

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi internet mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memberikan pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan terutama aspek ekonomi. Pengaruh teknologi yang paling nyata terlihat pada perkembangan dan perubahan pada cara manusia bertransaksi dalam dunia bisnis dan kehidupan sehari-hari. Menyesuaikan dengan kebutuhan manusia yang beragam menyebabkan perkembangan teknologi internet semakin berkembang. Berdasarkan hasil survey yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 hanya sebesar 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari jumlah penduduk Indonesia dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan pengguna internet sebanyak 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari jumlah penduduk di Indonesia hal ini menandakan bahwa masyarakat bersikap terbuka terhadap perkembangan teknologi (APJII, 2019).

Salah satu hasil dari kemajuan teknologi adalah aplikasi *e-commerce*. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan bertransaksi sehingga dapat menghemat waktu dan biaya yang dikeluarkan. *E-commerce* merupakan suatu aplikasi yang menyediakan tempat untuk melakukan kegiatan penjualan, pembelian, pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan internet. Tujuan dari *e-commerce* adalah dapat meminimalisir biaya pelayanan, meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Pemanfaatan *e-commerce* dapat berpengaruh dalam peningkatan

pelayanan sehingga dapat bermanfaat sebagai alat untuk menghadapi kompetitor . atau pesaing dalam dunia bisnis. Suatu perusahaan harus mampu untuk merespon dengan cepat terhadap perubahan dan perkembangan yang terjadi sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainya. Pengguna *e-commerce* terus mengalami peningkatan setiap tahunya, tercatat bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada Tahun 2017 mencapai 139 juta pengguna, dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna dan diprediksi akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun selanjutnya (Statista, 2019).

Gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan munculnya berbagai aplikasi yang dapat memudahkan masyarakat untuk bertransaksi dan memenuhi kebutuhan hidupnya salah satunya adalah aplikasi layanan pesan antar makanan yang dapat memudahkan masyarakat dalam pembelian makanan. Aplikasi layanan pesan antar makanan termasuk kedalam salah satu teknologi *e-commerce* yang dimanfaatkan untuk kegiatan transaksi jual beli makanan. Aplikasi layanan pesan antar makanan menyediakan proses pemesanan menu makanan restoran yang bertujuan untuk mengoptimalkan pelayanan restoran terhadap pelanggan dan menekan biaya yang dikeluarkan oleh restoran. Untuk pelanggan aplikasi layanan pesan antar makanan ini bertujuan untuk membantu manusia untuk membeli makanan dengan menghemat waktu dan tenaga. Pelanggan yang ingin memesan makanan dapat mengakses layanan ini menggunakan *handphone* dengan menginstal aplikasi layanan pesan antar makanan terlebih dahulu. Pelanggan dapat memilih menu makanan dilengkapi dengan tampilan gambar dan harga untuk mempermudah

pemilihan menu makanan yang tersedia di restoran. Makanan yang telah dipilih oleh pelanggan selanjutnya akan diantarkan ke alamat tujuan oleh kurir jasa pesan antar makanan. Aplikasi yang menyediakan jasa layanan pesan antar makanan adalah Gojek dan Grab. Aplikasi Gojek pada tahun 2019 telah diunduh sebanyak 142 juta pengunduh dan aplikasi Grab telah diunduh sebanyak 144 juta pengunduh (Katadata, 2019).

Restoran dan rumah makan yang bermitra dengan aplikasi layanan pesan antar makanan dapat menjadikan aplikasi ini untuk meningkatkan pelayanan dan promosi. Aplikasi layanan pesan antar makanan ini telah hadir di berbagai kota-kota besar di Indonesia, Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak rumah makan dan restoran, pada tahun 2018 Yogyakarta memiliki 846 rumah makan dan 1.163 restoran (Bappeda, 2019). Pengusaha yang memiliki rumah makan dan restoran di Yogyakarta harus mampu bersaing dengan para pesaingnya agar usahanya tidak kalah saing dan terus berkembang, salah satu cara agar rumah makan dan restoran dapat bersaing di Yogyakarta adalah dengan cara mengikuti perkembangan dan perubahan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan dan promosi. Bermitra dengan aplikasi penyedia layanan pesan antar makanan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan pada rumah makan dan restoran.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar karena pada tahun 2018 memiliki 105 perguruan tinggi memiliki 247.882 mahasiswa/pelajar (Dikti, 2019). Sebanyak 92,1 % mahasiswa pada tahun 2018 menggunakan teknologi internet untuk membantu kegiatan akademik dan juga kehidupan sehari-harinya (APJII, 2019). Salah satu

kegiatan sehari-hari yang memanfaatkan teknologi internet adalah memesan makanan menggunakan aplikasi. Kelebihan dari membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar ini adalah praktis, menghemat waktu, menghemat tenaga, dapat leluasa memilih makanan dan harga, namun membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar ini juga memiliki kekurangan yaitu harga yang sedikit lebih mahal, terdapat makanan yang tidak sesuai dengan gambar menu, dan dikenakan biaya ongkos kirim. Terdapatnya kelebihan dan kekurangan dalam membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan ini dapat mempengaruhi minat beli mahasiswa. Adanya mahasiswa yang menggunakan aplikasi untuk memesan makanan maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa dalam membeli makanan menggunakan aplikasi.

B. Tujuan

1. Mengetahui karakteristik dan perilaku mahasiswa dalam membeli makanan melalui aplikasi layanan pesan antar
2. Mengetahui sikap mahasiswa dalam membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar.
3. Mengetahui norma subyektif mahasiswa dalam membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar.
4. Mengetahui kontrol perilaku mahasiswa dalam membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar.
5. Mengetahui minat mahasiswa untuk membeli makanan menggunakan aplikasi layanan pesan antar.

C. Kegunaan

1. Memberikan pengetahuan tambahan dan referensi bagi peneliti dengan tema penelitian yang serupa.
2. Memberikan gambaran bagi perusahaan penyedia aplikasi layanan jasa pesan antar makanan terkait dengan minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi.