

BAB I

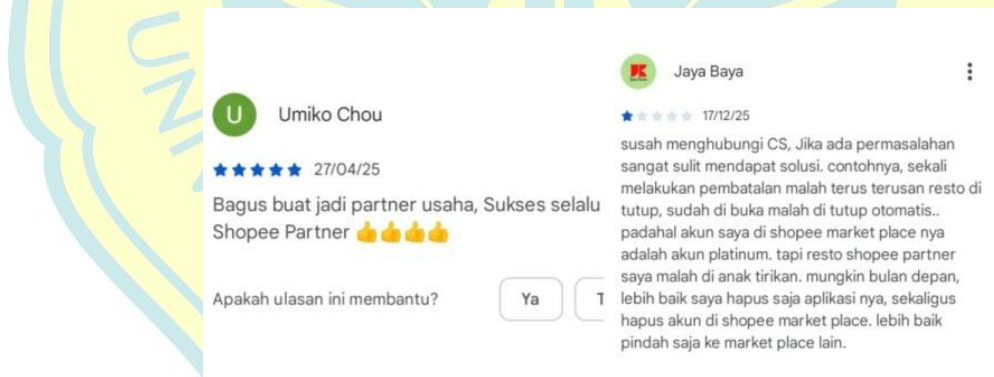
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak pandemi COVID-19, layanan pesan antar makanan mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, sekaligus membuka peluang bagi UMKM kuliner untuk memperluas jangkauan pasar melalui *platform* digital. Salah satu layanan yang turut berperan dalam perkembangan ini adalah Shopee Food, yang diluncurkan oleh Shopee sebagai ekspansi lini bisnis *marketplace* ke sektor makanan dan minuman sejak tahun 2021. Dalam mendukung operasional mitra usahanya, Shopee Food dilengkapi dengan aplikasi Shopee Partner sebagai *platform* manajemen bagi UMKM. Aplikasi tersebut menyediakan berbagai fungsi, seperti pengelolaan pesanan masuk, pengaturan menu, pemantauan penjualan, serta dukungan pemasaran agar UMKM dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Kehadiran Shopee Partner diharapkan membantu meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung pengembangan usaha di tengah meningkatnya preferensi masyarakat terhadap pembelian makanan secara daring.

Pada periode pasca-pandemi, ekosistem layanan pesan antar makanan (*Online Food Delivery*/OFD) turut dimanfaatkan UMKM sebagai saluran distribusi dan strategi menjaga keberlangsungan usaha, terutama karena faktor kenyamanan dan kemudahan penggunaan *platform* yang mendorong keberlanjutan layanan (Yasirandi & Thanasopon, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan platform OFD tidak hanya mengacu pada kebutuhan konsumen, tetapi juga melibatkan proses adaptasi pelaku usaha terhadap sistem digital dalam kegiatan operasional mereka.

Dalam konteks Shopee Food, keberlanjutan penggunaan layanan dari sisi *merchant* berkaitan erat dengan efektivitas aplikasi Shopee Partner sebagai sistem pendukung operasional. Peran Shopee Partner tidak terbatas sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai pendukung utama dari proses bisnis UMKM dalam menerima pesanan, mengelola menu, memantau transaksi, hingga menjalankan strategi pemasaran melalui platform. Oleh karena itu, keberlanjutan penggunaan aplikasi menjadi aspek penting dalam menilai efektivitas sistem digital bagi mitra UMKM Shopee Food, terutama ketika aplikasi tersebut bukan sekadar digunakan secara sementara, melainkan menjadi bagian dari operasional usaha secara berkelanjutan. Fenomena ini dapat diamati melalui umpan balik mitra UMKM terhadap aplikasi, yang memberikan gambaran awal mengenai persepsi, pemanfaatan, dan kecenderungan untuk terus menggunakan sistem tersebut, sebagaimana tercermin dalam ulasan pada *platform* digital.



Gambar I.1 *Continuance use intention* aplikasi Shopee Partner

Sumber: Google Play Reviews (2025)

Pada Gambar 1.1, terlihat adanya ulasan positif yang mencerminkan *continuance use intention*, di mana mitra menyampaikan bahwa aplikasi Shopee Partner dinilai membantu dalam menjalankan usaha dan layak

digunakan sebagai mitra bisnis. Pengalaman positif tersebut menunjukkan adanya kecenderungan pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi dalam aktivitas operasional sehari-hari.

Namun, terdapat pula ulasan dengan nada negatif yang mengungkapkan beragam kendala dalam penggunaan aplikasi maupun layanan Shopee Partner. Beberapa keluhan yang muncul berkaitan dengan proses pelayanan yang dianggap tidak efisien, seperti sulitnya menghubungi *customer service*, penanganan masalah yang berbelit, serta prosedur administratif yang rumit. Pada beberapa kasus, mitra juga menyampaikan keberatan terhadap kebijakan promosi dan biaya platform yang dinilai memberatkan, misalnya potongan promo yang tinggi, proses penghentian program promosi yang memakan waktu, hingga ketentuan operasional yang menimbulkan kerugian ketika pesanan dibatalkan. Keluhan tersebut menunjukkan bahwa sebagian mitra merasa penggunaan platform menjadi kurang fleksibel dan kurang menguntungkan. Kondisi ini dapat mengurangi kenyamanan dan kepuasan dalam beroperasi, sehingga mendorong munculnya pertimbangan untuk menghentikan penggunaan layanan atau beralih ke *platform* kompetitor seperti GoFood dan GrabFood yang dinilai menawarkan skema operasional dan biaya yang lebih sesuai bagi penjual. Perbedaan pengalaman pengguna ini mengindikasikan bahwa *continuance use intention* pada mitra UMKM Shopee Food belum terbentuk secara konsisten.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, *continuance use intention* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain *system quality*, *information quality*, *service quality*, *perceived usefulness*, dan *user satisfaction*. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat variabel-variabel tersebut sebagai faktor yang relevan untuk dianalisis dalam konteks penggunaan aplikasi Shopee Partner, guna memahami pengaruhnya terhadap *continuance use intention* mitra UMKM Shopee Food.



Gambar 1.2 *System quality* aplikasi Shopee Partner

Sumber: Google Play Reviews (2025)

Perbedaan tingkat keberlanjutan penggunaan aplikasi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pengguna sangat dipengaruhi oleh berbagai aspek yang melekat pada sistem aplikasi itu sendiri. Salah satu aspek penting yang menentukan keputusan mitra untuk tetap menggunakan aplikasi adalah *system quality*. Kualitas sistem berkaitan dengan kemampuan aplikasi dalam berfungsi secara teknis, kemudahan penggunaan, kejelasan tampilan antarmuka, serta tingkat keandalan dan stabilitas sistem selama digunakan dalam aktivitas operasional.

Ulasan yang ditampilkan pada Gambar 1.2 menunjukkan adanya persepsi pengguna yang beragam terhadap *system quality* aplikasi Shopee Partner. Salah satu ulasan positif menyatakan bahwa aplikasi Shopee Partner dinilai sangat membantu dalam aktivitas penjualan, didukung oleh fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fungsionalitas sistem dan kelengkapan fitur telah memberikan pengalaman penggunaan yang positif bagi sebagian mitra UMKM.

Namun, di sisi lain, ulasan negatif mengungkapkan permasalahan teknis yang cukup signifikan, seperti aplikasi yang lambat saat dibuka, pesanan yang menumpuk tetapi tidak dapat diakses, serta gangguan kinerja meskipun koneksi

internet dalam kondisi baik. Selain itu, beberapa mitra melaporkan bahwa pesanan masuk tidak disertai notifikasi sehingga menghambat respons terhadap pesanan, serta waktu persiapan yang dinilai terlalu singkat. Ditemukan pula keluhan mengenai status toko yang tiba-tiba berubah menjadi tutup secara otomatis meskipun pengaturan jadwal operasional masih dalam kondisi terbuka. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kelemahan pada aspek keandalan, stabilitas, dan akurasi sistem yang berpotensi mengganggu proses operasional mitra UMKM secara langsung. Kondisi ini dapat menurunkan kenyamanan dan kepuasan pengguna, dan pada akhirnya memengaruhi niat mitra untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Shopee Partner dalam jangka panjang. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepuasan pengguna serta memengaruhi niat mitra UMKM untuk mempertahankan penggunaan aplikasi Shopee Partner dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, perlu untuk meneliti bagaimana *system quality* aplikasi Shopee Partner memengaruhi respon, kepuasan, serta keputusan mitra UMKM Shopee Food dalam memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai alat pendukung kegiatan bisnis mereka.



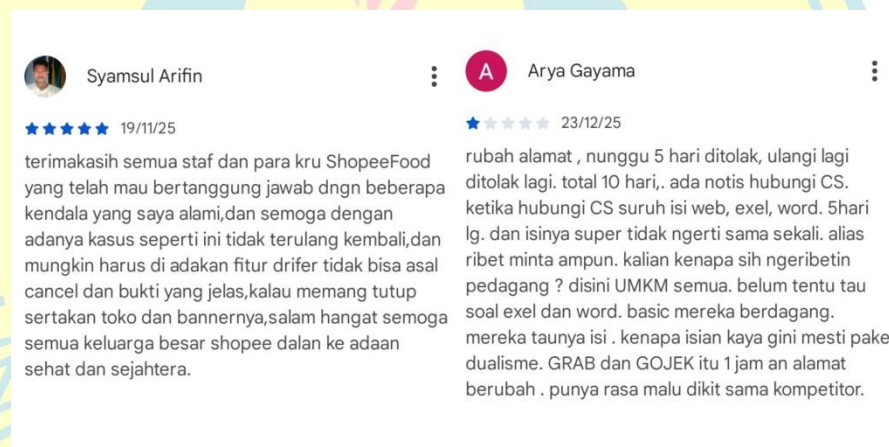
Gambar I.3 *Information quality* aplikasi Shopee Partner

Sumber: Google Play Reviews (2025)

Selain faktor kualitas sistem, kualitas informasi (*information quality*) yang disediakan oleh aplikasi juga berperan penting dalam menunjang keberhasilan suatu sistem digital. *Information quality* berkaitan dengan sejauh mana informasi yang disampaikan aplikasi bersifat jelas, akurat, transparan, relevan, serta memudahkan pengguna dalam mendukung aktivitas operasional bisnis. Pada Gambar 1.3, terlihat adanya ulasan positif yang menunjukkan bahwa informasi yang disajikan melalui aplikasi Shopee Partner dinilai jelas dan mudah dipahami oleh mitra UMKM. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aplikasi mampu menyajikan informasi dasar yang dibutuhkan pengguna secara ringkas dan informatif, sehingga membantu mitra dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari.

Namun, di sisi lain, terdapat pula ulasan negatif yang menyoroti permasalahan terkait kualitas dan akurasi informasi operasional yang disajikan aplikasi. Salah satu ulasan pada Gambar 1.3 mengungkapkan ketidaksesuaian informasi lokasi pengemudi, di mana sistem menunjukkan pengemudi telah sampai di lokasi, padahal secara nyata pengemudi belum berada di tempat. Ketidakakuratan informasi lokasi tersebut dinilai merugikan mitra karena berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, keterlambatan operasional, serta membuka peluang terjadinya tindakan tidak profesional dari pihak pengemudi. Selain itu, pengguna juga menyarankan perlunya informasi yang lebih transparan mengenai mekanisme pelaporan dan sistem penilaian pengemudi oleh pihak restoran, yang menunjukkan bahwa informasi terkait kontrol dan tindak lanjut atas permasalahan operasional belum disampaikan secara optimal oleh aplikasi. Di samping itu, terdapat pula masukan agar aplikasi menyediakan fitur pelacakan pengemudi secara *real-time* dari sisi restoran, guna memastikan bahwa pihak mitra dapat mengetahui status keberangkatan pengemudi dan mempersiapkan pesanan dengan lebih akurat.

Dalam konteks UMKM kuliner, ketidakakuratan informasi dapat berdampak pada kepercayaan mitra terhadap aplikasi serta menghambat pengambilan keputusan bisnis. Perbedaan pengalaman pengguna tersebut mengindikasikan bahwa *information quality* pada aplikasi Shopee Partner masih perlu ditingkatkan agar seluruh informasi yang disajikan bersifat akurat, transparan, konsisten, dan benar-benar mendukung kebutuhan operasional mitra. Oleh karena itu, perlu untuk meneliti sejauh mana kualitas informasi Shopee Partner memengaruhi persepsi serta keputusan mitra UMKM Shopee Food dalam mempertahankan penggunaan aplikasi sebagai *platform* pengelolaan usaha mereka.



Gambar I.4 Service *quality* aplikasi Shopee Partner

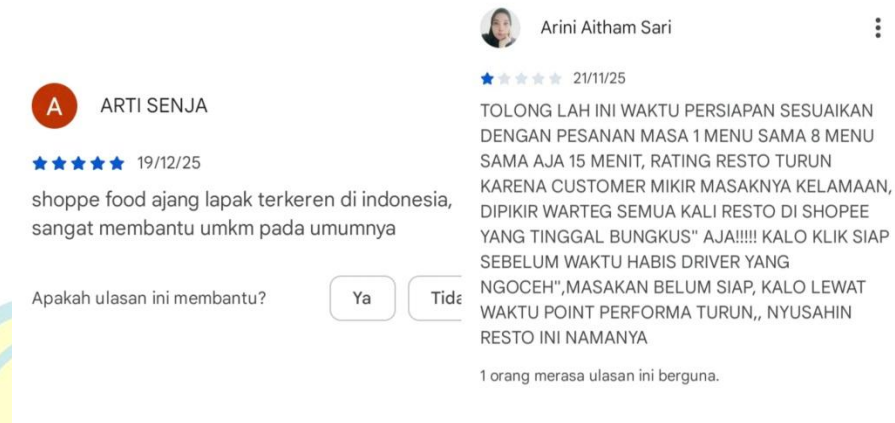
Sumber: Google Play Reviews (2025)

Berikutnya, kualitas layanan (*service quality*) turut menjadi indikator penting dalam mengukur kemampuan penyedia *platform* dalam memberikan dukungan yang responsif, jelas, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Dalam konteks aplikasi Shopee Partner, kualitas layanan tidak hanya diukur oleh kelengkapan fitur aplikasi, tetapi juga dari kemudahan mitra UMKM dalam memperoleh bantuan ketika menghadapi kendala operasional.

Pada Gambar 1.4, terdapat ulasan positif yang menunjukkan bahwa pengguna mengapresiasi peran staf dan kru Shopee Food yang dinilai bertanggung jawab dalam membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra. Ulasan tersebut mencerminkan adanya persepsi positif terhadap kualitas layanan, di mana dukungan yang diberikan dinilai membantu dan memberikan rasa aman bagi mitra dalam menjalankan usaha melalui *platform* Shopee Partner.

Namun, di sisi lain, ulasan negatif juga mengungkapkan permasalahan pada aspek layanan, khususnya terkait proses penanganan keluhan yang dianggap lambat, berbelit, dan kurang solutif. Pengguna mengeluhkan sulitnya menghubungi *customer service* serta prosedur administrasi yang dinilai tidak ramah bagi pelaku UMKM, seperti keharusan mengisi dokumen teknis yang sulit dipahami. Selain itu, terdapat keluhan bahwa komentar merugikan terhadap restoran tidak segera dihapus meskipun telah dilaporkan, serta bahwa respons dari *customer service* maupun tim terkait dinilai sangat lambat dan kurang proaktif dalam menyelesaikan kendala. Pada beberapa ulasan, pengguna juga menyampaikan pengalaman harus berpindah dari *customer service* ke tim *sales* tanpa adanya penyelesaian yang jelas, bahkan membandingkan pelayanan Shopee Partner dengan kompetitor yang dinilai lebih responsif dan lebih cepat dalam menangani permasalahan operasional. Kondisi tersebut menimbulkan ketidakpuasan karena kebutuhan mitra tidak segera ditangani, sehingga memengaruhi persepsi mereka terhadap keandalan layanan yang disediakan oleh *platform*.

Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa *service quality* pada aplikasi Shopee Partner masih menjadi aspek krusial yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Kualitas layanan yang baik berperan penting dalam membangun kepercayaan mitra, meningkatkan kepuasan pengguna, serta mendorong keberlanjutan penggunaan aplikasi Shopee Partner sebagai alat pendukung operasional bisnis UMKM.



Gambar 1.5 *Perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner

Sumber: Google Play Reviews (2025)

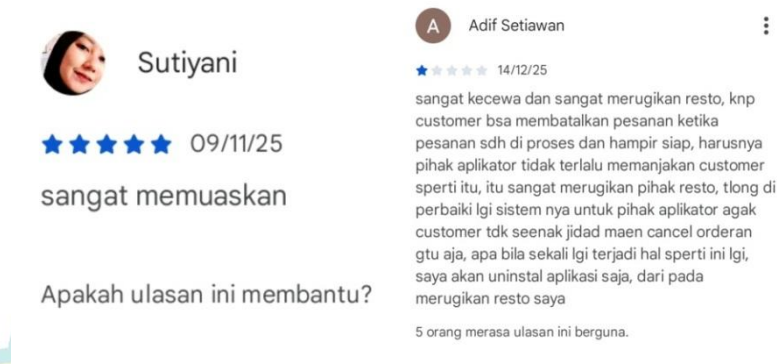
Keberhasilan suatu sistem tidak hanya diukur dari kualitas teknis maupun layanan yang disediakan, melainkan juga dari kemampuan aplikasi tersebut dalam mendukung operasional bisnis para penggunanya secara nyata. *Perceived usefulness* merujuk pada tingkat keyakinan mitra UMKM bahwa aplikasi yang digunakan dapat mendukung meningkatkan kinerja, efisiensi, serta perkembangan usaha mereka. Apabila manfaat yang dirasakan sesuai dengan kebutuhan bisnis, maka kecenderungan mitra untuk terus menggunakan aplikasi akan semakin tinggi.

Ulasan yang ditampilkan pada Gambar 1.5 menunjukkan adanya persepsi positif terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner. Salah satu ulasan menyatakan bahwa Shopee Food melalui Shopee Partner dinilai sebagai ajang lapak yang dikenal luas dan mampu membantu UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih besar. Persepsi tersebut mencerminkan bahwa sebagian mitra merasakan manfaat aplikasi dalam mendukung kegiatan usaha, khususnya dalam meningkatkan visibilitas bisnis serta peluang penjualan. Hal

ini menunjukkan bahwa aplikasi Shopee Partner dinilai memiliki kontribusi positif terhadap pengembangan usaha mitra.

Namun di sisi lain, terdapat ulasan negatif yang menunjukkan bahwa aplikasi justru dianggap menyulitkan proses operasional mitra sehingga manfaat yang diharapkan tidak sepenuhnya tercapai. Beberapa mitra menilai bahwa durasi waktu persiapan pesanan terlalu singkat untuk jenis menu tertentu, sehingga menimbulkan tekanan operasional dan potensi penurunan performa apabila pesanan melewati batas waktu sistem. Selain itu, aplikasi dilaporkan sering tidak memberikan notifikasi pesanan masuk, yang menyebabkan mitra terlambat memproses pesanan dan berdampak pada penurunan performa restoran meskipun kesalahan berasal dari sisi sistem. Terdapat pula keluhan mengenai pesanan yang sudah selesai dibuat namun batal karena tidak ada pengemudi yang mengambil pesanan, sehingga menimbulkan kerugian operasional dan persepsi bahwa aplikasi tidak memberikan nilai manfaat secara optimal dalam mendukung kelancaran bisnis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* aplikasi belum dirasakan secara konsisten oleh seluruh mitra UMKM Shopee Food..

Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner masih dirasakan secara tidak merata oleh mitra UMKM Shopee Food. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana persepsi manfaat yang dirasakan mitra memengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner dalam menunjang aktivitas bisnis sehari-hari.



Gambar I.6 *User satisfaction* aplikasi Shopee Partner

Sumber: Google Play Reviews (2025)

Kepuasan pengguna (*user satisfaction*) berperan sebagai salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan penerapan suatu sistem digital, khususnya dalam konteks aplikasi pendukung operasional UMKM. Tingkat kepuasan ini terbentuk dari kesesuaian antara ekspektasi mitra dengan pengalaman aktual yang dirasakan selama menggunakan aplikasi. Apabila sistem mampu memberikan kemudahan, keadilan, serta mendukung kelancaran operasional usaha, maka kepuasan pengguna cenderung berada pada tingkat yang positif.

Berdasarkan ulasan yang ditampilkan pada Gambar 1.6, terlihat adanya mitra yang memberikan penilaian sangat baik terhadap aplikasi Shopee Partner. Pengguna tersebut menyatakan bahwa layanan yang diberikan dirasa memuaskan, yang tercermin dari pemberian *rating* tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mitra merasakan pengalaman penggunaan yang positif, di mana aplikasi mampu mendukung kebutuhan usaha dan memenuhi ekspektasi pengguna, sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan Shopee Partner.

Namun demikian, tidak semua pengguna menunjukkan tingkat kepuasan yang serupa. Sebagian mitra mengungkapkan kekecewaan karena merasa dirugikan oleh sistem aplikasi, terutama pada aspek operasional dan dukungan layanan. Keluhan muncul terkait pembatalan pesanan yang terjadi ketika produk sudah diproses sehingga menimbulkan kerugian dan memunculkan persepsi bahwa sistem lebih berpihak pada pelanggan. Selain itu, waktu persiapan pesanan dinilai terlalu singkat untuk restoran non-siap saji yang memiliki antrean secara langsung sehingga menyulitkan penyelesaian pesanan sesuai batas waktu. Beberapa mitra juga mengeluhkan notifikasi aplikasi yang tidak muncul sehingga pesanan baru diketahui ketika pengemudi sudah tiba, menyebabkan penurunan performa penilaian restoran meskipun keterlambatan bukan berasal dari mitra. Kondisi serupa terjadi ketika pesanan yang telah selesai tidak segera diambil oleh pengemudi dan berujung pembatalan, yang dinilai merugikan proses operasional. Ketidakpuasan juga ditemukan pada penanganan administrasi, seperti keterlambatan pencairan dana, penalti pembatalan yang dianggap tidak proporsional, serta proses perubahan data toko yang berlangsung lama dan ditolak tanpa penjelasan sehingga titik penjemputan menjadi tidak akurat. Rangkaian keluhan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi mitra dengan kualitas sistem dan layanan yang diberikan, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan serta keberlanjutan penggunaan aplikasi..

Perbedaan pengalaman antara pengguna yang merasa puas dan tidak puas tersebut menunjukkan bahwa tingkat *user satisfaction* pada aplikasi Shopee Partner masih bersifat bervariasi. Variasi ini dipengaruhi oleh keadilan sistem, kebijakan operasional, serta dampak langsung yang dirasakan mitra dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut bagaimana tingkat kepuasan pengguna yang terbentuk dari pengalaman penggunaan aplikasi Shopee Partner dapat memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi oleh mitra UMKM Shopee Food.

Melihat adanya temuan yang bervariasi dari ulasan pengguna sebelumnya, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kondisi penggunaan aplikasi Shopee Partner secara langsung dari perspektif mitra. Oleh karena itu, peneliti melakukan pra-survei kepada tujuh mitra Shopee Partner sebagai langkah awal pengumpulan data. Pra-survei ini dilakukan sebagai upaya memperoleh pemahaman awal mengenai permasalahan yang dialami pengguna, sekaligus mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut, khususnya terkait *system quality*, *information quality*, *service quality*, *perceived usefulness*, *user satisfaction*, serta *continuance use intention* terhadap aplikasi Shopee Partner.

Pengumpulan data pra-survei dilakukan menggunakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden menyampaikan pengalaman aktual mereka secara langsung. Hasil dari pra-survei ini menjadi dasar pertimbangan bahwa isu-isu terkait efektivitas dan keberlanjutan penggunaan aplikasi Shopee Partner masih relevan dan layak untuk diteliti secara lebih mendalam dalam penelitian ini.

Tabel I.1 Hasil Pra-Survei *System Quality*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Menurut Anda, bagaimana kualitas sistem pada aplikasi Shopee Partner dalam hal kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan kestabilan saat digunakan untuk operasional usaha?	Selama ini sistem nya sangat baik, memudahkan bagi pelaku usaha , meskipun ada sedikit kendala. Misalnya orderan masuk tanpa bunyi notif, tiba2 pengemudi dtg untuk mengambil pesanan, ini yg selalu sering terjadi.
	Cukup membantu penjualan saya
	Baik
	Cukup baik
	awalnya baik2 saja, kadang suka error/lemot + shopeefood skrg suka tidak bunyi notifikasi pesanan, tbtb driver udh datang.
	Kekurangannya suka lama dapet drivernya, ga paham sistemnya gimana. untuk yg lainnya sih udah cukup mudah
	Sering error aplikasinya

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Hasil pra-survei yang ditampilkan pada Tabel 1.1 mengkaji aspek *system quality* pada aplikasi Shopee Partner, yang mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan akses, serta kestabilan sistem dalam mendukung operasional usaha mitra UMKM.

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 3 dari 7 responden menyatakan bahwa kualitas sistem aplikasi Shopee Partner tergolong baik hingga cukup baik. Penilaian tersebut tercermin dari pernyataan responden yang menyebutkan bahwa aplikasi “cukup membantu penjualan”, serta penilaian umum berupa “baik” dan “cukup baik”. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian mitra menilai aplikasi Shopee Partner relatif mudah digunakan dan dapat menunjang aktivitas operasional usaha.

Namun demikian, sebanyak 4 dari 7 responden mengungkapkan adanya kendala dalam penggunaan aplikasi Shopee Partner. Kendala yang disampaikan meliputi notifikasi pesanan yang tidak muncul atau tidak berbunyi, sehingga mitra baru mengetahui adanya pesanan ketika pengemudi telah tiba di lokasi. Selain itu, responden juga melaporkan bahwa aplikasi sering mengalami *error* atau berjalan lambat, serta adanya keterlambatan dalam proses mendapatkan pengemudi. Salah satu responden menyatakan kurangnya kejelasan terkait mekanisme sistem pencarian pengemudi, yang menimbulkan ketidakpastian dalam proses pemesanan. Temuan pra-survei tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi Shopee Partner masih dirasakan bervariasi oleh mitra UMKM. Meskipun sebagian responden menilai sistem sudah memadai, kendala teknis yang masih terjadi berpotensi menghambat kelancaran operasional usaha. Secara konseptual, kondisi ini menegaskan bahwa kualitas sistem yang stabil dan andal merupakan faktor penting dalam membentuk *user satisfaction*. Apabila permasalahan teknis tersebut terus terjadi, maka hal ini

berpotensi memengaruhi kepuasan mitra serta niat untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner.

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei *Information Quality*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Menurut Anda, apakah informasi yang disediakan aplikasi Shopee Partner akurat, relevan, lengkap, dan diperbarui tepat waktu sesuai kebutuhan operasional usaha Anda?	Lengkap ,sangat lengkap, cukup akurat sesuai kebutuhan Pelaku usaha. Cuma sptnya shopeefood hrs menambah fitur lacak driver, spt 2 aplikasi ijo
	Sampai saat ini cukup membantu
	Baik
	Iya
	titik resto saya pernah salah, pdhl udh sesuai google Maps. bbrp penjual lain yg sy kenal pernah begini jg, mgkin bisa bebenah informasi pembatalan dr driver tidak jelas alasannya, saya prnh dirugikan
	Krg ada fitur lacak driver, sebab sy suka nunggu lama driver tanpa tahu dmn posisinya. Semoga Shopeefood bs tambahin

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Hasil pra-survei yang ditampilkan pada Tabel 1.2 mengkaji aspek *information quality* pada aplikasi Shopee Partner, yang meliputi akurasi, relevansi, kelengkapan, serta ketepatan waktu informasi dalam mendukung operasional usaha mitra UMKM.

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 4 dari 7 responden menyatakan bahwa informasi yang disediakan oleh aplikasi Shopee Partner dinilai baik dan cukup membantu. Penilaian tersebut tercermin dari tanggapan responden yang menyebutkan bahwa informasi yang tersedia “lengkap dan cukup akurat sesuai kebutuhan pelaku usaha”, “cukup membantu”, serta penilaian umum berupa “baik” dan “iya”. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian mitra menilai informasi yang disajikan aplikasi Shopee Partner telah relevan dan mampu menunjang kebutuhan operasional usaha.

Namun demikian, sebanyak 3 dari 7 responden menyampaikan pengalaman negatif terkait kualitas informasi aplikasi Shopee Partner. Keluhan yang disampaikan meliputi ketidakakuratan informasi lokasi usaha, di mana titik restoran dinilai tidak sesuai meskipun telah mengikuti koordinat Google Maps, serta ketidakjelasan informasi terkait pembatalan pesanan oleh pengemudi, yang menyebabkan kerugian bagi mitra karena tidak disertai alasan yang jelas. Selain itu, responden juga mengeluhkan ketiadaan fitur pelacakan pengemudi, yang menyebabkan mitra harus menunggu dalam waktu lama tanpa memperoleh informasi mengenai posisi atau status pengemudi secara *real-time*.

Temuan pra-survei menunjukkan bahwa *information quality* aplikasi Shopee Partner masih dirasakan bervariasi di kalangan mitra UMKM. Meskipun sebagian responden menilai informasi yang disediakan sudah memadai, masih terdapat kekurangan terkait akurasi, kejelasan, serta kelengkapan informasi, khususnya mengenai lokasi usaha, alasan pembatalan pesanan, dan status pengemudi. Secara konseptual, kualitas informasi yang akurat, jelas, dan disajikan tepat waktu merupakan faktor penting dalam membentuk *user satisfaction*. Apabila permasalahan kualitas informasi tersebut tidak diperbaiki, hal ini berpotensi menurunkan kepuasan mitra serta memengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner.

Tabel I.3 Hasil Pra-Survei *Service Quality*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Bagaimana kualitas layanan Shopee Partner dalam hal kecepatan respon, perhatian, dan keandalannya saat Anda membutuhkan bantuan?	pelayanannya masih kurang memuaskan, pernah sehari2 tidak kunjung selesai masalahnya, stlh itu sudah clear
	Belum pernah menemui kendala yg berarti
	Baik
	usaha sy pernah punya masalah dan penyelesaiannya lama
	pernah ngehubungi cs nya dan agak lama prosesnya
	cukup baik

Pertanyaan	Jawaban Responden
	saat itu pencairan dana saya lama diprosesnya sama tim CSnya. masih kurang responnya

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Pada Tabel 1.3, yang merupakan pertanyaan ketiga dalam pra-survei, ditunjukkan persepsi mitra terhadap *service quality* pada aplikasi Shopee Partner, khususnya terkait kecepatan respons, perhatian layanan, serta keandalan bantuan yang diberikan ketika mitra membutuhkan dukungan.

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 3 dari 7 responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan Shopee Partner. Penilaian tersebut tercermin dari pernyataan responden yang menyebutkan bahwa layanan dinilai “baik” dan “cukup baik”. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian mitra menilai layanan bantuan yang disediakan oleh Shopee Partner masih dapat diandalkan dalam menangani permasalahan operasional tertentu.

Selain itu, terdapat 1 dari 7 responden yang memberikan penilaian netral dengan menyatakan bahwa belum pernah menemui kendala yang berarti. Kondisi ini mencerminkan bahwa responden tersebut belum memiliki pengalaman yang memadai untuk menilai secara langsung kualitas layanan bantuan, sehingga persepsinya terhadap *service quality* belum terbentuk secara kuat.

Namun demikian, sebanyak 3 dari 7 responden menyampaikan pengalaman negatif terkait kualitas layanan Shopee Partner. Keluhan yang disampaikan meliputi lamanya proses penyelesaian masalah, respons *customer service* yang dinilai kurang cepat, serta penanganan keluhan yang memerlukan waktu hingga berhari-hari. Beberapa responden juga menyatakan bahwa proses pencairan dana berlangsung lama akibat kurangnya respons dari tim *customer service*. Kondisi ini menunjukkan bahwa dari sisi keandalan dan kecepatan layanan, Shopee Partner masih menghadapi kendala yang dirasakan langsung oleh mitra usaha.

Temuan pra-survei tersebut menunjukkan bahwa *service quality* pada aplikasi Shopee Partner belum dirasakan secara konsisten oleh seluruh mitra UMKM. Ketika layanan bantuan dinilai lambat dan kurang responsif, hal tersebut berpotensi menurunkan *user satisfaction* karena mitra tidak memperoleh dukungan yang memadai saat menghadapi kendala operasional. Sebaliknya, layanan yang responsif dan andal dapat meningkatkan kepercayaan mitra terhadap aplikasi serta memperkuat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan mitra dan pada akhirnya berdampak pada *continuance use intention* terhadap aplikasi Shopee Partner.

Tabel I.4 Hasil Pra-Survei *Perceived Usefulness*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Menurut Anda, apakah aplikasi Shopee Partner bermanfaat dalam mempercepat pekerjaan, mempermudah operasional usaha, dan meningkatkan efektivitas bisnis Anda?	Ya sangat bermanfaat.
	Antara iya dan tidak karena tergantung iklan, sedangkan usaha saya selama ini tidak pernah beriklan
	Ya
	Iya
	ya, sudah membantu, walaupun suka ada kendala
	iya membantu tapi saya pernah dirugikan, karena tiba-tiba terdaftar promo, pdhl tdk pernah daftar promo apapun
	Sudah membantu dan mempermudah namun kadang kurang efektif dalam menerapkan sistem iklan, karena saat sy tidak ada orderan, tetap kepotong biaya iklan yang besar.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Pada Tabel 1.4, yang merupakan pertanyaan keempat dalam pra-survei, ditunjukkan persepsi mitra terhadap *perceived usefulness* aplikasi ShopeePartner, khususnya terkait manfaat aplikasi dalam mempercepat pekerjaan, mempermudah operasional usaha, serta meningkatkan efektivitas bisnis.

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 3 dari 7 responden menyatakan bahwa aplikasi Shopee Partner dinilai bermanfaat dalam mendukung kegiatan usaha. Penilaian tersebut tercermin dari jawaban seperti “ya sangat bermanfaat”, “ya”, dan “iya”, yang mengindikasikan bahwa responden menilai aplikasi memberikan manfaat bagi pelaksanaan proses operasional dan aktivitas bisnis sehari-hari.

Namun demikian, sebanyak 4 dari 7 responden menyampaikan penilaian yang menunjukkan adanya kendala dalam pemanfaatan aplikasi, sehingga manfaat yang dirasakan belum sepenuhnya optimal. Beberapa responden menyatakan bahwa manfaat aplikasi bersifat tidak konsisten karena sangat bergantung pada sistem iklan dan promosi, sementara usaha yang dijalankan tidak selalu menggunakan fitur tersebut. Selain itu, terdapat responden yang mengungkapkan pernah mengalami kerugian akibat terdaftar dalam program promo atau pemotongan biaya iklan secara otomatis, meskipun tidak merasa mendaftar program tersebut. Responden lainnya juga menyatakan bahwa meskipun aplikasi membantu dan mempermudah operasional, sistem iklan dinilai kurang efektif karena biaya iklan tetap terpotong meskipun tidak terdapat pesanan.

Temuan pra-survei tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner masih dirasakan bervariasi oleh mitra UMKM. Meskipun sebagian responden merasakan manfaat aplikasi secara langsung, adanya kendala terkait sistem iklan dan promosi menimbulkan persepsi bahwa manfaat yang diperoleh belum sepenuhnya sebanding dengan biaya atau risiko yang ditanggung mitra. Secara konseptual, kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tidak konsisten dapat memengaruhi *user satisfaction*. Apabila mitra merasa aplikasi tidak memberikan manfaat yang stabil dan adil bagi operasional usaha, maka hal tersebut berpotensi menurunkan kepuasan serta memengaruhi niat mitra untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner.

Tabel 1.5 Hasil Pra-Survei *User Satisfaction*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan kualitas sistem, informasi, dan layanan pada aplikasi Shopee Partner?	Puas. Sangat membantu sekali, sistem infoRmasinnya, iklan nya, dll
	Setengah puas karena sempat mempunyai pengalaman kurang mengenakan dlm hal promo sehingga membuat usaha saya sedikit merugi
	Ya
	Iya
	cukup puas, namun Shopee partner harus banyak perbaiki kendala2 yg terjadi
	belum sepenuhnya puas
	Kurang puas, Shopeefood harus memperbaiki kekurangan2nya.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Pada pertanyaan kelima yang ditampilkan pada Tabel 1.5, ditunjukkan tingkat *user satisfaction* mitra terhadap aplikasi Shopee Partner secara keseluruhan, yang meliputi aspek kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 3 dari 7 responden menyatakan puas terhadap penggunaan aplikasi Shopee Partner. Penilaian positif tersebut tercermin dari jawaban seperti “puas” dan “iya”, yang menunjukkan bahwa bagi sebagian mitra, kualitas sistem, informasi, serta layanan yang disediakan telah mampu mendukung kebutuhan operasional usaha dan memenuhi harapan pengguna.

Namun demikian, sebanyak 4 dari 7 responden menyampaikan tingkat kepuasan yang belum optimal. Beberapa responden menyatakan hanya “setengah puas” karena pernah mengalami pengalaman kurang menguntungkan terkait program promosi yang berdampak pada kerugian usaha. Selain itu,

terdapat responden yang menyatakan “cukup puas, namun masih banyak kendala yang perlu diperbaiki”, “belum sepenuhnya puas”, hingga “kurang puas” karena berbagai kekurangan yang masih dirasakan dalam penggunaan aplikasi Shopee Partner. Keluhan tersebut mencakup permasalahan promosi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi, kendala teknis sistem, serta kualitas layanan yang dinilai belum konsisten.

Temuan pra-survei tersebut menunjukkan bahwa tingkat *user satisfaction* pada aplikasi Shopee Partner masih dirasakan bervariasi di kalangan mitra UMKM. Tingkat kepuasan pengguna ditentukan oleh pengalaman aktual terhadap kualitas sistem, informasi, dan layanan yang diterima. Ketika ketiga aspek tersebut berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan usaha, pengguna cenderung merasa puas. Sebaliknya, ketika masih terdapat kendala seperti kebijakan promosi yang merugikan, gangguan sistem, serta layanan bantuan yang kurang responsif, tingkat kepuasan pengguna menurun. Kondisi ini berpotensi memengaruhi niat mitra Shopee Food untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner.

Tabel I.6 Hasil Pra-Survei *Continuance Use Intention*

Pertanyaan	Jawaban Responden
Apakah Anda berencana untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner ke depannya?	Iya kami akan selalu memakai aplikasi ini (shopee partner)
	Iya
	Ya
	Iya
	Ya akan terus menggunakan.
	Ya dengan harap akan terus diupgrade sistemnya
	Iya

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Hasil pertanyaan keenam pra-survei pada Tabel 1.6 menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki kecenderungan positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan (*continuance use intention*) aplikasi Shopee Partner.

Dari 7 responden, semuanya menyatakan akan tetap menggunakan aplikasi ini ke depannya, dengan alasan mulai dari kebutuhan operasional hingga kebiasaan penggunaan sehari-hari. Respons seperti “iya kami akan selalu memakai aplikasi ini,” “iya,” hingga “ya akan terus menggunakan” menunjukkan bahwa Shopee Partner masih dianggap sebagai platform yang penting dalam menunjang proses bisnis mereka. Meskipun begitu, beberapa responden juga menyampaikan harapan agar aplikasi terus diperbaiki, misalnya melalui komentar seperti “ya dengan harap akan terus di-*upgrade* sistemnya.” Hal ini mengisyaratkan bahwa komitmen untuk tetap menggunakan aplikasi tidak sepenuhnya bergantung pada pengalaman positif semata, tetapi juga pada ekspektasi bahwa kualitas sistem, informasi, dan layanan akan ditingkatkan di masa mendatang.

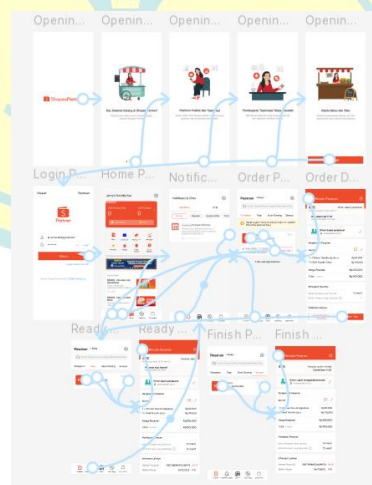
Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee Partner oleh mitra UMKM sudah cukup membantu, tetapi masih terdapat berbagai kendala yang dirasakan dalam penggunaannya. Dari sisi kualitas sistem, aplikasi dinilai cukup mudah digunakan, namun masih sering terjadi masalah seperti notifikasi pesanan yang tidak muncul, sistem yang kadang error atau lambat, serta ketidakjelasan dalam proses mendapatkan pengemudi. Dari sisi kualitas informasi, informasi yang disediakan sebenarnya sudah cukup lengkap dan membantu. Namun, masih ada beberapa masalah seperti lokasi usaha yang tidak akurat, informasi pembatalan pesanan yang tidak jelas, serta belum adanya fitur untuk melacak posisi pengemudi secara langsung, sehingga mitra harus menunggu tanpa kepastian. Pada kualitas layanan, kendala yang paling sering dirasakan adalah lamanya respons dari *customer service* dan proses penyelesaian masalah yang memakan waktu, termasuk dalam penanganan keluhan dan pencairan dana. Hal ini membuat layanan yang diberikan terasa belum maksimal.

Berbagai kendala tersebut juga memengaruhi manfaat yang dirasakan mitra. Meskipun aplikasi membantu operasional usaha, manfaatnya belum

dirasakan secara maksimal karena adanya masalah pada sistem iklan dan promosi, seperti biaya yang terpotong tanpa kejelasan atau dirasa merugikan. Dampaknya, tingkat kepuasan mitra masih belum sepenuhnya baik. Ada yang merasa puas, tetapi banyak juga yang merasa masih kurang puas karena pengalaman yang kurang menyenangkan saat menggunakan aplikasi. Meskipun begitu, semua responden tetap ingin terus menggunakan aplikasi Shopee Partner karena masih dibutuhkan untuk menjalankan usaha mereka. Namun, mereka berharap ke depannya aplikasi ini bisa diperbaiki, terutama dari sisi sistem, informasi, dan layanan.

Dengan demikian, dapat diidentifikasi bahwa masalah utama yang muncul dalam pra-survei adalah masih adanya gangguan pada sistem, informasi yang belum sepenuhnya jelas dan akurat, layanan yang kurang cepat, serta manfaat yang dirasakan belum maksimal. Hal-hal tersebut membuat kepuasan pengguna belum optimal, walaupun mereka tetap memilih untuk terus menggunakan aplikasi.

Berikutnya, pada Gambar 1.7 ditampilkan *mockup* aplikasi Shopee Partner yang merepresentasikan tampilan antarmuka serta alur pengelolaan pesanan yang digunakan mitra usaha dalam kegiatan operasional sehari-hari. Tampilan ini memperlihatkan status operasional restoran, informasi akun



merchant, serta notifikasi pesanan yang masuk secara *real-time* sebagai elemen utama yang mendukung proses kerja mitra.

Gambar I.7 Mockup Aplikasi Shopee Partner

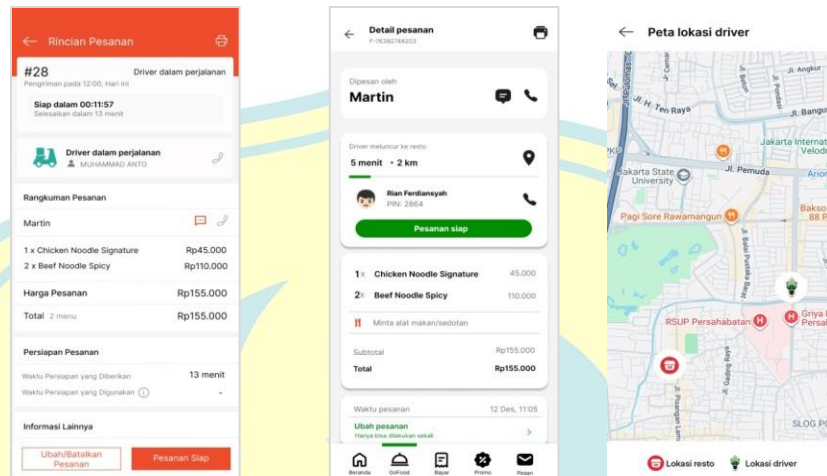
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Mockup aplikasi Shopee Partner diawali dengan tampilan selamat datang yang mengarahkan mitra usaha untuk melakukan proses *log in* sebagai tahap awal penggunaan aplikasi. Setelah berhasil masuk, mitra diarahkan ke halaman utama yang menampilkan informasi operasional usaha. Aplikasi juga menyediakan halaman notifikasi yang berfungsi untuk memberi informasi secara *real-time* terkait adanya pesanan baru. Notifikasi tersebut terhubung langsung dengan halaman pesanan, sehingga mitra dapat melihat pesanan masuk, status pesanan, serta mengakses detail pesanan secara lebih rinci.

Pada halaman pesanan, alur proses ditampilkan secara bertahap mulai dari pesanan diterima, proses persiapan, hingga pesanan siap diambil oleh pengemudi. Setiap tahapan dilengkapi dengan indikator status yang jelas untuk membantu mitra memantau progres pesanan. Penyajian informasi ini memudahkan mitra dalam mengelola aktivitas operasional secara lebih terstruktur dan efisien. Kejelasan alur kerja serta penyajian status pesanan dalam aplikasi mencerminkan peran *system quality* dan *information quality* dalam mendukung kemudahan penggunaan serta ketepatan informasi yang dibutuhkan mitra. Selain itu, keberadaan notifikasi pesanan baru juga merepresentasikan *service quality*, karena membantu mitra merespons pesanan dengan lebih cepat. Apabila sistem berjalan dengan stabil dan informasi yang ditampilkan akurat, mitra akan merasakan manfaat penggunaan aplikasi dalam menunjang operasional usaha (*perceived usefulness*) yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Meskipun demikian, berdasarkan ulasan pengguna, masih ditemukan kendala terkait ketepatan informasi status pengemudi, khususnya ketika pengemudi menyatakan telah sampai di lokasi, namun secara aktual belum

berada di tempat mitra. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian bagi mitra dalam memastikan kesiapan pengambilan pesanan dan berpotensi mengganggu alur operasional.



Gambar I.8 Halaman detail pesanan Shopee Partner dan Fitur ‘Lacak Posisi Driver’ GoFood Merchant

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti mengusulkan penyempurnaan fitur pada aplikasi Shopee Partner berupa penambahan fitur “Lacak Posisi Driver” yang ditampilkan pada halaman detail pesanan, khususnya pada tahap pesanan siap diambil. Fitur ini memungkinkan mitra usaha memantau posisi pengemudi secara *real-time* melalui tampilan peta sederhana. Usulan ini diperkuat melalui perbandingan dengan aplikasi GoFood Merchant yang pada halaman detail pesannya telah menyediakan fitur pelacakan pengemudi secara visual.

Pada GoFood Merchant, status pengemudi tidak hanya ditampilkan dalam bentuk teks, tetapi juga didukung oleh visualisasi lokasi pengemudi yang dapat dipantau secara langsung oleh mitra usaha. Sementara itu, Shopee Partner masih menampilkan informasi status pengemudi secara terbatas tanpa dukungan visual lokasi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa fitur “Lacak

Posisi Driver” berperan penting dalam meningkatkan transparansi dan kejelasan informasi pada tahap pengambilan pesanan. Penerapan fitur “Lacak Posisi Driver” diharapkan mampu memberikan kendali yang lebih baik bagi mitra usaha dalam mengelola alur operasional sebelum penyerahan pesanan kepada pengemudi. Dengan mengetahui posisi pengemudi, mitra dapat menyesuaikan kesiapan pesanan secara lebih tepat, sehingga proses operasional dapat berjalan lebih terkoordinasi dan efisien.

Secara konseptual, penambahan fitur ini berkaitan dengan peningkatan *information quality* melalui penyajian informasi lokasi pengemudi yang akurat dan mudah dipahami, serta *system quality* melalui sistem yang mampu menampilkan data secara *real-time*. Selain itu, fitur ini juga merepresentasikan peningkatan *service quality* dalam mendukung kebutuhan operasional mitra. Peningkatan kualitas tersebut berkontribusi terhadap persepsi kebermanfaatan aplikasi (*perceived usefulness*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*), yang kemudian berdampak pada niat mitra untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner (*continuance use intention*).

Berdasarkan uraian fenomena, ulasan pengguna, serta temuan pra-survei yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi bahwa penggunaan aplikasi Shopee Partner oleh mitra UMKM menunjukkan kondisi yang tidak sepenuhnya seragam. Di satu sisi, aplikasi dinilai mampu memberikan manfaat dalam mendukung operasional usaha, mempermudah pengelolaan pesanan, serta membantu meningkatkan efisiensi kerja. Namun di sisi lain, masih ditemukan berbagai kendala yang berkaitan dengan kualitas sistem, ketepatan informasi, dan kualitas layanan yang dirasakan oleh mitra. Perbedaan pengalaman ini menunjukkan bahwa meskipun Shopee Partner telah berfungsi sebagai alat pendukung bisnis, efektivitas dan keberlanjutan penggunaannya belum terbentuk secara konsisten di kalangan pengguna.

Kondisi tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara persepsi positif terhadap fitur dan manfaat aplikasi dengan pengalaman negatif yang

masih dirasakan oleh sebagian mitra dalam praktik operasional sehari-hari. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor seperti *system quality*, *information quality*, *service quality*, *perceived usefulness*, dan *user satisfaction* belum sepenuhnya optimal dalam membentuk *continuance use intention* pengguna secara berkelanjutan. Dengan demikian, diperlukan kajian empiris yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana masing-masing faktor tersebut berpengaruh terhadap niat mitra UMKM untuk terus menggunakan aplikasi Shopee Partner.

Sejauh pengetahuan peneliti, sebagian besar studi yang berkaitan dengan ekosistem Shopee lebih banyak berfokus pada ShopeePay, SPayLater, aplikasi *e-commerce* Shopee, *website* Shopee, fitur ShopeeFood, serta perilaku konsumen ShopeeFood. Literatur tersebut umumnya menempatkan konsumen sebagai objek utama dengan menekankan aspek kepuasan, minat beli, atau keputusan penggunaan layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Primaputra & Sudaryanto (2023) mengkaji ShopeeFood dari perspektif konsumen dengan menyoroti faktor pemasaran dalam memengaruhi keputusan pembelian. Di sisi lain, Asfiah *et al.*, (2022) meneliti ShopeeFood dari perspektif mitra pengemudi dan berfokus pada faktor sumber daya manusia terhadap kinerja mitra. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa studi mengenai ShopeeFood masih didominasi oleh perspektif konsumen dan mitra pengemudi, sedangkan penelitian yang menelaah pengalaman penggunaan sistem digital dari sisi *merchant* serta keberlanjutan penggunaannya masih relatif terbatas (Yasirandi & Thanasopon, 2025).

Berbeda dengan kajian tersebut, penelitian mengenai Shopee Partner sebagai aplikasi pendukung operasional mitra UMKM ShopeeFood masih terbatas. Penelitian yang dilakukan oleh Yutika (2023) menganalisis niat adopsi awal aplikasi melalui model UTAUT dan belum menelaah penggunaan aplikasi pada tahap pasca-adopsi. Sementara itu, penelitian Dinar Anggit Wicaksana *et al.*, (2024) memposisikan Shopee Partner dalam konteks digital marketing dan

pelatihan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Literatur yang ada menunjukkan bahwa Shopee Partner lebih banyak dikaji dalam konteks adopsi teknologi dan pemanfaatan awal aplikasi.

Sejalan dengan keterbatasan tersebut, hingga saat ini masih jarang ditemukan penelitian yang menganalisis Shopee Partner dari perspektif mitra UMKM dengan menggunakan model DeLone dan McLean Information Systems Success Model dalam menjelaskan pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality*, *perceived usefulness*, dan *user satisfaction* terhadap *continuance use intention*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality*, *perceived usefulness*, dan *user satisfaction* terhadap *continuance use intention* pada aplikasi Shopee Partner. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara akademis dalam pengembangan ilmu di bidang sistem informasi, khususnya dalam konteks aplikasi manajemen bisnis berbasis digital, serta memberikan masukan praktis kepada pengembang *platform* dalam meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan penggunaan aplikasi oleh mitra UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah *system quality* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
2. Apakah *system quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
3. Apakah *information quality* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?

4. Apakah *information quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
5. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
6. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
7. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
8. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance use intention* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?
9. Apakah *user satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance use intention* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *system quality* terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui pengaruh *system quality* terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
3. Untuk mengetahui pengaruh *information quality* terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
4. Untuk mengetahui pengaruh *information quality* terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
5. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *perceived usefulness* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
6. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.

7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.
8. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance use intention* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.

Untuk mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *continuance use intention* aplikasi Shopee Partner pada mitra UMKM di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai referensi dan dasar untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *continuance use intention* dalam konteks penggunaan aplikasi berbasis layanan digital, khususnya pada platform yang digunakan oleh pelaku UMKM.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi akademik sekaligus menambah wawasan bagi mahasiswa maupun peneliti di lingkungan Universitas Negeri Jakarta yang tertarik untuk meneliti topik serupa.