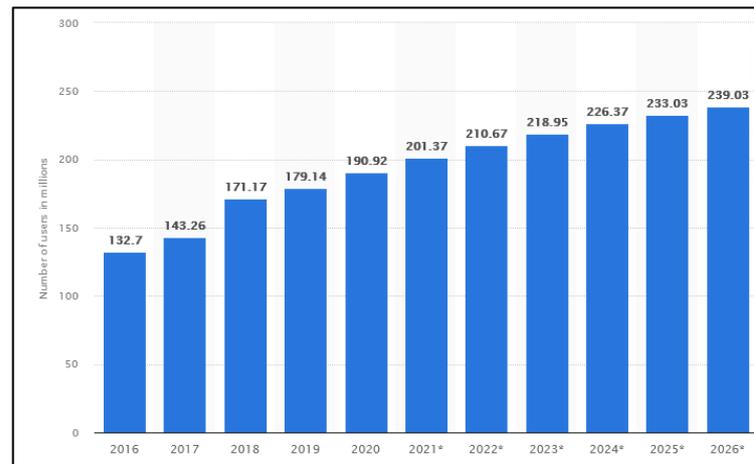


# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi pada era globalisasi ini menjadi hal yang tidak bisa kita pungkiri telah berkembang secara pesat. Dengan berjalannya waktu teknologi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, menurut (M. Maryono dalam Karim et al., 2020) teknologi merupakan sebuah perkembangan benda/peralatan yang dapat membantu manusia dengan menyelesaikan persoalan dan permasalahan yang ada. Adanya perkembangan teknologi yang signifikan di masyarakat, dapat mengubah sifat-sifat tradisional pada masyarakat dan berkembang menjadi masyarakat yang modern. Era revolusi industri 4.0 telah menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi siber, membentuk hubungan antara manusia, mesin, dan data yang dikenal sebagai *Internet of Things* (IoT). Internet kini menjadi elemen penting dalam berbagai aktivitas masyarakat dari komunikasi, akses informasi, belanja daring, hingga pemesanan makanan secara daring. Dalam konteks ini, kemunculan toko daring (*e-commerce*) telah memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional.



**Gambar 1.1 Pengguna internet di Indonesia tahun 2016-2026**  
**Sumber: www.statista.com**

Berdasarkan gambar 1.1 penduduk di Indonesia pada tahun 2021 dalam menggunakan internet hampir 213 juta pengguna, jumlah ini akan terus meningkat menjadi 239 juta pada tahun 2026. Dengan peningkatan penggunaan internet di Indonesia menyebabkan pemilik-pemilik usaha berdagang melalui internet, yang menyediakan barang ataupun jasa yang biasa disebut dengan toko daring (*e-commerce*). Adanya toko daring (*e-commerce*) yang dapat diakses penjual dan pembeli dapat memudahkan usaha yang sebelumnya harus berusaha lebih besar dalam mencari barang dan jasa ataupun menjual barang atau jasa dengan teknik konvensional.

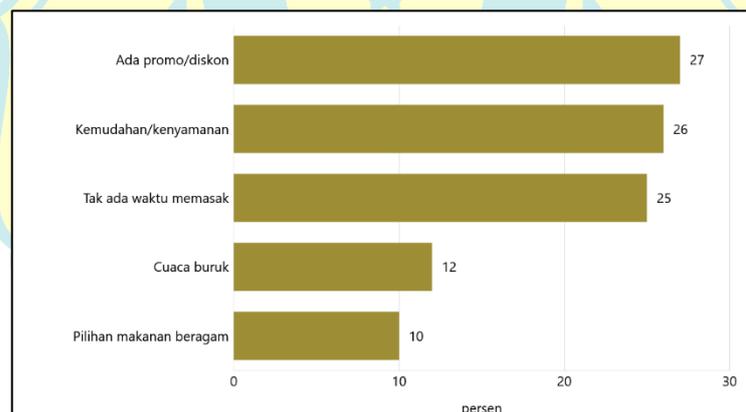
*Intelligentia - Dignitas*

Shopee di Indonesia sebagai toko daring baru pesaing Bukalapak dan Tokopedia yang pada saat itu mulai meluncurkan aplikasinya pada Desember 2015. Dengan berkembangnya Shoppe di Indonesia, Shoppe memperkenalkan layanan baru ini pada April 2020 yang mengambil sistem jasa layanan pesan antar makanan yang disebut oleh Shoppe Food. Shoppe Food awalnya bekerja sama dengan Grab dan Gojek yang juga bergerak di

jasa pengantaran makanan. Namun dikarenakan Shopee Food serius dalam mengembangkan fitur baru nya, dengan mulai merekrut mitra kurir yang dibuka pertama kali pada 25 November 2020. Awalnya Shoppe Food hanya beroperasi di daerah Jakarta pada tahun awal tahun 2021, lalu pada 3 Mei 2021 memperluas jangkauannya pada wilayah Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Diakhir tahun 2021 Shopee Food akan memperluas lagi jangkauannya di daerah Bali, Makassar, Palembang, Manado, dan Medan. Shopee Food menawarkan berbagai kemudahan bagi pengguna dalam memesan makanan secara praktis, cepat, dan efisien hanya melalui perangkat mobile. Pengguna cukup mengakses aplikasi, memilih makanan, melakukan pembayaran secara digital, dan pesanan akan diantar ke lokasi yang diinginkan. Namun, seiring meningkatnya penggunaan layanan ini, muncul pertanyaan penting terkait persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan tingkat kepercayaan (*trust*) terhadap sistem Shopee Food, baik dari aspek keamanan transaksi, kualitas layanan, hingga keakuratan informasi.

Tingkat kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan tingkat kepercayaan (*trust*) merupakan peran penting dalam membangun pengalaman pengguna dalam penggunaan layanan Shopee Food. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat diartikan sebagai pandangan pengguna mengenai kemudahan dalam menggunakan platform Shopee Food dalam memesan makanan. Semakin mudah pengguna menggunakan platform Shopee Food untuk memesan makanan, semakin

tinggi pula tingkat kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakan oleh pengguna. Dengan meningkatnya kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) pada pengguna, dapat memunculkan rasa kepercayaan (*Trust*) pada pengguna platform Shopee Food. Dengan meningkatnya kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) pada pengguna, tingkat kepercayaan (*trust*) yang terus berkembang dapat meningkatkan rasa aman pengguna untuk menggunakan Shopee Food dalam memesan makanan online. Data ini diperkuat dengan adanya presentase pada tabel dibawah:



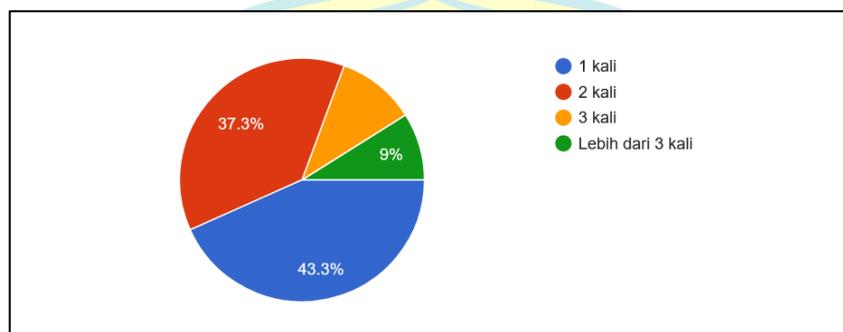
**Gambar 1.2 Alasan penggunaan layanan pesan antar makanan secara daring**  
**Sumber: katadata.co.id**

Dapat dilihat bahwa selain dengan adanya promo dan diskon yang menjadi tolak ukur penggunaan layanan pesan antar makanan secara online, kenyamanan dan kemudahan menjadi alasan nomor dua. Shopee Food menawarkan kemudahan akses kapan saja dan di mana saja, sehingga pengguna dapat memesan makanan tanpa terikat waktu atau lokasi tertentu. Antarmuka aplikasi yang bersih dan intuitif memudahkan siapa pun, termasuk pengguna baru, untuk menemukan restoran favorit dan menu yang

diinginkan hanya dengan beberapa ketukan. Fitur rekomendasi otomatis menampilkan pilihan makanan yang sering dipesan atau sedang populer, sehingga mempercepat proses pemilihan. Integrasi ShopeePay memungkinkan pembayaran cepat tanpa harus memasukkan ulang data, menambah kenyamanan dan keamanan transaksi. Beragam promo dan diskon eksklusif secara rutin memberikan nilai lebih bagi pengguna, membantu menghemat anggaran makan sehari-hari. Terakhir, serta layanan pelanggan yang responsif dan sistem rating-ulasan yang transparan memastikan pengalaman pemesanan yang andal dan memuaskan. Penelitian (Setyoadi & Rusyda, 2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopee Food sebesar 51,4%, dan kepercayaan terhadap kualitas layanan turut memperkuat keputusan penggunaan fitur tersebut. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada populasi umum, seperti pengguna di wilayah Bekasi, tanpa menyoroti kelompok pengguna profesional dengan karakteristik kerja yang unik, seperti tenaga kependidikan tidak tetap di lingkungan kampus.

Tenaga Kependidikan Tidak Tetap (Tenik Non-PNS) di lingkungan Universitas Negeri Jakarta merupakan kelompok pengguna yang unik untuk diteliti. Mereka merupakan bagian dari sivitas akademika yang aktif dalam kegiatan kampus namun tidak berstatus sebagai pegawai tetap. Mobilitas dan kesibukan kerja mereka mendorong kebutuhan akan layanan praktis seperti Shopee Food. Oleh karena itu, penting untuk

memahami sejauh mana kemudahan penggunaan aplikasi ini dan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan yang ditawarkan, terutama dalam konteks kebutuhan sehari-hari dan efisiensi waktu kerja. Dalam pra-penelitian yang dilakukan pada Oktober-Desember 2023 pengguna Shopee Food yaitu Tenaga Kependidikan Tidak Tetap dalam bertransaksi pada kisaran 1-2 kali dalam 1 minggu menurut grafik dibawah ini:



**Diagram 1.1 Pengguna Shopee Food dalam kurun waktu 1 Minggu**

Hasil dari grafik diatas menyatakan bahwa pengguna Shoppe Food yaitu tenaga kependidikan tidak tetap melakukan transaksi pemesanan sebanyak 1 kali dalam seminggu sebanyak 43.3 % dan 2 kali sebanyak 37.3 %. Layanan pengantar makanan diminati oleh masyarakat khususnya tenaga kependidikan universitas negeri Jakarta. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, faktor yang paling memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan ini adalah adanya promo menarik yang ditawarkan, dengan 73.1% responden menganggap promo sebagai alasan utama mereka menggunakan layanan tersebut. Selain itu, harga yang lebih murah menjadi faktor kedua yang cukup signifikan dengan 19.4% responden memilihnya. Meskipun demikian, kecepatan pengiriman dan kemudahan layanan instan

memiliki pengaruh yang lebih kecil, dengan hanya 6% dan 1.5% responden yang memilihnya sebagai alasan utama.

Menurut survei yang dilakukan pada kalangan tenaga kependidikan Shopee Food mendominasi dengan 37.3% penggunaan, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memilih platform kedua ini untuk kebutuhan pesan antar makanan mereka. Sementara itu, Go-Food menyumbang 56.7%, menunjukkan bahwa ini adalah pilihan terbanyak setelah Shopee Food. Grab Food, di sisi lain, hanya mencatatkan angka 6%, yang mengindikasikan bahwa penggunaannya relatif lebih rendah dibandingkan dua platform lainnya. dengan kekurangan Shopee Food dan kelebihan Go-food dalam memberikan kenyamanan berupa promo, aplikasi yang ringan, kecepatan pengiriman, menemukan driver lebih cepat, dan kelengkapan list restoran. berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis lebih jauh lagi mengenai **Tingkat Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna Shopee Food Pada Tenaga Kependidikan Tidak Tetap di Universitas Negeri Jakarta**

#### **B. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang yang saya paparkan, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu Bagaimana tingkat Persepsi Kemudahan penggunaan dan Kepercayaan pengguna Shopee Food pada Tenaga Kependidikan Tidak Tetap di Universitas Negeri Jakarta?

### C. Perumusan Masalah

Dengan latar belakang yang sudah di paparkan, maka perumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana tingkat Persepsi Kemudahan penggunaan dan Kepercayaan pengguna Shopee Food pada Tenaga Kependidikan Tidak Tetap di Universitas Negeri Jakarta?”

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan secara teori terutama studi sosial ataupun seluruh bidang ilmu yang terkait dengan penelitian ini.
  - b. Dapat dijadikan referensi pada penelitian sejenis yang dilakukan di masa yang akan datang
2. Manfaat Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi untuk responden terkait kemudahan penggunaan dan kepercayaan diri dalam memakai Shopee Food.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk seluruh pengguna Shopee Food
  - c. Manfaat praktis bagi peneliti ialah dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan) dan *Trust* (kepercayaan) pada pengguna Shopee Food.