

## **BAB II**

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

Bab ini akan menyajikan data mengenai gambaran umum objek penelitian yang berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu gambaran umum Shopee yang meliputi deskripsi perusahaan, visi, misi, logo maupun produk yang dijual di dalamnya, dan disajikan pula identitas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

#### **2.1 Deskripsi Perusahaan**

Objek penelitian dalam karya tulis ini adalah toko online Shopee. Shopee sendiri adalah salah satu bisnis C2C yang dapat menyediakan *platform* perdagangan berbasis online kepada konsumennya (*marketplace*). Shopee tampil dalam bentuk aplikasi mobile, dimana memungkinkan penggunaanya untuk lebih mudah melakukan aktivitas jual-beli.

Shopee yang dahulu dikenal dengan sebutan Garena menjadi *mobile commerce* pertama di sejumlah negara di Asia termasuk Indonesia yang menyediakan pasar *online* via ponsel yang gratis, personal, interaktif serta terpercaya. Anak perusahaan Garena ini berlokasi di Singapura. Seperti yang disebutkan di atas, Shopee beroperasi di banyak kawasan di antaranya Thailand, Filipina, juga Indonesia. Pada pertengahan tahun 2015 Shopee mulai berjalan di Indonesia. Kantor pusat Shopee sendiri berada di Ibukota Indonesia yakni Jakarta.

Shopee menghadirkan pengalaman berbelanja baru di Indonesia. Shopee memudahkan *seller* menjual barang dagangannya serta menyediakan proses pembayaran yang aman juga pengaturan logistik yang terintegrasi bagi pembeli. Sekarang, lebih dari 100 juta pengguna yang mengunduh aplikasi belanja Shopee.

Target shopee sendiri adalah kaum muda yang sekarang ini sudah sangat biasa mengerjakan berbagai aktivitas dengan bantuan *smartphone* seperti belajar, termasuk aktivitas jual-beli. Oleh sebab itu, Shopee diciptakan berbentuk aplikasi yang bisa dipakai melalui *smartphone* guna mendorong aktivitas belanja online praktis, mudah serta cepat.

Berikut beberapa keunggulan Shopee yang diutarakan CEO Shopee Chris Feng:

- Penjualan produk lumayan cepat dan hanya memakan beberapa detik saja.
- Tidak sulit dioperasikan bahkan oleh konsumen baru dikarenakan tampilan sederhananya.
- Mempunyai fitur chat, jadi konsumen bisa dengan mudah melakukan transaksi dan negosiasi. Fitur ini lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi belanja lainnya yang mewajibkan konsumen menyimpan nomor teleponnya untuk dapat berhubungan secara langsung. Fitur ini pula berbeda dengan aplikasi lain karena bisa berkirim gambar pula.
- Shopee memiliki integrasi social media yang baik, termasuk tagar, dimana memungkinkan konsumen dengan mudah melacak produk populer/terkini.

### **2.1.1 Visi, Misi, dan Logo Shopee**

#### **A. Visi**

“Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia”

## B. Misi

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

## C. Logo



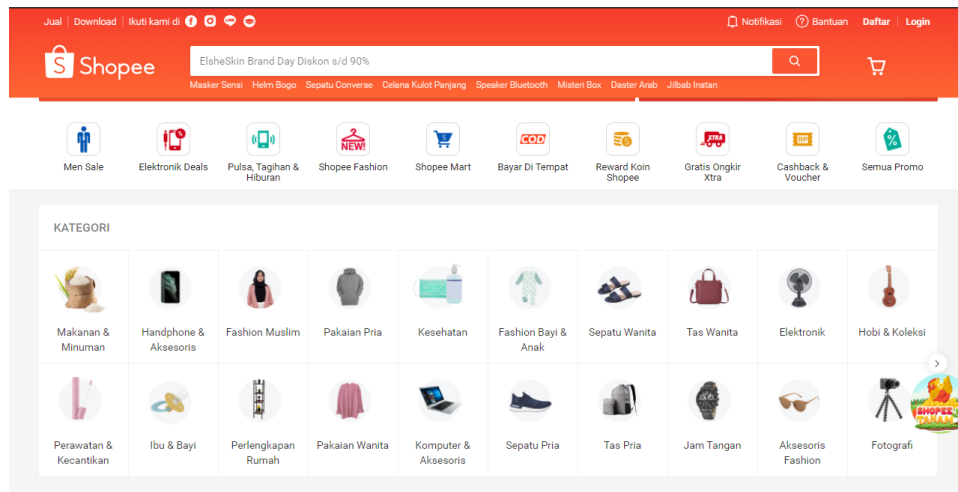
**Gambar 2.1 Logo Perusahaan**

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

### 2.1.2 Deskripsi Produk

Shopee Marketplace menawarkan beragam produk mulai dari produk fashion hingga barang kebutuhan sehari-hari. Kategori produk Shopee lebih fokus pada produk fashion serta perlengkapan rumah tangga. Di halaman beranda aplikasi Shopee, pengguna akan melihat 26 kategori produk yang tersedia di Shopee, yakni: Makanan dan Minuman, Handphone dan Aksesoris, Fashion Muslim, Pakaian Pria, Kesehatan, Sepatu Wanita, Tas Wanita, Elektronik, Fashion Bayi dan Anak, Hobi dan Koleksi, Olahraga dan Outdoor, buku serta Alat Tulis, Pakaian Wanita, Ibu dan Bayi, Perawatan Kecantikan, Perlengkapan Rumah, Sepatu Pria, Tas Pria, Jam Tangan, Aksesoris Fashion, Fotografi, Komputer dan Aksesoris, Otomotif,

Voucher, Souvenir dan Pesta, serta Serba Serbi yang di dalamnya terdapat camilan dan dekorasi rumah.



**Gambar 2.2 Tampilan Layar Beranda Shopee/kategori produk pada Shopee**

### 2.1.3 Sistem Pembayaran dan Pengiriman Produk

Shopee menyediakan berbagai macam jenis pembayaran untuk memudahkan konsumennya. Adapun beberapa cara pembayaran yang disediakan Shopee yaitu melalui Indomaret, transfer bank, kartu kredit/debit online, Alfamart, OneKlik, COD (bayar di tempat) bahkan Shopee telah bekerjasama dengan salah satu aplikasi peminjaman dana online yakni Kredivo untuk menyediakan pembayaran yang lebih praktis kepada konsumennya. Selain itu juga Shopee membuka fitur layanan uang elektronik sendiri yang disebut dengan ShopeePay. Aplikasi ini dapat digunakan untuk membayar berbagai keperluan seperti tagihan listrik, pulsa, bill di beberapa toko yang bekerjasama dengan Shopee serta membayar belanja online kita di *marketplace* Shopee sendiri. Adapula yang dinamakan SpayLater yang merupakan solusi pinjaman bagi konsumen Shopee agar dimudahkan dalam pembayaran. Beberapa pilihan pembayaran tersebut dapat

dimanfaatkan konsumen Shopee agar tidak terkendala dalam pembayaran yang rumit.

Dalam hal pengiriman produk, Shopee menyediakan beberapa pilihan layanan ekspedisi seperti diantaranya: J&T, JNE, Go Send, Grab Express (sameday atau instant), dan masih banyak lagi. Konsumen dapat dengan bebas memilih ekspedisi-ekspedisi tersebut sesuai kebutuhan mereka. Shopee juga memberlakukan sistem garansi apabila barang tidak sampai kepada pemesan dengan selamat. Shopee juga menyediakan fitur lacak lokasi produk yang sudah dipesan agar konsumen dapat memantau untuk memastikan produk sampai dengan selamat dan baik.

## **2.2 Deskripsi Responden**

Jumlah yang dianalisis pada penelitian ini adalah 147 responden. Sebelum menentukan penentuan sampel, responden riset ini yaitu orang yang pernah mencari produk dan berbelanja secara online melalui aplikasi mobile Shopee. Ada perbedaan jumlah responden pada rancangan dan realisasi. Pada rancangan penelitian sesuai rumus lemmeshow maka didapat jumlah 147 sampel sudah mewakili populasi, namun setelah melaksanakan penyebaran kuesioner didapat lebih dari 200 responden yang mengisi kuesioner. Responden tersebut dilakukan lagi seleksi atau pemilahan berdasarkan jawaban serta identitas yang lengkap. Adapun pengklasifikasikan responden pada penelitian ini bermaksud mendapatkan gambaran yang jelas tentang responden sebagai konsumen Shopee dalam hal jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan frekuensi penggunaan dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.

Gambaran umum responden sebagai objek penelitian dapat dijelaskan satu per satu pada bagian-bagian berikut ini:

### **2.2.1 Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin**

Shopee merupakan salah satu aplikasi yang menyediakan wadah terjadinya interaksi jual-beli, maka sangat memungkinkan konsumen di dalamnya bervariasi jenis kelaminnya. Tabel di bawah menggambarkan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 2.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin**

| No.           | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|---------------|--------|------------|
| 1.            | Perempuan     | 97     | 66%        |
| 2.            | Laki-laki     | 50     | 34%        |
| <b>Jumlah</b> |               | 147    | 100%       |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.1 tersebut bisa dilihat bahwasanya dari 147 total responden diantaranya sejumlah 97 orang (66%) serta sisanya sebanyak 50 orang berjenis kelamin laki-laki (34%). Berdasarkan output tersebut bisa disimpulkan pula bahwasanya konsumen yang dominan melakukan pembelian di marketplace Shopee adalah konsumen berjenis kelamin wanita.

### **2.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur**

Marketplace Shopee dikunjungi oleh responden dari berbagai umur. Tujuan pengkategorian responden berdasarkan umur karena hal tersebut menunjukkan bahwa setiap responden yang mengisi kuesioner mewakili kelompok responden seusianya. Tabel 2.2 berikut mencantumkan komposisi responden menurut umur:

**Tabel 2.2 Jumlah Responden Menurut Umur**

| No.           | Umur    | Jumlah | Persentase |
|---------------|---------|--------|------------|
| 1.            | <20     | 10     | 6,8%       |
| 2.            | 20 – 25 | 110    | 74,8       |
| 3.            | 26 – 30 | 23     | 15,6%      |
| 4.            | 31 – 35 | 4      | 2,7%       |
| 5.            | >35     | 0      | 0%         |
| <b>Jumlah</b> |         | 147    | 100%       |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.2 dapat dilihat bahwasanya responden terbanyak jatuh pada rentang usia 20-25 yaitu sebanyak 110 orang dengan persentase 74,8%. Sisanya berada pada usia <20 sejumlah 10 orang (6,8%), usia 26-30 berjumlah 23 orang (15,6%), dan usia dengan rentang 31-35 sebanyak 4 orang (2,7%). Dari tabel diketahui pula bahwasanya konsumen yang paling banyak melakukan pembelian pada aplikasi Shopee berada pada usia 20-25 atau masuk kedalam kalangan muda, baik yang masih berstatus pelajar atau sudah bekerja. Usia tersebut adalah usia dimana dekat dengan teknologi dan internet serta yang paling penting adalah usia yang memperhatikan penampilan luar serta gaya hidup mereka.

### **2.2.3 Gambaran Umum Responden Menurut Pendidikan**

Setiap informan memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Namun begitu, setiap masyarakat dengan tingkat pendidikan apapun dapat menjadi responden dan menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini. Berikut disajikan komposisi responden menurut pendidikan berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan:

**Tabel 2.3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan**

| No. | Pendidikan Terakhir      | Jumlah | Persentase |
|-----|--------------------------|--------|------------|
| 1.  | Tamat SD                 | 0      | 0%         |
| 2.  | Tamat SMP                | 0      | 0%         |
| 3.  | Tamat SMA/SMK            | 96     | 65,3%      |
| 4.  | Tamat Diploma (D1/D2/D3) | 8      | 5,4%       |

|               |                     |     |       |
|---------------|---------------------|-----|-------|
| 5.            | Tamat Sarjana (S1)  | 42  | 28,6% |
| 6.            | Tamat Pasca Sarjana | 1   | 0,7%  |
| <b>Jumlah</b> |                     | 147 | 100%  |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel tersebut didapat bahwasanya pendidikan terakhir responden yang tamat SMA/SMK adalah yang terbanyak yaitu sejumlah 96 orang (65,3%). Diikuti tamat sarjana sebanyak 42 orang (28,6%), diploma 8 orang (5,4%), dan terdapat 1 orang pasca sarjana. Berdasarkan hasil tersebut pula disimpulkan bahwa menurut pendidikan terakhir, maka tamat SMA/SMK, baik itu yang masih berstatus sebagai mahasiswa atau tidak adalah konsumen yang paling sering menggunakan aplikasi Shopee untuk melakukan pembelian secara online.

#### 2.2.4 Gambaran Umum Responden Menurut Pekerjaan

Setiap informan memiliki status kerja yang berbeda. Setiap masyarakat umum dengan profesi apapun mempunyai kesempatan menjadi responden pada penelitian ini asal memenuhi syarat. Tabel 2.4 di bawah ini mencantumkan komposisi responden menurut pekerjaan:

**Tabel 2.4 Jumlah Responden Menurut Status Pekerjaan**

| No.           | Pekerjaan         | Jumlah | Persentase |
|---------------|-------------------|--------|------------|
| 1.            | Pelajar/Mahasiswa | 89     | 60,5%      |
| 2.            | PNS/TNI/POLRI     | 9      | 6,1%       |
| 3.            | Pegawai Swasta    | 27     | 18,4%      |
| 4.            | Wiraswasta        | 7      | 4,8%       |
| 5.            | Ibu Rumah Tangga  | 4      | 2,7%       |
| 6.            | Lainnya           | 11     | 7,5%       |
| <b>Jumlah</b> |                   | 147    | 100%       |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan posisi yang status kerjanya Pelajar/Mahasiswa menjadi mayoritas responden pada penelitian ini yakni sebanyak 89 orang (60,5%). Sisanya adalah pegawai swasta sejumlah 27 orang



(18,4%), PNS/TNI/POLRI sebanyak 9 orang (6,1%), wiraswasta 7 orang (4,8%), ibu rumah tangga 4 orang (2,7%), serta lainnya sebanyak 11 orang (7,5%). Dari hasil disimpulkan pula bahwa konsumen dominan Shopee berdasarkan status pekerjaan adalah mahasiswa.

### 2.2.5 Gambaran Umum Responden Menurut Tingkat Penghasilan

Deskripsi penghasilan responden diperlukan karena pendapatan dapat mempengaruhi gaya hidup responden serta daya beli mereka terhadap produk yang dijual pada marketplace Shopee. Adapun komposisi tingkat penghasilan responden berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu:

**Tabel 2.5 Jumlah Responden Menurut Tingkat Penghasilan**

| No.           | Penghasilan               | Jumlah | Persentase |
|---------------|---------------------------|--------|------------|
| 1.            | $\leq 1.000.000$          | 60     | 40,8%      |
| 2.            | 1.000.001 - 2.000.000     | 30     | 20,4%      |
| 3.            | $> 2.000.000 - 3.000.000$ | 17     | 11,6%      |
| 4.            | $> 3.000.000 - 4.000.000$ | 9      | 6,1%       |
| <b>Jumlah</b> |                           | 147    | 100%       |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Menurut tabel 2.5 tersebut, responden dengan penghasilan terbanyak yakni dengan pendapatan  $\leq 1.000.000$  yaitu sebanyak 60 orang (40,8%). Disusul dengan pendapatan 1.000.001 - 2.000.000 sejumlah 30 orang (20,4%) kemudian pendapatan  $> 2.000.000 - 3.000.000$  ada 17 orang (11,6%), dan sebanyak 9 orang (6,1%) dengan rentang penghasilan  $> 3.000.000 - 4.000.000$ . Berdasarkan hasil terlihat bahwa justru konsumen dengan penghasilan  $\leq 1.000.000$  lah yang lebih banyak memutuskan untuk membeli pada aplikasi Shopee.

### 2.2.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Setiap responden memiliki frekuensi penggunaan aplikasi mobile Shopee yang berbeda setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap responden telah mengisi kuesioner telah terkategori sesuai frekuensi seberapa sering mereka menggunakan aplikasi Shopee. Berdasarkan frekuensi penggunaan, komposisi responden bisa diperhatikan melalui tabel berikut:

**Tabel 2.6 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Belanja Online dalam 1 Tahun Terakhir**

| No.           | Frekuensi Penggunaan | Jumlah | Persentase |
|---------------|----------------------|--------|------------|
| 1.            | 2 -3 kali            | 34     | 23,1%      |
| 2.            | 4 - 5 kali           | 24     | 16,3%      |
| 3.            | 6 - 7 kali           | 20     | 13,6%      |
| 4.            | 8 – 9 kali           | 9      | 6,1%       |
| 5.            | ≥10 kali             | 60     | 40,8%      |
| <b>Jumlah</b> |                      | 147    | 100%       |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.6 tersebut disimpulkan bahwasanya pengisi angket yang melakukan pembelian >10 kali dalam 1 tahun terakhir menjadi responden mayoritas yakni sebanyak 60 orang atau sebesar 40,8% dari total. Diikuti dengan transaksi sebanyak 2-3 kali sejumlah 34 (23,1%), 16,3 % atau 24 responden melakukan transaksi sebanyak 4-5 kali, selanjutnya dengan transaksi sebanyak 6-7 kali sejumlah 20 orang (13,6%), serta dengan frekuensi penggunaan 8-9 kali ada 9 orang atau sebesar 6,1%. Sehingga kelihatan bahwa mayoritas responden pada studi ini sudah melakukan pembelian pada aplikasi Shopee sebanyak lebih dari 10 kali.