

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profile Perusahaan Shopee

Shopee merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jual beli barang dan jasa. Shopee merupakan perusahaan e-commerce bagian dari Sea Company, yang pertama kali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015. Shopee tidak hanya berada di Singapura dan Indonesia saja, tetapi Shopee juga memperluas jaringannya ke beberapa negara asia tenggara, yaitu ke Malaysia, Thailand, Vietnam dan Filipina, Shopee juga memperluas jaringan sampai ke Taiwan. Misi Sea Company untuk mendirikan Shopee adalah untuk membuat kehidupan yang lebih layak teruntuk para konsumen dan juga pengusaha kecil dengan memperkenalkan teknologi. Shopee menjadi e-commerce peringkat kedua yang banyak dikunjungi oleh customer pada tahun 2021 in, Shopee mendapat rata-rata kunjungan web bulanan sebanyak 134,4 juta pada kuartal III 2021 (databoks.katadata.co.id, 18 November 2021).

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Shopee

Sumber : www.shopee.co.id

Dalam logo Shopee tersebut memiliki makna yang pertama dari warna, Shopee menggunakan warna orange yang mengartikan sebagai sesuatu warna yang melambangkan kehangatan, yang dapat memiliki daya tarik dan meningkatkan daya tarik minat pembeli. Lalu ada gambar keranjang, keranjang disini diartikan sebagai

keranjang belanja. Dan symbol huruf S pada gambar keranjang di logo Shopee diartikan sebagai symbol dari Shopee.

1.1.3 Visi – Misi Shopee

Shopee memiliki Visi dan Misinya sendiri sebagai berikut :

- a. Visi : Menjadi mobile marketplace nomor satu di Indonesia.
- b. Misi : Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

1.1.4 ShopeePay



Gambar 1.2 Logo ShopeePay

Sumber : www.shopeepay.co.id

Shopeepay merupakan sebuah merek dagang yang diciptakan oleh PT AirPay International Indonesia yang telah mendapatkan lisesnsi dari Bank Indonesia pada bulan Agustus tahun 2018. Dengan berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B pada tanggal 8 Agustus, ShopeePay secara resmi diluncurkan pada bulan November tahun 2018. ShopeePay adalah sebuah fitur layanan uang digital yang disediakan pada aplikasi Shopee digunakan sebagai pembayaran digital, offline pada merchant ShopeePay, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar pesanan berikutnya.

Dengan menggunakan ShopeePay terdapat keuntungan-keuntungan yang ditawarkan oleh ShopeePay yaitu yang pertama mendapatkan voucher ShopeePay, voucher ini menawarkan cashback hingga 30 % yang dapat digunakan untuk pembayaran di merchant ShopeePay. Yang kedua mendapatkan cashback setiap hari, dengan berbelanja di aplikasi Shopee atau merchant ShopeePay lalu

menggunakan Shopeepay sebagai alat pembayaran maka bisa mendapatkan cashback berupa koin Shopee, yang bisa digunakan untuk pembayaran belanja berikutnya. Yang ketiga mendapatkan akses transfer cepat dan mudah, dengan transfer Shopeepay di akun pengguna lain dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa biaya tambahan. Dan yang terakhir mendapatkan voucher gratis ongkos kirim dengan menggunakan Shopeepay sebagai metode pembayaran belanja di aplikasi Shopee bisa mendapatkan voucher gratis ongkos kirim.

1.1.5 Fitur – Fitur Shopeepay

Adapun beberapa fitur yang disediakan oleh Shopeepay diantaranya :

a. Bayar dengan Scan Kode QR

Layanan fitur ini digunakan untuk pembayaran offline Shopeepay pada merchant Shopeepay, toko, atau website dengan melakukan pembayaran dengan scan kode QR yang telah disediakan.

b. Isi Saldo Melalui Transfer Bank

Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk pengisian saldo Shopeepay melalui transfer bank yang dapat dicek secara otomatis dengan proses verifikasi yang dilakukan oleh penggunanya.

c. Transfer Saldo ke Pengguna ShopeePay atau Rekening Bank

Salah satu keunggulan fitur yang disediakan Shopeepay karena dapat melakukan transfer ke sesama pengguna Shopeepay ataupun ke rekening bank, dengan memastikan akun Shopeepay pengguna sudah terverifikasi.

d. Verifikasi ShopeePay

Fitur ini untuk memberikan rasa aman penggunanya, karena jika ingin mengaktifkan akun Shopeepay harus melakukan verifikasi agar terdaftar dan dijamin keamanannya.

e. Deals Sekitarmu

Fitur ini dapat memberikan kemudahan pengguna untuk menemukan penawaran voucher Shopeepay dan deal sekitarmu di merchants Shopeepay terdekat.

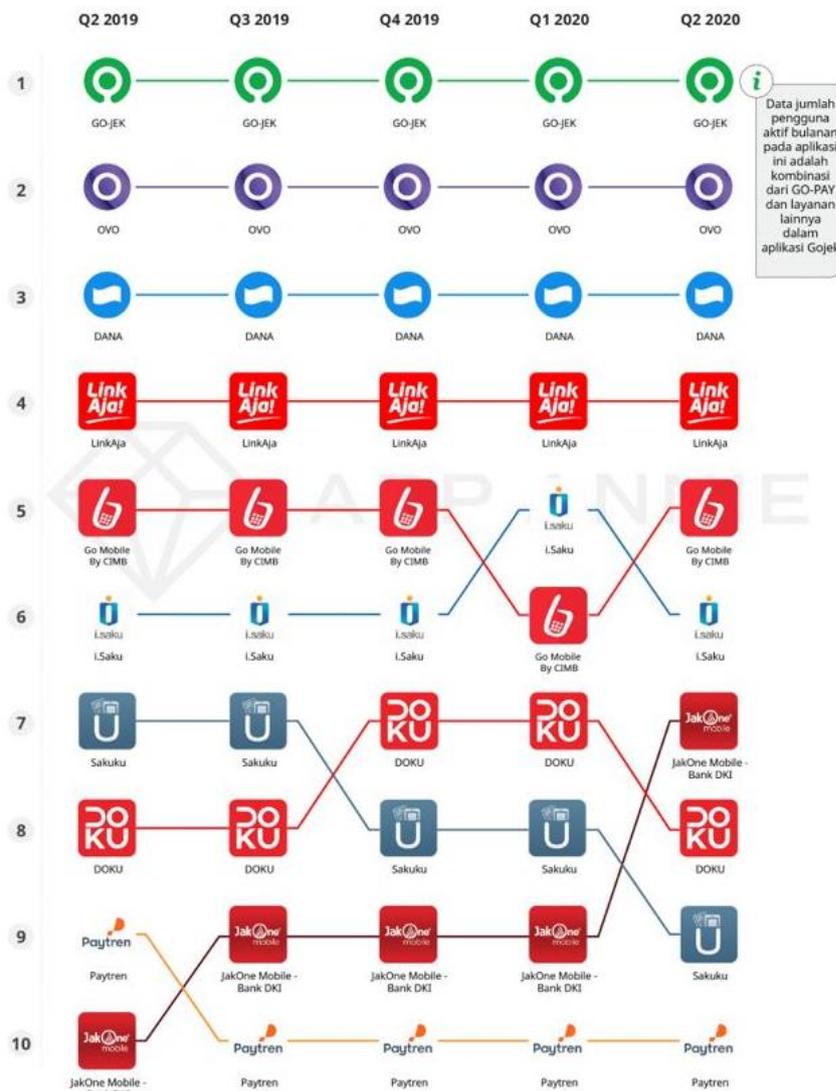
f. Pembayaran Aman

langsung, sekarang masyarakat Indonesia pun beralih dari pembayaran yang awalnya menggunakan uang tunai maupun kredit menjadi pembelian dengan system pembayaran menggunakan pembayaran digital, dengan menggunakan aplikasi dompet digital yang tersedia. Aplikasi dompet digital ini pun disediakan oleh bank-bank di Indonesia maupun perusahaan penyedia dompet digital lainnya. Pembayaran digital melalui dompet digital ini sering disebut juga dengan istilah e-money atau e-wallet

Electronic money (e-money) atau uang elektronik merupakan sebuah alat pembayaran yang berbentuk elektronik yang dimana penyimpanan uangnya disimpan dalam sebuah aplikasi media elektronik tertentu dengan menggunakan akses internet. E-money dapat didefinisikan sebagai alat pembayaran jika memenuhi unsur-unsur-unsur berikut, yaitu: diterbitkan dengan dasar nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam sebuah media seperti server atau chip, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan sebuah simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur perihal perbankan (Bank Indonesia, 2 Januari 2022)

Berdasarkan dari data pada Bank Indonesia bahwa terdapat 59 perusahaan yang terdaftar berizin memiliki produk e-money di Bank Indonesia. Terdapat 15 perusahaan bank resmi yang menerbitkan produk e-money atau e-wallet dan terdapat 44 perusahaan selain bank yang menerbitkan produk e-money. Dari data pada Bank Indonesia membuktikan bahwa sampai sekarang banyak perusahaan yang menerbitkan produk e-money dikarenakan tingginya minat konsumen terhadap e-money.

Bank Indonesia mencatat pada bulan Oktober 2021 nilai transaksi yang menggunakan e-money pun meningkat menjadi 55,54% dengan mencapai Rp 29,23 triliun jika dibandingkan dengan periode satu tahun yang lalu.



Gambar 1.4 Peringkat Dompet Digital Pengguna Terbanyak di Indonesia 2020

Sumber : <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>,

dipublish pada 2020

Berdasarkan pada gambar 1.4 menunjukkan bahwa terdapat 10 produk dompet digital yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2020. GoPay menempati peringkat pertama, diikuti oleh Ovo di peringkat kedua dan Dana di peringkat ketiga. Yang dimana ShopeePay tidak menempati peringkat 10 besar pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2020



Gambar 1.5 Aplikasi E-Money Pengguna Terbanyak Tahun 2021

Sumber : www.goodnewsfromindonesia.id, dipublish pada 24 November 2021

Berdasarkan gambar 1.5 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2021 yaitu, OVO, Go-pay, ShopeePay, Dana, dan LinkAja. ShopeePay berada di peringkat ketiga selama tahun 2021 yang terbanyak digunakan oleh customer. Dengan adanya hal ini menjadi landasan penulis mengapa objek penelitian terhadap ShopeePay di banding dengan e-wallet yang lain.

Dengan berkembangnya aplikasi pembayaran digital ShopeePay ini tidak terlepas dari Promosi Penjualan atau sales promotion merupakan sebuah program untuk promosi paritel dengan memiliki tujuan untuk mendorong terjadinya penjualan atau untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan tujuan mempertahankan minat pelanggan untuk tetap berbelanja kepadanya (Belisa, 2018:2). Berdasarkan didalam website Shopee Indonesia strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh ShopeePay adalah dengan memberikan potongan harga, voucher, dan cashback. Berikut penjelasannya :

NANTIKAN 22-24 JAN

ShopeePay DAY

FLASH SALE Rp1

ShopeePay SERBA Rp10

MINIMARKET DISKON 100%

ShopeePay Serba Rp10, Flash Sale Rp1 dan promo Minimarket Diskon 100% hanya di ShopeePay Day

Berlaku Hingga: 20-01-2022

Gambar 1.6 Promosi Potongan Harga ShopeePay

Sumber : Website Shopee Indonesia (diakses 20 Januari 2022)

Shopee Indonesia selalu memberi promo potongan harga kepada customernya yang melakukan transaksi pembayaran menggunakan dompet digital yang disediakan oleh Shopee yaitu ShopeePay. Dan potongan harga ini hanya berlaku pada merchant yang berkerja sama dengan ShopeePay dan memiliki batas waktu.

17-23 JAN

VOUCHER SPESIAL

ShopeePay

TOP MERCHANTS RP10

Sinar Mas

Garuda Indonesia

TONGTJI

Jeng Jeng

GENKI SUSHI

Voucher ShopeePay Rp10 Cashback 60%

Berlaku Hingga: 20-01-2022

Gambar 1.7 Promosi Voucher ShopeePay

Sumber : Website Shopee Indonesia (diakses 20 Januari 2022)

Shopee Indonesia selalu memberikan promo berupa voucher kepada customernya. Dan voucher yang diberikan memiliki kode special dan ditampilkan pada website Shopee Indonesia.



Klik Indomaret ShopeePay SOD Campaign!

Berlaku Hingga: 21-01-2022

Gambar 1.8 Promosi Cashback ShopeePay

Sumber : Website Shopee Indonesia (diakses 20 Januari 2022)

ShopeePay selalu memberikan promo berupa Cashback yang biasanya ada batas waktu pemakaian. Cashback ini memiliki variasi yang berbeda-beda dan untuk mendapatkannya customer harus memiliki kode voucher yang sesuai dengan promo tersebut.

Dengan penerapan strategi *digital marketing* yang ditawarkan oleh ShopeePay dengan berupa pemberian potongan harga, voucher, dan cashback, customer pun akan tertarik untuk menggunakan system pembayaran digital yang disediakan oleh ShopeePay

Tabel 1.1
Hasil Pra-Survey Pengaruh Pemberian Potongan Harga, Voucher, Cashback, Minat Menggunakan

| No | Pernyataan | YA | TIDAK |
|----|---|---------------------|-------------------|
| 1 | Pembayaran digital ShopeePay mudah digunakan | 96,7% atau 29 orang | 3,3% atau 1 orang |
| 2 | Pembayaran digital ShopeePay mempermudah transaksi keuangan | 100% atau 30 orang | 0% atau 0 orang |

| | | | |
|---|---|---------------------|---------------------|
| 3 | Sering mendapatkan potongan harga saat menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 36,7% atau 11 orang | 63,3% atau 19 orang |
| 4 | Sering mendapatkan voucher saat menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 43,3% atau 13 orang | 56,7% atau 17 orang |
| 5 | Sering mendapatkan cashback saat menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 53,3% atau 16 orang | 46,7% atau 14 orang |
| 6 | Dengan adanya pemberian promo potongan harga dapat meningkatkan minat customer dalam menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 96,7% atau 29 orang | 3,3% atau 1 orang |
| 7 | Dengan adanya pemberian promo voucher dapat meningkatkan minat customer dalam menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 96,7% atau 29 orang | 3,3% atau 1 orang |
| 8 | Dengan adanya pemberian promo voucher dapat meningkatkan minat customer dalam menggunakan pembayaran digital ShopeePay | 100% atau 30 orang | 0% atau 0 orang |

Sumber : Data diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil dari pra-survey yang telah dilaksanakan oleh penulis pada tabel 1.2 tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 30 responden yang merasa transaksi pembayaran digital dipermudah dengan adanya ShopeePay. Akan tetapi untuk pemberian potongan harga, voucher dan cashback dari ShopeePay belum sepenuhnya baik. Para pengguna layanan pembayaran digital ShopeePay yang merupakan responden dari pra-survey tersebut merasa kurang puas dengan pemberian potongan harga yang ditawarkan oleh ShopeePay dikarenakan terdapat 63,3% responden merasa tidak setuju dengan penawaran yang diberikan oleh

ShopeePay. Terungkap hasil dari pemberian voucher yang ditawarkan oleh ShopeePay, pengguna juga merasa kurang puas dikarenakan terdapat 56,7% responden menyatakan tidak setuju dengan penawaran voucher yang diberikan oleh ShopeePay kepada penggunanya. Untuk hasil dari pemberian cashback yang ditawarkan oleh ShopeePay, pengguna masih kurang merasa puas dikarenakan terdapat 46,7% responden menyatakan bahwa tidak setuju dengan penawaran cashback yang diberikan ShopeePay kepada penggunanya.

Keunikan pada kasus atau penelitian ini adalah dimana dengan banyaknya produk dompet digital yang muncul karena adanya perkembangan teknologi, masyarakat pun juga tertarik untuk menggunakan dompet digital yang ada karena di nilai efektif dan efisien. Tentu saja semakin tertarik menggunakan suatu dompet digital dengan adanya promo-promo menarik yang diberikan oleh perusahaan terkait.

Dalam Penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Pemberian Potongan Harga, Voucher, dan Cashback Terhadap Minat Customer Menggunakan Pembayaran Digital ShopeePay (Studi kasus pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung)” dikarenakan pada saat ini banyak dompet digital mengadakan promo-promo untuk menarik minat customer untuk menggunakan produknya dan dengan adanya strategi tersebut juga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk tersebut. Penulis meneliti apakah dengan adanya pemberian promo-promo menarik tersebut seperti potongan harga, voucher dan cashback dapat menarik minat customer untuk menggunakan dompet digital ShopeePay.

Dalam Penelitian ini penulis melakukan pemilihan lokasi penelitian dengan mengambil sampel di wilayah Bandung. Dengan memiliki alasan dalam pemilihan lokasi ini yaitu karena penduduk di wilayah Bandung termasuk dalam kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi di Jawa Barat. Selain itu Bandung juga di kenal dengan sebutan kota belanja dan *Parijs Van Java*. Menurut Prof. Dr. H. Nina Herlina Lubis seorang ahli sejarah asal Universitas Padjajaran dikutip dari infobdg.com, ia mengatakan, “di masa

penjajagan Belanda, Bandung merupakan salah satu pusat perekonomian yang terus berkembang”

Berdasarkan kondisi tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh potongan harga, voucher, cashback berkaitan dengan minat menggunakan dengan judul penelitian “Pengaruh Pemberian Potongan Harga, Voucher, dan Cashback Terhadap Minat Customer Menggunakan Pembayaran Digital ShopeePay (Studi kasus pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung)”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah minat generasi Z di wilayah Bandung dalam menggunakan ShopeePay terkait dengan Potongan Harga, Voucher, dan Cashback yang diberikan, antara lain:

1. Bagaimana pemberian Potongan Harga pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?
2. Bagaimana pemberian Voucher pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?
3. Bagaimana pemberian Cashback pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?
4. Bagaimana pengaruh pemberian Potongan Harga terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?
5. Bagaimana pengaruh pemberian Voucher terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?
6. Bagaimana pengaruh pemberian Cashback terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pemberian Potongan Harga pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung.
2. Untuk mengetahui pemberian Voucher pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung.
3. Untuk mengetahui pemberian Cashback pada pengguna ShopeePay di wilayah Bandung
4. Untuk mengetahui pengaruh pemberian Potongan Harga terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung
5. Untuk mengetahui pengaruh pemberian Voucher terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung
Kegunaan Penelitian
6. Untuk mengetahui pengaruh pemberian Cashback terhadap Minat Menggunakan pada generasi Z pengguna ShopeePay di wilayah Bandung
Kegunaan Penelitian

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan keberuntungan bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

Dengan penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat serta meningkatkan pemahaman tentang seberapa pengaruh potongan harga, voucher, dan cashback dengan minat menggunakan e-wallet. Maka dari itu, hasil dari penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan perusahaan sebagai sumber informasi untuk pengembangan layanan dari ShopeePay, sebagai bahan evaluasi dalam menghadapi kompetisi persaingan dengan e-wallet yang lain.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penulisan skripsi ini, dan mempermudah memberikan arahan dan gambaran penulisan skripsi ini. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian atau pemikiran.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, operasional variable, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil dari pengolahan data. Dimana hasil tersebut yang dianalisis oleh peneliti agar dapat ditemukan kesimpulan dari penelitian ini.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penulis selanjutnya.