

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN *E-WALLET* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA MAKASSAR)

Mutiarini Muby^{1*}, Abdullah Abidin², Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani³

^{1,2,3}Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia; Jl. Sultan Alauddin no.212, Makassar,
South Sulawesi, (+62411) 861287

e-mail: [1rini@nobel.ac.id](mailto:rini@nobel.ac.id), [2abdullah@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:abdullah@stienobel-indonesia.ac.id), [3nmagfirah@gmail.com](mailto:nmagfirah@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 80 responden mahasiswa aktif yang menggunakan e-wallet. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan uji regresi berganda yang didahului dengan uji validitas dan reliabilitas. Penemuan hipotesis dilakukan menggunakan uji T, uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, dan keamanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar. Kepercayaan, kemudahan, dan keamanan juga berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan e-wallet.

Kata kunci: minat penggunaan, kepercayaan, kemudahan, keamanan, e-wallet

Abstract

This study aims to determine the factors that influence the interest in using e-wallet in STIE Nobel Indonesia Makassar students. The research sample used was 80 active student respondents who use e-wallet. The type of data used is primary data and the research method used is quantitative. Sampling was done using purposive sampling. Data analysis used multiple regression test which was preceded by validity and reliability tests. The discovery of the hypothesis was carried out using the T test, F test, and the Coefficient of Determination (R^2). The results showed that the variables of trust, convenience, and security had a significant positive effect on the interest in using e-wallet in STIE Nobel Indonesia Makassar students. Trust, convenience, and security also simultaneously influence the interest in using e-wallet.

Keywords: interest in use, trust, convenience, security, e-wallet

PENDAHULUAN

Pada revolusi industri 4.0 ditandai dengan terjadinya serangkaian gejolak sosial, politik, budaya dan ekonomi, yang sebagian besar didorong oleh konvergensi inovasi digital, biologis dan fisik (Welianto, 2019). Salah satu perubahan besar yang terjadi di revolusi industri 4.0 ialah perubahan sistem transaksi tunai menjadi transaksi non tunai. Didukung oleh dasar hukum penyelenggara *Financial Technology* (FinTech) yang merupakan kombinasi layanan keuangan dan teknologi, tengah mengubah model bisnis dari tradisional menjadi menengah, yaitu yang dulunya pembayaran dilakukan secara tatap muka dengan sejumlah uang tunai, kini menjadi transaksi jarak jauh (pembayaran *online*) yang terselesaikan dalam beberapa detik saja (Ahmad & Aliyudin, 2020).

Di Indonesia, FinTech yang dikenal dengan istilah *e-wallet* atau dompet digital, mulai marak bermunculan (Hiyanti, dkk, 2019) dimana hal ini jelas tertuang pada peraturan No. 20/6/PBI/2018 yang diterbitkan Bank Indonesia, tentang uang elektronik atau dompet digital. Diketahui pula sebanyak 38 dompet digital telah mendapatkan izin resmi dan izin penggunaan berdasarkan data Bank Indonesia (BI). Lebih lanjut dari data Bank Indonesia (BI), tercatat transaksi *e-wallet* telah mencapai US \$1,5 miliar atau setara dengan 21 triliun (US \$1 = Rp.14.222), yang diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai 355 triliun pada tahun 2023 (Yuniar, 2019). Berdasarkan data tersebut, tergambar besarnya penggunaan peredaran dan transaksi uang elektronik, sehingga tergambar juga besarnya minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet*.

Gumiwang (2018) memaparkan bahwa gerakan non tunai tidak bisa jauh dari kaum milenial. Sebagai generasi yang melek teknologi dan internet, dinilai mampu beradaptasi dengan budaya baru, seperti membayar secara non tunai. Hasil penelitian Samosir (2020) menunjukkan sebanyak 68% pengguna *e-wallet* adalah kaum milenial. Hal ini dikarenakan tingkat produktivitas milenial jauh lebih tinggi dari kalangan lain. Milenial menggunakan *e-wallet* minimal satu atau dua kali seminggu dengan rata-rata nilai transaksi isi ulang mingguan sebesar Rp.140.663.

Kehadiran *e-wallet* setidaknya memiliki 5 karakteristik yaitu praktis, cepat, nyaman, mudah, dan aman yang telah membangun kepercayaan (*trust*) masyarakat untuk berpindah dari *cash society* ke *cashless society* (Maulinda dalam Nawawi, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian Safitri (2020) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* OVO. Penelitian terkait yang juga dilakukan oleh Suhud (2015) menunjukkan tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money card* pada jasa *Commuterline* di kota Jakarta. Hal itu masyarakat setuju bahwa kepercayaan dianggap sebagai hal yang penting dalam produk *e-money card*. Namun penelitian Artini (2019) menyatakan bahwa terdapat tingkat kekhawatiran transaksi yang lebih tinggi saat menggunakan *e-money* dari pada transaksi dengan uang tunai. Sehingga kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan *e-money/e-wallet*.

Faktor lain yang berperan dalam menunjukkan minat untuk menggunakan *e-wallet* adalah kemudahan dari *e-wallet* itu sendiri. Hasil penelitian Maghfira (2018) membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* Gopay. Konsep kemudahan ini berkaitan dengan penggunaan sistem informasi untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung menggunakan sistem tersebut. Sehingga semakin tinggi persepsi pengguna terhadap kemudahan, maka semakin tinggi pula penggunaan *e-wallet* Gopay.

Faktor keamanan juga menjadi pertimbangan dalam menggunakan *e-wallet*, dimana hal ini ditunjukkan pada penelitian Utami dan Kusumawati (2017) bahwa faktor keamanan ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini menyimpulkan bahwa jika tingkat keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan pengguna, maka pengguna berminat menggunakan *e-wallet* tersebut. Adanya hasil penelitian yang mengungkap mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap penggunaan transaksi digital, serta semakin berkembangnya minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet*, terutama pada generasi milenial sebagai pengguna *e-wallet* terbanyak, tidak terkecuali pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar yang juga

merupakan generasi milenial dan gen-Z, membuat hal ini menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut terkait “faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel mahasiswa STIE Nobel Indonesia yang berjumlah sebanyak 80 orang dan diperoleh dari teknik pengambilan sampel berupa *non-probability sampling*. Jumlah ini diperoleh berdasarkan perhitungan rumus Slovin dari total mahasiswa aktif T.A. 2020-2021 sebanyak 473 mahasiswa, $n = N/1 + Ne^2$ (Sugiyono, 2014). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari identitas sampel penelitian dan beberapa item pernyataan yang mewakili masing-masing variabel yang diteliti. Item pernyataan dinilai berdasarkan skala Likert. Pengumpulan data juga diperoleh dari data sekunder berupa sumber-sumber teks, arsip, serta data pustaka lainnya. Teknik analisis data menggunakan program spss dengan tahapan analisis diantaranya uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, heterokedastisitas), uji regresi linier berganda, serta selanjutnya menguji hipotesis menggunakan uji-t (parsial), uji-F (simultan), dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden pada penelitian ini menunjukkan beberapa karakteristik yang dilihat dari jenis kelamin, jurusan, usia, *e-wallet* yang sering digunakan, dan lama pemakaian *e-wallet*. Diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 36,3% lebih sedikit dari pada jumlah persentase perempuan yaitu sebesar 63,3%. Sehingga disimpulkan bahwa perempuan cenderung lebih sering menggunakan *e-wallet* dibandingkan laki-laki. Hal ini juga dipaparkan pada hasil riset yang dilakukan Kredivo dan Kata Data *Insight Center* (KIC) bahwa transaksi di *e-commerce* atau via *online* didominasi oleh perempuan (Burhan, 2020). Dilihat dari jurusannya, responden didominasi oleh jurusan Manajemen yaitu sebanyak 73,7% dibanding Akuntansi (36,3%). Hal ini disebabkan oleh jumlah mahasiswa pada jurusan Manajemen memang lebih banyak dibanding Akuntansi. Dari karakteristik usia, tercatat sebanyak 52,5% mahasiswa dengan usia 21-23 tahun, 35% usia 18-20 tahun, dan 12,5% usia 24-26 tahun. Hal ini terjadi disebabkan penyebaran kuesioner yang cenderung diisi oleh teman angkatan peneliti yang berusia antara 21-23 tahun. Dari jenis *e-wallet*, penggunaan aplikasi OVO lah yang paling sering digunakan (53,8%) disusul Gopay (18,8%), Dana (11,3%), Link aja dan Jenius (3,8%) serta beberapa *e-wallet* jenis lainnya (8,8%). Jumlah persentase peminat *e-wallet* OVO yang mendominasi, dikatakan Angga Awang, sebab OVO memiliki keunggulan lebih dibanding *e-wallet* lainnya, seperti saldo yang dimiliki pengguna dapat dipakai di beberapa aplikasi besar seperti Tokopedia dan Grab, juga bekerja sama secara masif dengan berbagai *merchant* yang memberikan diskon harga.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas, diketahui semua item dari Kepercayaan (X_1) sebanyak 5 item, Kemudahan (X_2) sebanyak 5 item, Keamanan (X_3) sebanyak 5 item, dan Minat (Y) sebanyak 7 item dinyatakan valid (r hitung= 0,733-0,910 > r tabel=0,219) dengan semua variabel reliabel di angka 0,874-0,938 (nilai Cronbach Alpha >0,50). Hasil nilai uji normalitas menggunakan *scatter plot* menunjukkan penyebaran titik-titik berada

tidak terlalu jauh dari garis linier, sehingga disimpulkan bahwa data yang digunakan normal dan dapat digunakan. Nilai VIF ketiga variabel independen ($2,140-2,909 < 10,00$) yang menunjukkan bahwa penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas. Penelitian ini juga terhindar dari adanya Heterokedastisitas yang ditunjukkan dari sebaran titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0.

Pengujian hipotesis utama menggunakan uji regresi berganda, dengan persamaan regresi berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ menunjukkan hasil pengolahan SPSS (tabel 1) $Y = 3,345 + 0,647(X_1) + 0,353(X_2) + 0,245(X_3)$, sehingga menyimpulkan variabel yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap Y adalah kepercayaan (X_1) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,647, dibanding 2 variabel lainnya yaitu kemudahan (X_2) 0,353 dan keamanan (X_3) dengan nilai 0,245.

Tabel 1. Koefisien regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.345	1.230		2.721	.008
	Kepercayaan	.647	.115	.498	5.623	.000
	Kemudahan	.353	.097	.293	3.644	.000
	Keamanan	.245	.098	.190	2.498	.015

a. Dependent Variable: minat
Sumber data : Diolah oleh peneliti, 2021

Tabel 2. Nilai t_{hitung} , t_{tabel} , dan nilai sig.(p)

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Signifikansi
Kepercayaan (X1)	5.623	1,991	.000
Kemudahan (X2)	3.644	1,991	.000
Keamanan (X3)	2.498	1,991	.015

Sumber data: Diolah oleh peneliti, 2021

Hasil uji parsial (tabel 2) masing-masing variabel memiliki nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} (1,991) dan nilai $sig.(p) < 0,05$ yaitu variabel kepercayaan $5,623 > 1,991$ ($sig.0,0 < 0,05$), variabel kemudahan $3,644 > 1,991$ ($sig.0,0 < 0,05$), variabel keamanan $2,498 > 1,991$ ($sig.0,0 < 0,05$), sehingga menyimpulkan semua memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Tabel 3. Nilai F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	766.670	3	255.557	98.233	.000 ^b
	Residual	197.717	76	2.602		
	Total	964.387	79			

a. Dependent Variable: minat
b. Predictors: (Constant), keamanan, kemudahan, kepercayaan

Tabel 4. Nilai R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.795	.787	1.613
a. Predictors: (Constant), keamanan, kemudahan, kepercayaan				
b. Dependent Variable: minat				

Sumber data : Diolah oleh peneliti, 2021

Selain itu, dari hasil uji-F (tabel 3), juga diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($98,233 > 2,72$) dengan nilai sig. (p) $0,00 < 0,05$, juga menyimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa STIE Nobel Indonesia menggunakan *e-wallet*. Dari hasil uji Koefisien determinasi (R²) (tabel 4) diperoleh hasil 0,795 yang berarti sebesar 79,5% ketiga variabel independen (keamanan, kemudahan, dan kepercayaan) mempengaruhi variabel dependen (minat), sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel-variabel kepercayaan (X₁) ($t_{hitung} 5,623 > t_{tabel} 1,991$; nilai sig.(p) $0,00 < 0,05$), variabel kemudahan (X₂) ($t_{hitung} 3,644 > t_{tabel} 1,991$; nilai sig.(p) $0,00 < 0,05$), variabel keamanan ($t_{hitung} 2,498 > t_{tabel} 1,991$; nilai sig.(p) $0,015 < 0,05$) secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*, yang berarti semua hipotesis diterima. Hal ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Artini (2019) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik pada aplikasi OVO (studi kasus pada mahasiswa ekonomi islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara)” yang menyatakan bahwa faktor kepercayaan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi OVO. Hal ini dikarenakan kepercayaan, kemudahan, dan keamanan berperan penting dalam mengambil suatu keputusan. Saat mahasiswa merasa percaya pada keamanan layanan aplikasi OVO, maka mereka akan memberikan kepercayaan terhadap saldo atau uang mereka disimpan pada aplikasi tersebut. Dan saat mahasiswa merasa aplikasi OVO memberikan kemudahan dalam mengoperasikan sistemnya, maka mereka akan sering menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu berdasarkan tabel hasil uji F (uji simultan) diperoleh nilai sebesar $F_{hitung} 98,233 > F_{tabel} 2,72$ dengan nilai sig.(p) sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti kepercayaan (X₁), kemudahan (X₂), dan keamanan (X₃) secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Y) yang juga berarti hipotesis diterima. Hal ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2020) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia”. Hal ini terjadi, dimana tingkat kemudahan tinggi, maka mahasiswa akan selalu menggunakan

e-money, selanjutnya setelah konsumen merasa mudah menggunakan *e-money* mereka secara tidak langsung akan memiliki kepercayaan tinggi terhadap keamanan untuk memberikan informasi dan mempercayakan uang pribadi mereka terhadap pihak *e-money*.

Hasil lain dari penelitian ini yaitu pengujian regresi berganda menyimpulkan bahwa variabel dengan nilai paling tinggi dibandingkan dengan nilai koefisien variabel bebas lainnya adalah kepercayaan (X_1) dengan nilai koefisien sebesar 0,647, sehingga dapat dikatakan paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Sedangkan kemudahan (X_2) memiliki nilai sebesar 0,353 dan untuk keamanan (X_3) sebesar 0,245. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh penelitian Pavlou dan Rizky (2019) bahwa keberhasilan transaksi di internet besar dipengaruhi oleh adanya faktor kepercayaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Safitri (2020) yang membuktikan bahwa faktor kepercayaan yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO dibandingkan dengan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, berikut adalah kesimpulan yang bisa diambil:

1. Secara parsial variabel Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Keamanan (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat menggunakan *E-wallet* (Y) pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia.
2. Secara simultan variabel Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), dan Keamanan (X_3) berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan *E-wallet* (Y) pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia.
3. Kepercayaan (X_1) adalah variabel dengan nilai paling tinggi dibandingkan dengan nilai koefisien variabel bebas lainnya sehingga dapat dikatakan paling berpengaruh secara dominan terhadap Minat menggunakan *E-wallet* (Y) pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, nilai R menunjukkan angka 0,892 dan koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,795, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan keamanan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *E-wallet* (Y) pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia sebesar 79,5%. Sedangkan sisanya (20,5%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini. Variabel tersebut bisa saja berdasarakan faktor manfaat atau kegunaan, faktor kenyamanan, dll.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dirangkum untuk penelitian ini, maka saran yang bisa berikan antara lain:

1. Bagi pembaca diharapkan bisa memberikan wawasan atau pengetahuan mengenai kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *E-wallet* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa menjadikan penelitian ini sebagai acuan atau bahan perbandingan dalam melakukan penelitian.
3. Bagi pihak penyedia layanan *E-wallet* mungkin bisa meningkatkan kinerja dan menyebarkan e-marchant sebanyak-banyaknya di seluruh penjuru daerah agar bisa lebih berkembang. Karena melihat dari item kuesioner variabel kemudahan “Uang elektronik pada aplikasi *E-wallet* dapat digunakan di marchant mana saja” banyak

mahasiswa yang memilih tidak setuju, yang berarti menurut mahasiswa penyebaran marchant *e-wallet* belum sepenuhnya merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, E.A. & Aliyudin, R.S. (2020). *Kesadaran dan Persepsi Usaha Kecil dan Menengah terhadap Crowdfunding Syariah* (Skripsi). Diunduh dari <http://conference.unika.ac.id/index.php/fra2020/FRA/paper/view/349>
- Artini. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi Islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara)*. Medan: Skripsi.
- Bank Indonesia. (2020). Uang Elektronik. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>. Diunduh pada tanggal 25 Desember 2020.
- Gumiwang, R. (2018). *Fintech Lending, Pinjam Meminjam Online yang Makin Menjamur*. Diunduh dari <https://tirto.id/fintech-lending-pinjam-meminjam-online-yang-makin-menjamur-cDpo%3e%20%5bDiakses>
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaya, C., & Fitrijanti, T. (2019). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5 (3), 326-333.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-Wallet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik*, 3 (2), 189-205.
- Safitri, D. A. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan OVO. Surakarta: Skripsi.
- Samosir. (2020). *Penelitian Ipsos: Evolusi Dompert Digital Menuju Keberlanjutan Bisnis* (Press release). Diunduh dari https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf.
- Suhud, W. R. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6 (1), 440-456.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV (2), 29-41.
- Welianto, A. (2019, 12 16). Kompas.com. Diambil kembali dari Pengertian Industri 4.0 dan Penerapannya di Indonesia: <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/16/160000169/pengertian-industri-4.0-dan-penerapannya-diindonesia?page=all>