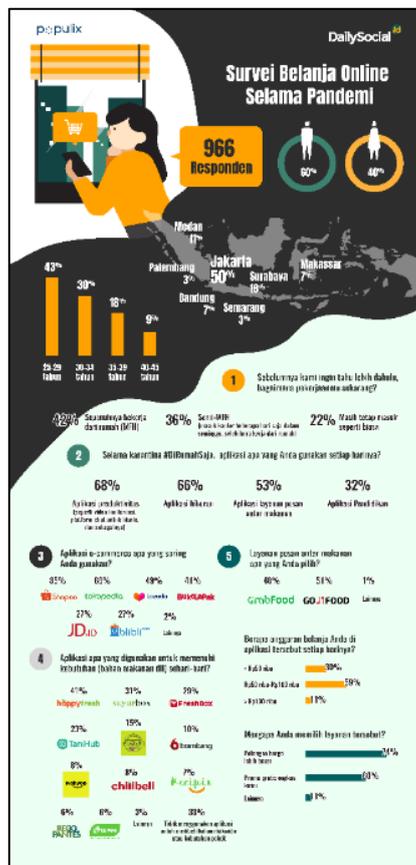


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terjadinya *covid-19* pada tahun 2020 menyebabkan masyarakat Indonesia mengalami Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal tersebut juga berakibat kesulitan masyarakat dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, salah satunya dalam membeli makanan. Makanan merupakan salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Pada akhirnya, masyarakat harus memiliki cara alternatif agar tetap dapat membeli makanan tanpa harus keluar rumah atau ke tempat makan maupun restoran. Kemudian, pada saat yang tepat marketplace muncul sebagai solusi atas kesulitan masyarakat yang sulit keluar rumah untuk berbelanja atau membeli makanan pada saat pandemi. Lalu, marketplace seperti Gojek dan Grab ramai digunakan oleh masyarakat di Indonesia untuk memesan makanan dan minuman.



Gambar 1.1 Data Infografis Belanja Online

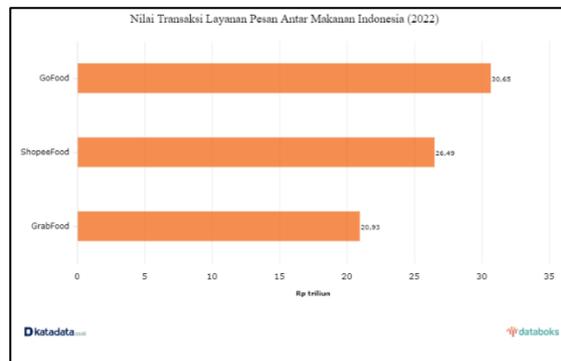
Sehingga, terjadilah fenomena atau *trend* pesan makanan atau minuman dari rumah. Berdasarkan data infografis (**Gambar 1.1**) yang diperoleh dari lembaga survey *dailysocial* dan *Populix* tahun 2020, Grab dan Gojek memiliki persaingan yang cukup ketat yaitu memperoleh persentase 49% dan 51% layanan pesan antar makanan yang dipilih oleh masyarakat. Dari hasil survey tersebut, Shopee sebagai salah satu *platform e-commerce* tiga teratas di Indonesia menganalisa persaingan yang sedang terjadi antara Grab dan Gojek yang sudah memiliki layanan pesan antar makanan sejak lama. Kemudian, Shopee menciptakan layanan pesan antar makanan yang bernama ShopeeFood. Dan hal tersebut, tentu semakin menambah persaingan layanan pesan antar makanan yang sebelumnya sudah terjadi pada Gofood dan Grabfood.



Gambar 1.2 Data Infografis Persaingan Bisnis 2020

Selain itu, berdasarkan data infografis (**Gambar 1.2**) yang diperoleh dari lembaga survey *katadata*, Shopee meluncurkan ShopeeFood pada platform Shopee serta merekrut pengemudi sejak tahun 2020. Dari data tersebut menyatakan bahwa Shopee benar-benar ingin bersaing dengan Grabfood dan Gofood dalam bidang layanan pesan antar makanan. Terbukti dengan data terbaru (**Gambar 1.3**) yang dilansir oleh “*Tenggara Strategics*” dan “*databooks*”, ShopeeFood memiliki nilai tertinggi kedua dalam nilai transaksi layanan pesan antar makanan Indonesia yaitu

senilai Rp. 26,49 triliun rupiah serta memiliki nilai tertinggi aplikasi yang banyak dimiliki konsumen Indonesia sejumlah 72% konsumen [1]. Tentu hal tersebut membuktikan bahwa ShopeeFood mampu bersaing dan mengalahkan GrabFood sebagai layanan pesan antar yang lebih dulu muncul.



Gambar 1.3 Grafik Nilai Transaksi ShopeeFood

Dari permasalahan yang telah dipaparkan, peneliti sangat tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang akan menganalisis pengukuran kepuasan pengguna layanan pesan antar ShopeeFood di Kota Surabaya dengan mengimplementasikan *Information System Succes Model DeLone & McLean* dengan judul penelitian **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI SURABAYA PADA FITUR LAYANAN PESAN ANTAR SHOPEEFOOD MENGGUNAKAN DELONE & MCLEAN”**. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kota Surabaya memiliki tujuan untuk mengetahui dari faktor apakah yang mempengaruhi pengguna layanan antar pesan ShopeeFood dengan metode *Information System Succes Model DeLone & Mc Lean*. Penelitian ini juga menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Metode tersebut digunakan untuk mengolah dan menguji hubungan antar variabel yang digunakan di dalam penelitian. Menurut penelitian (*D. Wintana et.al*), *Information System Succes Model DeLone & McLean* dapat menguji atau meneliti kepuasan pengguna terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, manfaat bersih, serta penggunaan [2]. Sedangkan, model lain tidak memiliki aspek tersebut. Seperti halnya model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menguji persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan teknologi, tetapi tidak dapat mengukur kepuasan pengguna terhadap sistem.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, rumusan masalah dalam penelitian ini terdapat menjadi dua bagian, yaitu rumusan masalah secara umum dan khusus. Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh fitur layanan pesan antar Shopeefood sebagai fitur baru berdasarkan kepuasan pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di Surabaya. Sedangkan rumusan masalah secara khusus disebutkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Information Quality* terhadap *Use*?
2. Bagaimana pengaruh *Information Quality* terhadap *User Satisfaction*?
3. Bagaimana pengaruh *System Quality* terhadap *Use*?
4. Bagaimana pengaruh *System Quality* terhadap *User Satisfaction*?
5. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Use*?
6. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *User Satisfaction*?
7. Bagaimana pengaruh *Use* terhadap *User Satisfaction*?
8. Bagaimana pengaruh *User Satisfaction* terhadap *Net Benefits*?
9. Bagaimana pengaruh *Use* terhadap *Net Benefits*?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Pada penelitian ini, tujuan penelitian dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu tujuan umum dan khusus. Adapun tujuan umum dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh fitur layanan pesan antar Shopeefood sebagai fitur baru berdasarkan kepuasan pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di Surabaya. Sedangkan tujuan secara khusus disebutkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Information Quality* terhadap *Use*
2. Untuk mengetahui pengaruh *Information Quality* terhadap *User Satisfaction*
3. Untuk mengetahui pengaruh *System Quality* terhadap *Use*
4. Untuk mengetahui pengaruh *System Quality* terhadap *User Satisfaction*
5. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Use*
6. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *User Satisfaction*
7. Untuk mengetahui pengaruh *Use* terhadap *User Satisfaction*
8. Untuk mengetahui pengaruh *User Satisfaction* terhadap *Net Benefits*
9. Untuk mengetahui pengaruh *Use* terhadap *Net Benefits*

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yang diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak:

1. Manfaat bagi peneliti

Dapat mengetahui nilai kepuasan pengguna ketika fitur layanan pesan antar Shopeefood di dalam aplikasi *e-commerce* Shopee dan memberikan usulan peningkatan layanan ke pihak kantor Shopeefood jika terdapat ketidakpuasan terhadap fitur layanan pesan antar Shopeefood oleh pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.

2. Manfaat bagi mitra Shopeefood di Kota Surabaya

Dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur layanan pesan antar pesan antar Shopeefood. Pihak Shopeefood Surabaya juga dapat mengembangkan atau meningkatkan layanan jika terdapat faktor yang terbukti signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna dari penggunaan fitur layanan pesan antar Shopeefood di Kota Surabaya.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka terdapat beberapa batasan ruang lingkup masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada fitur layanan pesan antar Shopeefood didalam aplikasi *e-commerce* Shopee.
2. Penelitian ini memiliki kriteria responden yaitu pengguna yang aktif berbelanja dan pernah menggunakan fitur layanan pesan antar Shopeefood didalam aplikasi *e-commerce* Shopee.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur layanan pesan antar Shopeefood pada aplikasi *e-commerce* Shopee di Surabaya menggunakan model Delone & McLean.
4. Secara metode, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui kuisisioner dan penyebarannya dilakukan secara online.