

## BAB II

### SHOPEE PAYLATER: ANALISIS PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI RISIKO

Bab ini membahas berbagai strategi promosi penjualan yang diterapkan oleh Shopee PayLater untuk menarik pengguna, serta potensi risiko yang mungkin timbul saat menggunakan layanan ini.

#### 2.1 Promosi Penjualan Shopee PayLater

Sebagai salah satu perusahaan *e-commerce* terkemuka di Indonesia, Shopee melakukan promosi penjualan sebagai upaya pemasaran untuk mempromosikan dan mengiklankan layanan *pay later* mereka, yaitu Shopee PayLater. Strategi promosi penjualan Shopee PayLater melibatkan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kesadaran tentang layanan ini. Dalam ranah pemasaran, promosi penjualan adalah cara yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen dan penjual (Rizki *et al.*, 2021).

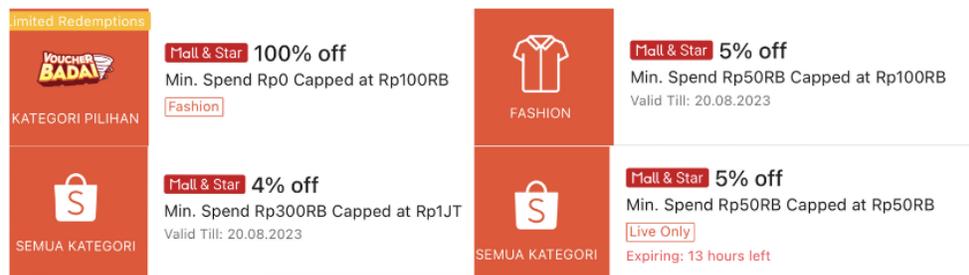
Melalui Shopee PayLater, konsumen memiliki fleksibilitas untuk berbelanja barang apa pun yang mereka inginkan di platform Shopee, tanpa harus terbatas pada produk yang mahal atau murah. Mereka dapat dengan mudah memilih dari berbagai kategori barang, seperti pakaian, elektronik, peralatan rumah tangga, produk kecantikan, dan banyak lagi, dan menggunakan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran yang nyaman. Shopee PayLater menawarkan beragam promosi penjualan, termasuk *voucher* potongan harga, gratis ongkos kirim, dan *cashback*, yang dapat dinikmati di berbagai kategori produk dan dari berbagai

merchant, termasuk Shopee Mall dan Star Seller. Terdapat dua jenis *voucher* yang tersedia, yaitu *voucher* umum dan *voucher* khusus.

#### a. *Voucher* Umum

*Voucher* umum adalah jenis *voucher* yang dapat diterapkan menggunakan berbagai metode pembayaran, termasuk Shopee PayLater. Terdapat tiga macam *voucher* umum yang ditawarkan:

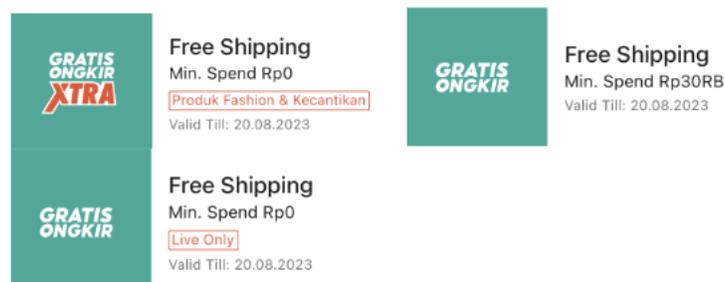
- Potongan Harga



Gambar 2.1 *Voucher* potongan harga Shopee PayLater

*Voucher* potongan harga memberikan pengguna diskon berupa potongan harga potongan harga dari total pembelian mereka. Besaran potongan harga yang diberikan dapat bervariasi, tergantung pada nilai pembelian minimum yang mungkin dibutuhkan untuk memenuhi syarat diskon.

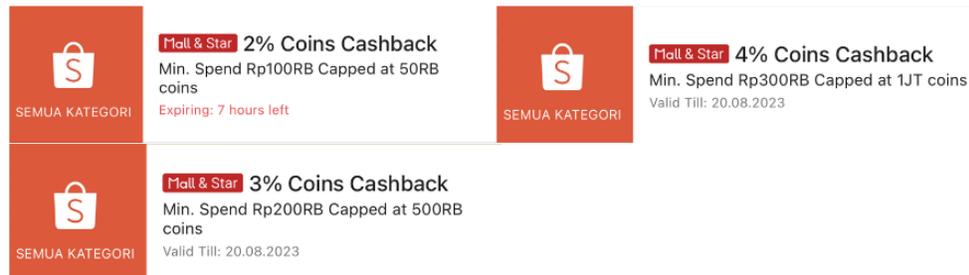
- Gratis Ongkos Kirim (Ongkir)



Gambar 2.2 *Voucher* gratis ongkir Shopee PayLater

*Voucher* gratis ongkos kirim memberikan pengguna kesempatan untuk tidak harus membayar ongkos kirim dari barang yang mereka beli.

- *Coins Cashback*



Gambar 2.3 Voucher coins cashback Shopee PayLater

*Voucher coins cashback* dapat digunakan sehingga pengguna mendapatkan koin Shopee sebanyak dari nominal yang telah ditentukan. Besarannya sendiri mulai dari dua hingga sepuluh persen dengan minimum pembelian yang beragam. Koin Shopee sendiri merupakan nilai tambah bagi pengguna yang dapat digunakan dalam transaksi apapun di Shopee.

**b. *Voucher Khusus***

*Voucher* khusus adalah jenis *voucher* yang hanya dapat digunakan dengan menggunakan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran. Berikut adalah dua macam *voucher* khusus:

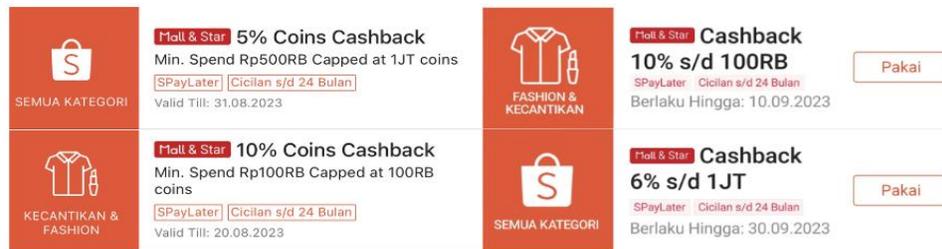
- Potongan Harga



Gambar 2.4 Voucher potongan harga Shopee PayLater khusus produk fashion

*Voucher* potongan harga memberikan diskon khusus bagi pengguna yang melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran.

- **Coins Cashback**



Gambar 2.5 Voucher coins cashback Shopee PayLater khusus produk fashion

Voucher cashback memberikan kembali sebagian dari jumlah pembelian dalam bentuk Shopee Coins bagi pengguna yang melakukan pembayaran dengan Shopee PayLater.

## 2.2 Persepsi Masyarakat terhadap Risiko Layanan Pay Later

*Pay later* adalah metode pembayaran digital yang menyediakan pinjaman bagi penggunanya sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli sejumlah barang melalui platform online dan pengguna dapat membayar tagihannya pada termin waktu yang telah ditentukan. Inovasi metode pembayaran ini ditujukan untuk membantu konsumen agar dapat memenuhi kebutuhannya secara mendesak namun tidak memiliki uang pada saat itu. Namun, terdapat kekhawatiran pada sistem regulasi *pay later* karena terdapat kemungkinan pengguna akan meminjam sejumlah dana diluar batas kemampuan mereka dan mengalami kesulitan dalam membayar (Carnns, 2022).

Persepsi masyarakat terhadap risiko layanan *pay later* berkaitan dengan kekhawatiran terkait kerugian finansial dan potensi masalah privasi dan keamanan (Gani, 2022). Selain itu, persepsi masyarakat Indonesia terhadap risiko layanan *pay later* dapat berbeda-beda tergantung pada beberapa faktor, seperti tingkat literasi keuangan,

pengalaman pribadi, dan pengetahuan tentang layanan tersebut. Beberapa orang mungkin memandang *pay later* sebagai solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan segera tanpa harus membayar sekarang. Namun, ada juga yang cenderung lebih berhati-hati dan khawatir dengan potensi konsekuensi negatif, seperti terlilit hutang atau denda jika pembayaran tidak tepat waktu.

Popularitas layanan *pay later* yang semakin meningkat membantu banyak orang untuk memenuhi kebutuhan mereka, namun ada banyak masalah dan risiko yang melekat pada layanan ini. Pengguna layanan *pay later* yang pada umumnya berusia muda, yaitu generasi z dan milenial tertarik pada layanan ini karena bunga yang diberikan cenderung lebih kecil dibandingkan dengan kartu kredit, dan berdasarkan survei TransUnion, layanan ini menjadi jalan mereka untuk melakukan pembelian yang melampaui batas anggaran (Wallace, 2022). Seperti laporan dari Otoritas Jakarta Keuangan bahwa 2,3 juta warga Jakarta berhutang kepada layanan pinjaman online, termasuk *pay later* dengan total gabungan pinjaman sebesar lebih dari 10,3 triliun rupiah (Kurnia, 2023).