sebesar 73,9% pengaruh dari variabel lain.

c. Uji Hipotesa

1) Uji F

Digunakan Uji F untuk dapat menguji apakah suatu model layak atau tidak. Apakah ada pengaruh signifikan dan simultan (bersama-sama) pada penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) dari teknologi (X₁) dan lingkungan (X₂). Dimaknai H₀ ditolak dan H₁ diterima jika F hitung > F tabel atau nilai signifikansi F < 0.05 (5%), artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Hasil Uji F pada penelitian antara variabel teknologi (X₁) dan lingkungan (X₂) terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	259,626	2	129,813	17,114	0,000 ^b
	Residual	735,764	97	7,585		
	Total	995,390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel di atas menunjukkan hasil variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada waktu yang bersamaan. Hal ini diwakili oleh nilai signifikan 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, berarti kedua variabel bebas yaitu teknologi dan lingkungan secara serempak dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen*.

2) Uji t

Uji t adalah suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas secara individual dengan variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,253	2,589		1,643	0,104
	X1	0,189	0,072	0,282	2,625	0,010
	X2	0,236	0,087	0,292	2,713	0,008

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil pada tabel di atas tampak bahwa variabel teknologi (X1) dan lingkungan (X2) berpengaruh signifikan dilihat dari nilai signifikansi kedua variabel bebas kurang dari 0,05. Hal tersebut memberikan jawaban bahwa variabel teknologi (X1) dan lingkungan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* (Y).

Variabel yang lebih berpengaruh dominan dan signifikan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* adalah teknologi (X1). Hasil tersebut tampak pada nilai sig. variabel teknologi (X1) sebesar 0,010 lebih tinggi dibanding variabel lingkungan (X2) sebesar 0,008.

6. PENUTUP

a. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai teknologi dan lingkungan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa Pandemi Covid-19 dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara teknologi terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa Pandemi Covid-19.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa Pandemi Covid-19.
3. Dari kedua variabel bebas (teknologi dan lingkungan) yang lebih dominan pengaruhnya terhadap penggunaan media sosial *cloud kitchen* di Indonesia pada masa Pandemi Covid-19 adalah variabel teknologi.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitan yang dilakukan White et al., (2016) dan Tsai, (2013). White et al., (2016) memperoleh hasil bahwa lingkungan sangat terkait dengan penggunaan media sosial oleh UKM dan Penelitian Tsai, (2013) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap media sosial UKM.

b. Saran

Dengan demikian, disarankan jika para pelaku usaha kuliner yang menggunakan konsep *cloud kitchen* tetap mempertahankan cita rasa produk yang dijual dan selalu menerapkan protokol kesehatan kemudian lebih berfokus pada kebersihan dalam setiap prosesnya karena pada masa pandemi covid-19 seperti ini kesehatan dan kebersihan merupakan poin utama yang harus dilakukan. Dengan menerapkan hal tersebut akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan jika mendapatkan rating bagus akan dapat memperluas cakupan konsumen.

REFERENSI

- Alsharji, A. dan S. Z. A. (2017). Understanding social media adoption in SMEs: Empirical evidence from the United Arab Emirates. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(10).
- Baidu Indonesia. (2014). Jelajah Dunia Mobile di Indonesia. *Baidu Indonesia*.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, 4th edition*. Prentice Hall.
- Foods, S. (2020). *Cloud Kitchen - Konsep Usaha Kuliner Hemat Biaya dan Menguntungkan*. <https://seratafoods.com/blogs/news/cloud-kitchen-konsep-usaha-kuliner-hemat-biaya-dan-menguntungkan>
- Gutierrez, A. dan E. B. (2015). Technological, organisational and environmental factors influencing managers' decision to adopt cloud computing in the UK. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(6).
- Hogan, M. dan V. C. S. (2018). *Social Media and New Technology: A Primer*. <https://doi.org/10.1177/0009922818769424>
- Jung, J.-Y., Kim, Y.-C., Lin, W.-Y., & Cheong, P. H. (2005). The influence of social environment on internet connectedness of adolescents in Seoul, Singapore and Taipei. *SAGE Journals*.
- Kemendes RI. (2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus deases (Covid-19). *Kementrian Kesehatan*, 5, 178. https://covid19.go.id/storage/app/media/Protokol/REV-05_Pedoman_P2_COVID-19_13_Juli_2020.pdf
- Kim, Junga, Chunsik Lee, dan T. E. (2015). *Factors Affecting Information Sharing in Social Networking Site Amongst University Student: Application of the Knowledge-*

Sharing Model to Social Networking Site. 39(3), 290–309. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2015-0022>

- Lin, H. F. (2014). Understanding the Determinants of Electronic Supply Chain Management System Adoption: Using the Technology–Organization–Environment Framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 86, 80–92.
- Mas'udi, W. dan P. S. W. (2020). New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19. In *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19*.
- Nadya, N. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(2), 133–144. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i2.17>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2012). *Teknologi pendidikan*. PT. Bumi Aksara.
- Padilla, D. A. G., & Leonardo Tortolero-Blanco. (2020). Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *Int. Braz j Urol*, 46(1).
- Putri, F. S. (2015). *Pengaruh Faktor Personal dan Faktor Lingkungan terhadap Intensitas Berbagi melalui Sosial Media pada Komunitas Earth Hour Surabaya*.
- Rahmani, T. (2016). Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 22.
- Rohmah, S. N. (2020). Adakah peluang bisnis di tengah kelesuan perekonomian akibat pandemi Corona virus Covid-19? 'ADALAH'; *Buletin Hukum & Keadilan*, 4(1), 63–74.
- Rusman dkk. (2013). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Sekaran dan Bougie. (2013). *Edisi 5, Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley@ Sons.
- Setiono, P. (2019). *Cloud Kitchen, Bisnis Kuliner Seru Tentang Berbagi Dapur*. <https://www.nibble.id/cloud-kitchen-bisnis-kuliner-seru-tentang-berbagi-dapur/>
- Tsai, W. S. dan L. R. M. (2013). Motivations and Antecedents of Consumer Engagement With Brand Pages on Social Networking Sites. *Journal of Interactive Advertising*, 13(2), 76–87.
- White, A. E., Weinstein., E., & Selman., R. L. (2016). Adolescent friendship challenges in a digital context: Are new technologies game changers, amplifiers, or just a new medium? *SAGE Journals*.

Wiryono. (2013). *Pengantar Lingkungan, Edisi Revisi, Cetakan Ke-1*. Pertelon Media.