

## **BAB II GAMBARAN UMUM**

### **2.1 Sejarah Perusahaan**

Salah satu e-commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia adalah Shopee. PT Shopee International Indonesia merupakan anak perusahaan dari SEA Group yang dulu dikenal dengan nama Garena. Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015, SEA Group berkantor pusat di Singapura. Shopee, yang bergerak di industri *e-commerce* dipimpin oleh Chris Feng, salah satu mantan pediat Rocket Internet yang pernah mengepalari Zalora dan Lazada. Shopee tidak hanya ada di Indonesia, melainkan memiliki jangkauan yang luas seperti di beberapa negara seperti, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Taiwan, China, hingga Brazil. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.

Shopee didirikan bertujuan untuk menyediakan suatu platform yang dapat digunakan oleh penjual maupun pembeli dari berbagai belahan Asia Tenggara demi tercapainya dunia yang lebih baik melalui kekuatan transformatif Teknologi. Shopee pertama kali meluncur sebagai marketplace consumer to consumer (C2C), Namun kini mereka sudah beralih ke model hybrid C2C dan business to consumer (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan toko daring untuk brand ternama. Shopee juga bertujuan untuk menawarkan pengalaman berbelanja dan berjualan online dengan berbagai macam pilihan produk, jasa fulfillment yang mudah digunakan dari beragam komunitas sosial. Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi

dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif (Shopee, 2020).

Pada bulan April 2020 Shopee Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform Shopee untuk menjadi pemain ketiga yang bersaing dengan Gofood dan Grabfood. Program tersebut diberi nama ShopeeFood ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta. Bahkan, mulai tahun 2020 Shopee memiliki jasa pengiriman Shopee khusus untuk beberapa penjual terpilih yang akan langsung diatur oleh tim Shopee Express.

Shopee juga sering mengadakan beberapa promosi penjualan dengan merayakan hari spesial dan penawaran-penawaran lainnya seperti ‘Super Brand Day’, menggaet girlgroup korea BLACKPINK sebagai Regional Brand Ambassador di tahun 2018 dan Cristiano Ronaldo pada tahun 2019.

## **2.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan**

### **2.2.1 Lokasi**

Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jenderal Sudirman No.52-53, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190.

### **2.2.2 Kontak Perusahaan**

Telepon : (021) 80864200

## **2.3 Visi Misi Perusahaan**

### **2.3.1 Visi**

Menjadi mobile marketplace nomer 1 di Indonesia.

### **2.3.2 Misi**

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

## 2.4 Logo Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki logo yang bertujuan untuk menjadi suatu ciri khas perusahaan tersebut, maka dari itu logo perusahaan dibuat semenarik mungkin terutama untuk logo e-commerce agar konsumen tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai e-commerce tersebut.



*Gambar 2.1  
Logo Perusahaan*

*Sumber : <https://Shopee.co.id/>*

Logo Shopee yang berwarna oranye memiliki arti hangat, memiliki daya tarik dan dapat meningkatkan minat beli para konsumen. Terdapat gambar keranjang yang berarti keranjang belanja dan memiliki huruf 'S' didalamnya yang berarti symbol dari Shopee.

## 2.5 Tujuan, Posisi, dan Kepribadian Perusahaan

### 2.5.1 Tujuan Perusahaan

Sejak awal berdiri, Shopee memiliki tujuan yaitu Shopee percaya dengan kekuatan transformatif dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas.

### **2.5.2 Posisi Perusahaan**

Untuk pengguna Internet di seluruh wilayah, Shopee menawarkan pengalaman belanja online satu atap yang menyediakan berbagai pilihan produk, sebuah komunitas sosial untuk eksplorasi, dan layanan pemenuhan tanpa batas.

### **2.5.3 Kepribadian Perusahaan**

Untuk menggambarkan siapa kami - bagaimana kami berbicara, bertindak, dan bereaksi terhadap situasi tertentu - pada dasarnya, kami Sempel, Bahagia, dan Bersama-sama. Nilai-nilai utama ini selalu terlihat dalam setiap langkah perjalanan Shopee.

#### **a. Simple**

Kami percaya pada kesederhanaan dan integritas, memastikan kehidupan yang jujur, membumi dan sejati pada diri sendiri.

#### **b. Bahagia**

Kami ramah, menyukai kebahagiaan dan penuh energi, menyebarkan sukacita kepada semua orang yang kami temui.

#### **c. Bersama-sama**

Kami menikmati menghabiskan waktu berkualitas bersama-sama sambil berbelanja online dengan teman dan keluarga - melakukan hal-hal yang kami sukai sebagai unit besar.

## **2.6 Nilai Perusahaan**

### **a. Kami Melayani**

- Pelanggan selalu benar
- Melampaui ekspektasi pelanggan, memberikan di atas standar dan lebih dari yang diharapkan

b. Kami Beradaptasi

- Menerima perubahan yang tidak terduga dan tetap melakukannya dengan baik
- Mengantisipasi perubahan dan membuat rencana lebih awal

c. Kami Berlari

- Mempunyai dorongan dari diri sendiri yang kuat untuk menyelesaikan sesuatu, tidak perlu didorong-dorong oleh orang lain
- Selalu mempunyai rasa urgensi yang tinggi untuk menyelesaikan pekerjaan

d. Kami Berkomitmen

- Menjadi seseorang yang dapat diandalkan, melakukan apa yang kami katakan akan kami lakukan
- Memegang standar yang tinggi; tidak mengambil jalan pintas bahkan saat orang lain tidak ada yang melihat
- Berlaku sebagai seorang pemilik; bersikap proaktif mencari cara agar organisasi kita bisa menjadi semakin baik

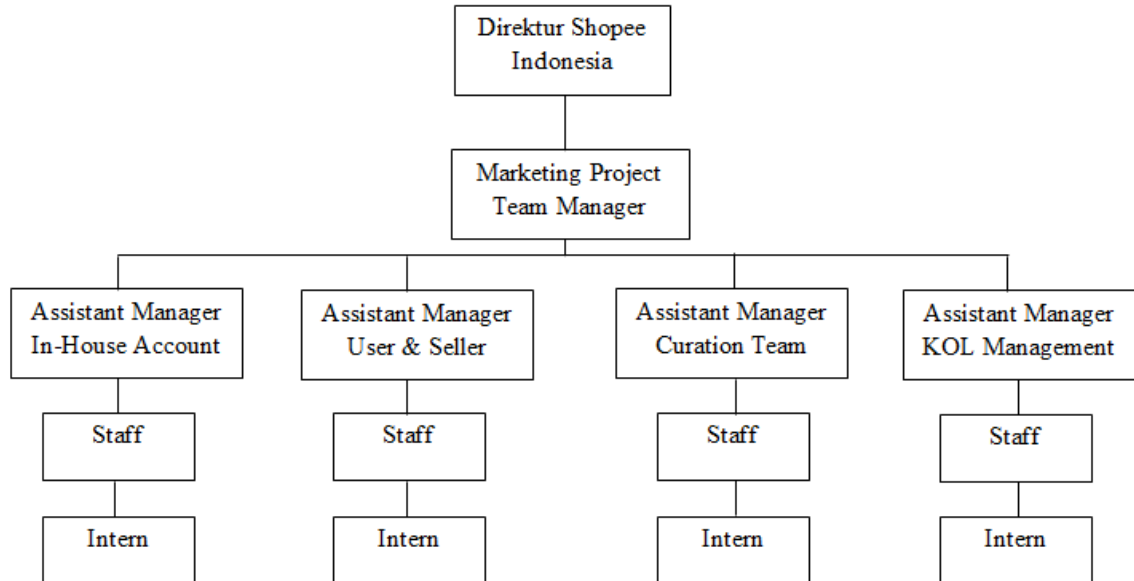
e. Kami Tetap Rendah Hati

- Mempunyai mentalitas bahwa kami adalah underdog, yang masih harus belajar dan terus belajar dari kondisi pasar dan pesaing
- Menerima bahwa kami tidak sempurna, dan tidak akan pernah menjadi sempurna
- Bekerja keras terlebih dahulu, merayakan dan menikmati kemudian

## 2.7 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah susunan dan hubungan setiap bagian di dalam organisasi untuk menjalankan perusahaan agar sesuai dengan tujuan. Dengan adanya struktur

organisasi membuat pembagian tugas dan tanggungjawab menjadi jelas dan setiap orang dapat menjalankan peran masing-masing. Struktur diperlukan agar tidak terjadi kesalahpahaman wewenang didalam perusahaan tersebut. Adapun struktur organisasi dari Shopee Indonesia:



*Gambar 2. 2*  
*Struktur Organisasi Shopee Indonesia*

Sumber: <https://narmadi.com/id/struktur-organisasi-perusahaan-Shopee/>

- a. Divisi In-House Account memiliki tugas untuk mengelola konten In-House Account yang termasuk di dalam Shopee Feed seperti Shopee id, Shopee Fashion, Shopee For Men, Shopee Kpop, Shopee Beauty, dan sebagainya.
- b. Divisi User and Seller bertugas untuk mendukung para seller baru maupun lama untuk lebih mudah dalam berjualan dan mempromosikan produknya, juga membuat strategi seperti competition untuk para seller dan user agar dapat meningkatkan penggunaan Shopee Feed dan juga meningkatkan partisipasi beberapa campaign yang dibuat oleh Marketing Project.

- c. Divisi curation, bertugas untuk mengatur dan mengelola tampilan (Front End) di tab Shopee Feed agar mendapatkan peningkatan interaksi dan engagement dari user Shopee. Sehingga, dengan meningkatnya interaksi dan engagement diharapkan user menghabiskan waktu lebih lama dalam aplikasi yang nantinya berakhir dengan pembelian dalam aplikasi. Tampilan Front End Shopee Feed, atau tampilan akhir yang dilihat ketika user membuka aplikasi Shopee, memiliki beberapa tab atau kategorisasi, yaitu Timeline, Explore, Fashion, Beauty, Gadget, New Normal, Voucher, Terbaru, dan Promo. Kemudian, Tim curation juga bertugas juga dalam membuat perencanaan tampilan (Front End) Shopee Feed untuk seminggu ke depan dengan mengikuti kalender Shopee dan support dalam campaign Shopee.
- d. Divisi KOL Management memiliki tujuan untuk mengedukasi dan mengaktivasi user dan calon user Shopee melalui para KOL atau key opinion leader. Selain itu, mereka juga selalu menjaga dan mempertahankan hubungan baik perusahaan dengan para KOL dengan melakukan beberapa gathering.

## **2.8 Produk dan Fitur Layanan Shopee**

























### **2.8.1 Produk yang Tersedia di Shopee**

Sebagai platform jual beli online yang akan mempermudah proses membeli dan menjual dalam bentuk aplikasi mobile, pada halaman pertama akan ditunjukkan dengan berbagai kategori produk yang tersedia sebanyak 24.

Berikut beberapa kategori produk yang tersedia di Shopee:

1. Elektronik
2. Komputer & Aksesoris
3. Handphone & Aksesoris
4. Pakaian Pria
5. Sepatu Pria
6. Tas Pria
7. Makanan dan Minuman
8. Perawatan dan Kecantikan
9. Perlengkapan Rumah
10. Pakaian Wanita
11. Fashion Muslim
12. Fashion Bayi dan Anak
13. Aksesoris Fashion
14. Jam Tangan
15. Kesehatan
16. Hobi dan Koleksi
17. Olahraga dan Outdoor
18. Buku dan Alat Tulis
19. Ibu dan Bayi
20. Sepatu Wanita
21. Tas Wanita
22. Otomotif
23. Souvenir dan Pesta
24. Fotografi



KATEGORI					
 Elektronik	 Komputer & Aksesoris	 Handphone & Aksesoris	 Pakaian Pria	 Sepatu Pria	 Tas Pria
 Makanan & Minuman	 Perawatan & Kecantikan	 Perlengkapan Rumah	 Pakaian Wanita	 Fashion Muslim	 Fashion Bayi & Anak
 Aksesoris Fashion	 Jam Tangan	 Kesehatan	 Hobi & Koleksi	 Olahraga & Outdoor	 Buku & Alat Tulis
 Ibu & Bayi	 Sepatu Wanita	 Tas Wanita	 Otomotif	 Souvenir & Pesta	 Fotografi

Gambar 2. 3 Contoh Kategori Produk di Shopee

*Sumber : <https://Shopee.co.id/>*

Tidak hanya tersedia produk, Shopee juga menyediakan berbagai layanan untuk mempermudah pengguna melakukan proses belanja online, seperti fitur live chat yang komunikatif, pilih jasa kurir yang lengkap, gratis ongkir, metode pembayaran, dan lainnya.

## 2.8.2 Layanan yang tersedia di Shopee

### 2.8.2.1 Metode Pembayaran

Metode pembayaran menjadi salah satu fitur yang disediakan oleh Shopee dengan menawarkan beberapa cara yaitu:

- **ShopeePay**, e-money yang dimiliki Shopee untuk penggunaanya dalam melakukan transaksi. Agar bisa menggunakan ShopeePay Anda harus mengaktivasi terlebih dahulu, saldonya bisa ditarik dan diisi dengan menghubungkan nomor rekening.
- **ShopeePay Later**, ini merupakan suatu layanan dengan sistem cicil satu kali tiap beli sekarang bayar nanti oleh PT Lentera Dana Nusantara dan PT Commerce Finance. Layanan Shopee PayLater ini bisa untuk membeli beberapa produk seperti listrik, pulsa, paket data, BPJS, tiket kereta api, PDAM, tiket pesawat, telkom, dan lainnya.
- **Cash on Delivery (COD)**, ini layanan dengan sistem pembayaran secara langsung ditempat setelah pesanan Anda diterima dari kurir. Metode pembayaran COD bisa dilakukan antara lain Shopee Express, J&T Express, ID Express, dan pengiriman luar negeri. Pada pengiriman Shopee Express dan ID Express dilindungi asuransi.
- **Shopee Koin**, Shopee koin adalah reward yang diberikan Shopee pada pengguna saat mendapatkan voucher cashback, review barang yang sudah dibeli, atau saat Anda bermain Shopee game. Jumlah koin yang didapatkan dalam Shopee koin bisa Anda gunakan untuk memotong biaya pembayaran saat membeli barang barang. Selain itu, Anda bisa mengirim koin sebagai hadiah kepada teman yang ada di kontak melalui chat. Nanti, koin yang diberikan akan ditransfer ke teman, koin yang ditransfer merupakan koin terbaru yang Anda

punya atau memiliki tanggal kadaluwarsa paling lama. Jika Anda mengirim koin ke teman, tanggal kadaluwarsanya tidak akan diperbaharui.

- **Shopee Game**, ada beberapa jenis permainan yang bisa dimainkan yaitu Shopee Tanam, Shopee Poli, Goyang Shopee, Shopee Potong, Shopee Goyang Jari, Shopee Candy, Shopee Lempar, dan yang terbaru Shopee Link. Akan ada banyak reward yang Anda terima saat bermain Shopee game, dari koin Shopee, voucher, sampai hadiah menarik seperti handphone untuk pengguna yang sudah mencapai target yang ditentukan oleh Shopee.
- **Shopee Pinjam**, fitur terbaru dari Shopee yang baru di tahun 2020 adalah Shopee Pinjam yang menyediakan limit kredit untuk pinjaman uang tunai untuk digunakan tujuan tertentu. Besaran limit kreditnya tergantung dengan penilaian atau credit scoring, dan customer due diligence yang dilakukan oleh pihak pemberi pinjaman.

## 2.9 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee sebanyak 5-10 kali. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden dalam kuesioner, dapat diketahui identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, dan penghasilan perbulan konsumen. Data ini dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mengetahui latar belakang dan heterogenitas para konsumen Shopee.

### 2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dengan perempuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui perbandingan antara jumlah responden laki-laki dan perempuan. Perbandingan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	55	55
2	Laki-laki	45	45
	Jumlah	100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 55%. Sedangkan sisa responden lainnya berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 45%.

### 2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan suatu rentang kehidupan yang diukur dengan tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui kelompok usia responden pada tabel berikut:

**Tabel 2. 2 Usia Responden**

No.	Rentang Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	$\leq 20$ tahun	7	7
2	21-30 tahun	87	87
3	$>31$ tahun	6	6
	Jumlah	100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui latar belakang responden berdasarkan usia dengan jumlah terbesar pada rentang usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 87 responden (87%). Responden dengan kategori usia  $\leq 20$  tahun sebanyak 7 responden (7%), dan rentang usia  $>31$  tahun sebanyak 6 responden (6%). Responden dengan rentang usia  $>31$  tahun terdiri dari responden dengan usia 38 tahun, 42 tahun, 44 tahun, 45 tahun, 50 tahun dan 53 tahun.

### 2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merupakan tingkatan Pendidikan yang telah diselesaikan oleh seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui gambaran umum Pendidikan terakhir responden pada tabel 2.3 berikut ini.

**Tabel 2. 3 Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA/SMK	40	40
2	Diploma	8	0
3	Sarjana	52	0
4	Pascasarjana	0	0
	Jumlah	100	100

*Sumber: Data yang diolah, 2022*

Berdasarkan data pada tabel 2.3 di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir responden didominasi oleh tingkat Pendidikan Sarjana dengan jumlah 52 (52%) responden. Responden lainnya berada pada tingkat Pendidikan SMA dengan jumlah 40 (40%) responden, tingkat Pendidikan Diploma 8 (8%) responden.

### 2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan imbalan baik berupa uang maupun jabatan. Pekerjaan akan menentukan kemampuan seseorang

dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Adapun jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. 4 Jenis Pekerjaan Responden**

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	41	41
2	Karyawan Swasta	27	27
3	TNI/POLRI/PNS	3	3
4	Wirausaha/Wiraswasta	10	10
5	Lain-lain	19	19
	Jumlah	100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 2.4 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah 41 (41%) responden. Sementara jenis pekerjaan yang paling sedikit adalah TNI/POLRI/PNS dengan jumlah 3 (3%) responden. Untuk jenis pekerjaan responden dalam kategori lain-lain meliputi Graphic Designer sebesar 1%, Freelance sebesar 16%, dan Ibu Rumah Tangga sebesar 2%.

### 2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan perbulan adalah suatu imbalan yang didapatkan seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu dan atau uang saku bagi yang belum bekerja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat diketahui penghasilan per bulan yang didapatkan oleh responden pada tabel berikut:

**Tabel 2. 5 Penghasilan Responden**

No.	Penghasilan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	17	17
2	>Rp1.000.000 – Rp2.500.000	35	35
3	>Rp2.500.000 – Rp4.000.000	17	17
4	>Rp4.000.000 – Rp5.500.000	12	12

5	>Rp5.500.000	19	19
	Jumlah	100	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2022*

Berdasarkan data pada tabel 2.5 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan per bulan >Rp1.000.000 – Rp2.500.000 yaitu sejumlah 35 (35%) responden. Responden lainnya dengan penghasilan >Rp5.500.000 sejumlah 19 (19%) responden, penghasilan  $\leq$  Rp 1.000.000 dan >Rp2.500.000 – Rp4.000.000 memiliki jumlah responden yang sama yaitu 17 (17%) responden dan penghasilan >Rp4.000.000 – Rp5.500.000 dengan jumlah 12 (12%) responden.