

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM SHOPEE DAN IDENTITAS RESPONDEN**

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan gambaran umum objek penelitian yaitu Shopee, yaitu antara lain; Gambaran Umum Shopee, Visi dan Misi, Logo Shopee serta Produk dan Layanan Shopee. Bab 2 juga membahas mengenai Identitas Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

#### **2.1. Gambaran Umum Shopee**

Berdasarkan informasi yang dilansir [careers.shopee.co.id](https://careers.shopee.co.id) Shopee merupakan platform belanja *online* terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee diluncurkan pada tahun 2015, Shopee menyediakan platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dengan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Chris Feng adalah sosok pendiri dari Shopee. Shopee juga berkembang ke beberapa negara seperti Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, dan Vietnam. Shopee berhasil memperoleh penerimaan yang luas dari berbagai segmen masyarakat, termasuk di Indonesia.

#### **2.2. Tujuan Shopee**

Shopee menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas dengan memanfaatkan kekuatan transformatif. Shopee menawarkan pengalaman belanja online komprehensif, dari berbagai pilihan produk sampai ke sebuah komunitas sosial untuk bereksplorasi, dan layanan untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen tanpa hambatan, untuk pengguna Internet

di seluruh wilayah. Shopee menjunjung nilai Sempel, Bahagia, dan Bersama-sama, nilai-nilai utama ini selalu terlihat dalam setiap langkah perjalanan Shopee.

### **2.3. Logo Perusahaan**

Logo adalah bentuk visualisasi atau sekedar sketsa yang memiliki arti tertentu dan bersifat mewakili dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga dan hal lainnya. Adapun logo Shopee yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut:



**Gambar 2.1 Logo Shopee**

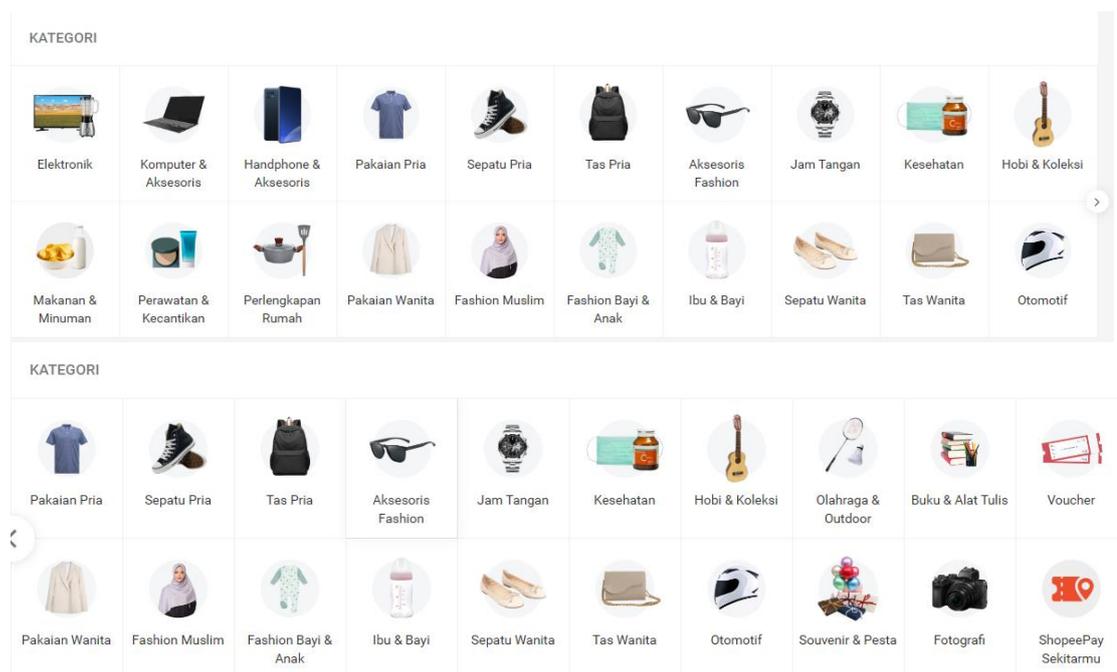
Sumber: shopee.co.id (Diakses 2023)

### **2.4. Produk dan Layanan Shopee**

Shopee menawarkan berbagai jenis produk mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari. Bagian halaman utama aplikasi Shopee, pengguna dapat menemukan 26 kategori produk yang tersedia, seperti Elektronik, Makanan & Minuman, Komputer & Aksesori, Perawatan & Kecantikan, Handphone & Aksesori, Perlengkapan Rumah, Pakaian Pria & Wanita, Sepatu Pria & Wanita, Fashion Muslim, Tas Pria & Wanita, Fashion Bayi & Anak, Ibu dan Bayi, Aksesori Fashion, Jam Tangan, Kesehatan, Hobi & Koleksi, Otomotif, Olahraga & Luar Ruangan, Souvenir & Pesta, Buku & Alat Tulis, Fotografi, Voucher, dan ShopeePay.

Shopee dalam tujuan untuk memudahkan konsumennya berbelanja, menyediakan berbagai metode pembayaran. Shopee mendukung total 13 pilihan pembayaran,

yaitu ShopeePay, SPayLater, COD (Bayar di Tempat), Transfer Bank (Dicek Otomatis)/Virtual Account, Kartu Debit/Kredit, Cicilan Kartu Kredit, BRI Direct Debit, OneKlik, Mitra Shopee, Agen BRILink, BNI Agen46, Alfamart, Indomaret dan Akulaku PayLater. Berbagai metode pembayaran telah disediakan oleh Shopee, agar penggunanya nyaman bertransaksi di Shopee.



**Gambar 2.2 Kategori Produk pada Aplikasi Shopee**

Sumber: Aplikasi Shopee, 2023.

Shopee mendukung beberapa jasa kirim, yaitu penyedia jasa pengiriman (pihak ketiga) yang telah terintegrasi dengan sistem Shopee. Adapun layanan jasa kirim yang tersedia di Shopee: Shopee Xpress, PosAja!, J&T Express, JNE Express, Ninja Express, ID Express, Anteraja, SiCepat Ekspres, GoSend, GrabExpress, Indopaketa (Ambil di Indomaret), Sentral Cargo, dan Bluebird Kirim. Pengguna

dapat melacak pengirimanpesanan oleh jasa kirim yang telah disediakan tersebut secara langsung dengan mudah melalui aplikasi Shopee.

## 2.5. Identifikasi Responden

Pengelompokan identifikasi respoden yang dilakukan yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, frekuensi pembelian pada Shopee dalam satu tahun, kategori produk yang sering dibeli pada Shopee, dan *e-commerce* lain yang digunakan selain Shopee. Total responden pada penelitian ini adalah 100 orang, responden merupakan pengguna aktif Shopee yang pernah melakukan transaksi pada Shopee. Penulis melakukan penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form, dan diperoleh rincian responden, sebagai berikut:

### 2.5.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin responden dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

**Tabel 2.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	73	73%
2.	Laki-laki	27	27%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, diantaranya sejumlah 73 orang (73%) berjenis kelamin perempuan serta sisanya sebanyak 23 orang berjenis kelamin laki laki (23%). Berdasarkan *output* tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang dominan melakukan pembelian di Shopee berjenis kelamin perempuan.

### 2.5.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Minimal usia responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 17 tahun.

Penelitian ini memiliki persebaran data usia responden, sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 20 Tahun	20	20%
2.	20-25 Tahun	72	72%
3.	26-30 Tahun	6	6%
4.	31-35 Tahun	1	1%
5.	> 35 Tahun	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas diketahui bahwa jumlah usia terbesar adalah rentang usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 72 orang dengan presentase 72%.

Sementara itu, jumlah usia terkecil berada di rentang usia 31-35 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 1% dan responden usia 35 tahun ke atas berjumlah 1 orang dengan presentase 1%.

### 2.5.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili

Aplikasi Shopee dapat digunakan oleh seluruh masyarakat di berbagai wilayah

Indonesia. Pengelompokan responden sesuai domisili, dapat dilihat pada Tabel 2.3

berikut:

**Tabel 2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili**

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Kota Banda Aceh	1	1%
2.	Kota Medan	2	2%
3.	Kabupaten Agam	1	1%
4.	Kabupaten Sijunjung	1	1%
5.	Kabupaten Pasaman Barat	1	1%
6.	Kota Bukittingi	1	1%

<b>No</b>	<b>Domisili</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
7.	Kabupaten Batang	1	1%
8.	Kabupaten Demak	1	1%
9.	Kabupaten Semarang	1	1%
10.	Kota Semarang	37	37%
11.	Kabupaten Wonogiri	1	1%
12.	Kabupaten Temanggung	1	1%
13.	Kabupaten Gunung Kidul	1	1%
14.	Kabupaten Sleman	1	1%
15.	Kota Yogyakarta	2	2%
16.	Kota Surakarta	1	1%
17.	Kabupaten Bekasi	1	1%
18.	Kabupaten Bogor	2	2%
19.	Kabupaten Purwakarta	1	1%
20.	Kota Bandung	4	4%
21.	Kota Bekasi	5	5%
22.	Kota Bogor	3	3%
23.	Kota Depok	1	1%
24.	Kabupaten Kotawaringin Timur	1	1%
25.	Kota Palangka Raya	2	2%
26.	Kabupaten Lamongan	1	1%
27.	Kota Malang	2	2%
28.	Kota Surabaya	1	1%
29.	Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan	1	1%
30.	Kabupaten Sumba Timur	1	1%
31.	Kota Kupang	2	2%
32.	Kabupaten Badung	1	1%
33.	Kota Balikpapan	1	1%
34.	Kota Bontang	1	1%
35.	Kota Bangka Belitung	1	1%
36.	Kota Batam	1	1%
37.	Kota Jakarta	5	5%
38.	Kota Jakarta Barat	1	1%
39.	Kota Jakarta Selatan	1	1%
40.	Kota Jakarta Timur	1	1%
41.	Kota Tangerang	1	1%
42.	Kota Tangerang Selatan	1	1%
43.	Kota Pontianak	1	1%

No	Domisili	Jumlah	Persentase
44.	Kota Jayapura	1	1%
45.	Kota Pagaralam	1	1%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, domisili dominan pada penelitian ini berasal dari Kota Semarang yaitu sejumlah 37 orang (37%). Domisili responden kedua terbanyak berasal dari Kota Jakarta dan Kota Bekasi yaitu masing-masing sejumlah 5 orang (5%), diikuti dengan domisili responden dari Kota Bandung yaitu sejumlah 4 orang atau sebesar (4%). Responden yang berdomisili di Kota Bogor berjumlah 3 orang atau sebesar (3%), selanjutnya responden pada penelitian ini yang berasal dari domisili Kabupaten Bogor, Kota Kupang, Kota Malang, Kota Medan, Kota Palangka Raya, dan Kota Yogyakarta berjumlah 2 orang (2%). Domisili responden lainnya pada penelitian ini masing-masing berjumlah 1 orang (1%).

#### 2.5.4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang ikut serta dalam penelitian ini memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda. Pada Tabel 2.4 di bawah ini memuat profil responden berdasarkan pekerjaan yang dilakukannya.

**Tabel 2.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar	-	-
2.	Mahasiswa	82	82%
3.	Karyawan Swasta	11	11%
4.	PNS	3	3%
5.	Wirausaha	2	2%
6.	Ibu Rumah Tangga	-	-
7.	Lainnya	2	2%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2.4 dapat disimpulkan bahwa pekerjaan mayoritas pada penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah sebanyak 82 orang (82%). Sementara itu, pada penelitian ini responden yang memiliki latar belakang pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 11 orang (11%). Responden lainnya yang memiliki latar belakang pekerjaan wirausaha dan pekerjaan lainnya masing-masing berjumlah 2 orang (2%).

### 2.5.5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambaran tentang pendapatan responden dibutuhkan dalam penelitian ini, karena pendapatan dari konsumen dapat menentukan gaya hidup responden dan daya belinya terhadap produk atau jasa yang ditawarkan di aplikasi Shopee. Berikut pada Tabel 2.5 memuat tingkat pendapatan responden yang telah mengisi penelitian ini.

**Tabel 2.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 1.000.000	50	50%
2.	Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	32	32%
3.	Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	11	11%
4.	> Rp 5.000.000	7	7%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat disimpulkan bahwa pendapatan sebesar < Rp 1.000.000 memiliki jumlah terbanyak yaitu 50 orang (50%), sedangkan tingkat pendapatan > Rp 5.000.000 memiliki jumlah paling sedikit yaitu 7 orang (7%).

### 2.5.6. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian pada Shopee dalam Satu Tahun Terakhir

Setiap responden memiliki frekuensi yang berbeda dalam penggunaan aplikasi Shopee untuk pembelian. Berikut tabel yang menyajikan responden berdasarkan frekuensi pembeliannya.

**Tabel 2.6 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
1.	< 2 Kali	10	10%
2.	2 – 4 Kali	26	26%
3.	> 4 Kali	64	64%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Menurut Tabel 2.6 di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang telah melakukan pembelian > 4 kali dalam 1 tahun terakhir menjadi responden mayoritas yaitu sebanyak 64 orang (64%).

### 2.5.7. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Sering Dibeli

Kategori produk pada Shopee sangatberagam, data jumlah responden berdasarkan kategori produk yang sering dibeli, sebagai berikut:

**Tabel 2.7 Jumlah Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Sering Dibeli**

No	Kategori Produk	Jumlah	Persentase
1.	Fashion & Accessories	44	44%
2.	Beauty & Body Care	33	33%
3.	Electronics, Gadget & Accessories	8	8%
4.	Food & Groceries	5	5%
5.	Health & Hygiene	2	2%
6.	Home & Living	7	7%
7.	Travel & Leisure	-	-

No	Kategori Produk	Jumlah	Persentase
8.	Baby & Kids	1	1%
	<b>Jumlah</b>	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 2.7 dapat disimpulkan bahwa kategori produk yang sering dibeli oleh responden adalah kategori *Fashion&Accessories* dengan jumlah sebanyak 44 orang atau sebesar (44%). Selebihnya, pada kategori produk yang jarang dibeli oleh responden adalah *Baby & Kids* dengan jumlah sebanyak 1 orang atau sebesar (1%).

#### 2.5.8. Gambaran Umum Responden Berdasarkan *E-Commerce* lain yang Digunakan

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat. Masyarakat memiliki berbagai macam pilihan tempat untuk berbelanja produk. Berikut tabel yang menyajikan data mengenai *e-commerce* lain yang digunakan oleh responden pada penelitian ini.

**Tabel 2.8 Jumlah Responden Berdasarkan *E-Commerce* lain yang Digunakan**

No	<i>E-Commerce</i> lain yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1.	Tokopedia	70	70%
2.	Bukalapak	1	1%
3.	Lazada	8	8%
4.	Blibli	-	-
5.	Lainnya	21	21%
	<b>Jumlah</b>		100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2.8 dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna yang melakukan pembelian di aplikasi Shopee juga menggunakan Tokopedia yaitu sebanyak 70 orang atau sebesar 70%. Pengguna Shopee yang juga menggunakan

Lazada yaitu sebanyak 8 orang (8%) dan responden yang menggunakan *e-commerce* Bukalapak sebanyak 1 orang. Adapun responden yang menggunakan *e-commerce* lainnya yang tidak disebutkan oleh peneliti, yaitu sebanyak 21 orang.

