

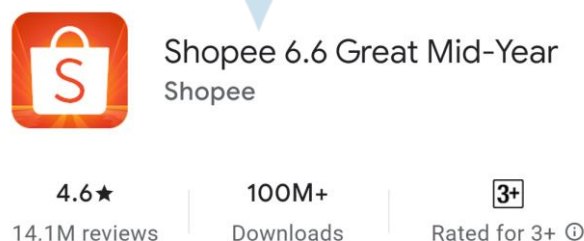
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perubahan dari suatu perdagangan dalam dunia bisnis menjadi serba digital melalui internet yaitu dengan munculnya *e-commerce*. *E-commerce* adalah proses aktivasi transaksi bisnis yang digunakan dari pemanfaatan teknologi internet [1]. Pada hasil survei yang diselenggarakan oleh *We Are Social* pada tahun 2021 menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara tertinggi didunia yang menggunakan layanan *e-commerce*. Sebanyak 88,1% pengguna dari Indonesia yang menggunakan layanan tersebut, lalu disusul oleh negara Inggris dan Filipina [2]. Kemunculan *e-commerce*, mengubah kebiasaan yang ada di dalam masyarakat. Kebiasaan tersebut yaitu dari berbelanja secara langsung berubah menjadi belanja secara *online* yaitu melalui platform *e-commerce*.

Platform *E-commerce* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Shopee yang dilansir berdasarkan data dari SimilarWeb, pada Bulan Desember 2023 yaitu sebanyak 242,2 juta pengguna yang mengunjungi situs Shopee [3]. Hal tersebut menegaskan dominasi Shopee di industri *e-commerce* di Indonesia. Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa Shopee memiliki nilai layanan yang tinggi. Hal ini dapat dipastikan dengan melihat ulasan dan *rating* pada tahun 2024 seperti pada gambar 1.1 dengan versi 3.27.09 dari aplikasi tersebut melalui *google play store* di mana menunjukkan *rating* 4,6 dari 5 [4].



Gambar 1. 1. *Rating* Aplikasi Shopee[4]

Dengan melihat adanya potensi pasar yang terus berkembang dari pengguna yang menggunakan Shopee, maka Shopee mengambil langkah strategis dengan

meluncurkan fitur terbaru yaitu ShopeeFood. Fitur ini diharapkan akan memperluas jangkauan layanan mereka dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi kompetisi di Industri ini. Langkah tersebut menunjukkan komitmen dari Shopee untuk terus berinovasi serta memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat terus berkembang.

ShopeeFood merupakan layanan pesan antar makanan secara *online*, yang diakses melalui aplikasi Shopee [5]. Penggunaan fitur *online food delivery* ini mulai beroperasi pada awal tahun 2021, dengan tujuan untuk memberikan kemudahan untuk memesan makanan. Namun, dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar *online food delivery*, ShopeeFood harus bersaing dengan platform sejenis lainnya, seperti GoFood dari Gojek dan GrabFood dari Grab. Menurut hasil survei yang didapatkan dari *Tenggara Strategic* tahun 2022 awal, GoFood menjadi layanan *online food delivery* yang paling banyak digunakan. Selain itu, sebanyak 50% responden yang memilih GoFood sebagai layanan pesan antar makanan secara online yang mudah diingat [6]. Hasil survei ini menyoroti pentingnya pengalaman pengguna dalam menentukan preferensi mereka terhadap layanan yang akan digunakan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk berhasil bersaing, ShopeeFood perlu fokus terhadap peningkatan pengalaman pengguna, kualitas layanan, dan nilai layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Pengalaman pengguna atau *user experience* merupakan salah satu aspek penting untuk memenuhi kebutuhan pengembangan, dan memastikan bahwa aplikasi atau sistem dapat tersampaikan kepada pengguna. Pemenuhan kebutuhan pengalaman pengguna dalam mengembangkan suatu produk atau aplikasi, tidak lepas dari peran penting yang melibatkan para penggunanya [7]. Pengalaman dari pengguna tersebut, juga menjadi tolak ukur bagi pengembang aplikasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai [8].

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, diketahui bahwa pengalaman pengguna Shopee dapat dinilai dari *play store* sehingga dapat diketahui atau dianalisis. Namun, penilaian terhadap layanan ShopeeFood tidak tersedia atau tidak dapat

di lihat dari *Google play store*. Sehingga, perlu dilakukan analisis pengalaman pengguna untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan layanan ShopeeFood.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan-pertanyaan yang muncul setelah merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu, faktor apa yang mempengaruhi pengalaman pengguna pada layanan ShopeeFood?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Maka berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna layanan ShopeeFood.

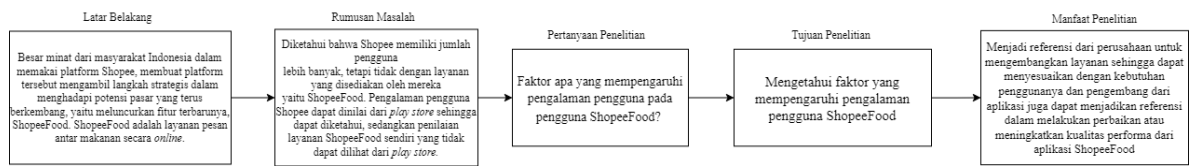
1.5. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan pada pengguna layanan aplikasi Shopee yaitu ShopeeFood, hanya berfokus pada *User Experience*, dan penelitian ini hanya diambil dari data primer.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat menjadi referensi dari perusahaan untuk mengembangkan layanan sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan penggunanya dan pengembang dari aplikasi juga dapat menjadikan referensi dalam melakukan perbaikan atau meningkatkan kualitas performa dari layanan ShopeeFood.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 2. Bagan Keterkaitan

