

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Shopee yang merupakan perusahaan elektronik Singapura adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEA Group (sebelumnya dikenal nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga aktif di negara Brasil, dan menjadikannya negara pertama Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee dipimpin oleh Chris Freng. Chris Freng merupakan mantan karyawan Rocket Internet dan pernah memimpin e-commerce Zalora dan Lazada.

E-commerce (*electronic commerce*) dalam bahasa Indonesia adalah media perdagangan secara elektronik. E-Commerce adalah penjualan dan pembelian dengan proses secara online. Shopee merupakan aplikasi e-commerce berbasis marketplace yang bergerak di bidang website dan aplikasi *mobile phone*. Aplikasi Shopee ini merupakan wadah belanja online yang lebih berfokus pada *platform mobile* sehingga memudahkan orang-orang dalam berbelanja maupun berjualan. *Platform* Shopee ini banyak menawarkan berbagai macam-macam produk barang yang ditawarkan pada platform ini antara lain seperti pakaian wanita, pakaian pria, alat-alat rumah tangga, barang elektronik, kebutuhan olahraga dan masih banyak lagi kebutuhan lainnya. E-commerce ini dilengkapi pula metode pembayaran yang sangat aman serta terhindar dari penipuan dan beragam layanan pengiriman yang sudah terpercaya.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat, transaksi jual beli kini tidak perlu dilakukan dengan cara tatap muka atau secara langsung. Transaksi tersebut biasa di sebut

sebagai transaksi jual beli online dimana pembelian dan pembayaran dilakukan secara online dan menggunakan pembayaran secara tidak langsung atau bisa disebut sebagai online payment. Di dalam e-commerce Shopee ada beberapa macam metode pembayaran online payment diantaranya yaitu metode pembayaran transfer bank, kartu kredit / debit online, bayar ditempat / COD (Cash On Delivery), Alfamart, Indomaret / i.Saku, Oneklik, Akulaku, ShopeePayLater, dan ShopeePay.

Hal yang membedakan metode pembayaran ShopeePay dan metode pembayaran lain ketika berbelanja online di Shopee yaitu, banyak keuntungan yang didapat seperti voucher gratis ongkir minimal belanja Rp.30.000,- dan cashback yang didapat pada pembelian toko yang berlogokan GratisOngkirXtra dan berlogokan Cashback, voucher tersebut hanya bisa digunakan dengan metode pembayaran ShopeePay. Selain itu, tidak ada biaya admin yang ditanggungkan kepada pembeli jika menggunakan metode pembayaran ShopeePay. Sedangkan metode pembayaran lain ongkir ditanggung oleh pembeli dan tidak mendapatkan cashback, dan ketika melakukan pembayaran dikenakan biaya admin.

ShopeePay adalah layanan uang elektronik yang dibuat sebagai metode pembayaran atau *online payment* dan untuk menyimpan / menampung pengembalian dana. Penambahan saldo (*top up*) pada ShopeePay maksimal Rp.2.000.000, untuk akun yang belum terverifikasi, sedangkan untuk akun yang sudah terverifikasi maksimal *top up* saldo Rp.10.000.000, . Fitur ShopeePay atau layanan uang elektronik ini selain digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran online di platform Shopee juga digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran offline di merchant ShopeePay.

Merchant adalah *physical store* ataupun toko online yang bergabung dengan *marketplace*. Sekumpulan orang atau kelompok maupun individu yang berperan sebagai penjual barang atau jasa yang memiliki usaha fisik atau berbentuk toko online disebut dengan

merchant. Merchant ShopeePay adalah mitra atau toko yang bekerja sama dengan ShopeePay dalam penyediaan layanan pembayaran melalui virtual payment. Merchant yang bekerjasama dengan ShopeePay diantaranya adalah mini market seperti Alfamart, berbagai restoran, offline store dan masih banyak lagi.

Selain e-wallet ShopeePay yang bekerjasama dengan Merchant (*physical store*) atau toko offline, ada beberapa e-wallet yang bergabung dengan merchant diantaranya OVO, GoPay dan Dana. Berdasarkan data tahun 2020 pada artikel-artikel yang diterbitkan oleh REPUBLIKA.COM pada survey onlinenya, ShopeePay menjadi dompet digital yang paling sering digunakan selama bulan oktober 2020 dengan 34 persen, disusul oleh OVO 28 persen, GoPay 17 persen, dan Dana 14 persen. Berdasarkan nilai transaksi yang diterbitkan pada artikel yang diterbitkan pada tahun 2020 oleh REPUBLIKA.COM, ShopeePay mencatatkan transaksi tertinggi dalam tiga bulan yakni 29 persen dari total nilai transaksi e-wallet di Indonesia. Diikuti oleh OVO 27 persen dari total, GoPay 22 persen dari total, dan Dana 14 persen dari total.

Electronic payment (E-Payment) adalah metode pembayaran yang dapat memudahkan kenyamanan penggunaannya dalam melakukan transaksi pembayaran. Cara menggunakannya yaitu pengguna hanya perlu melakukan transaksi hanya secara online dan hanya memanfaatkan internet, tanpa harus bertatap muka langsung dengan penjual / pembeli. Pada era sekarang penggunaan pembayaran secara tidak langsung atau *e-payment* sudah banyak penggunaannya guna untuk lebih mempermudah transaksi. Layanan uang elektronik dari Shopee (ShopeePay), kini sering digunakan sebagai alternatif metode pembayaran di merchant *offline*. Biasanya penjual atau *merchant* memanfaatkan metode uang elektronik salah satunya *e-payment* ShopeePay ini untuk strategi program promo (potongan harga), sehingga masyarakat tertarik pada penggunaan uang elektronik ShopeePay karena terdapat

berbagai macam promo atau diskon dengan menggunakan metode pembayaran uang elektronik *ShopeePay*.

Media online adalah jaringan luas media komunikasi yang dimana pemanfaatannya menggunakan perangkat internet guna membagikan dan memperluas jaringan informasi dan memperpendek jarak antara negara. Penyebaran informasi maupun berita melalui media online ini sangat cepat dan lebih mudah penyebarannya. Pada masa kini, masyarakat lebih tertarik dengan belanja dan pembayaran yang mudah, seperti halnya pengguna e-commerce Shopee. Karena fitur yang di sediakan e-commerce ini lengkap, segala kebutuhan yang diinginkan ada maka masyarakat terkhususnya masyarakat milenial lebih memilih berbelanja secara online. Lebih mudah lagi berbelanja online ini dengan menggunakan perantara yaitu seperti penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee. Dengan menggunakan aplikasi perantara, masyarakat lebih aman dan mudah ketika melakukan transaksi jual-beli dan terhindar dari penipuan. Transaksi belanja online di e-commerce Shopee lebih mudah menggunakan fitur uang elektronik *ShopeePay*. Dengan menggunakan fitur *ShopeePay*, masyarakat pengguna Shopee memiliki lebih banyak keuntungan seperti gratis ongkir, *cashback*, flash sale spesial, serta belanja lebih nyaman cepat dan lebih murah.

Cara penggunaan *ShopeePay* pada belanja online melalui Shopee, ketika memilih metode pembayaran pilih metode pembayaran *ShopeePay*. Namun sebelum itu aktifkan terlebih dahulu metode pembayaran *ShopeePay* dengan mengikuti arahan yang telah tersedia, lalu isi saldo (*top up*) *ShopeePay* terlebih dahulu. *Top up* *ShopeePay* bisa dilakukan melalui bank transfer, *mobile banking*, maupun merchant yang telah bekerjasama dengan *ShopeePay* seperti Alfamart / Alfamidi, Indomaret / i-Saku. Sedangkan cara menggunakan *ShopeePay* pada *offline store*, pengguna cukup membuka laman utama aplikasi Shopee dan memilih menu bertanda *scan* lalu arahkan kamera handphone ke kode QR merchant untuk *scan*, lalu

mengisi jumlah yang harus di bayar dan klik “Bayar Sekarang”, lalu yang terakhir masukkan kode PIN untuk menyelesaikan transaksi.

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang dituntut untuk mencari kebutuhan hidup, pengaruh terhadap keyakinan, pikiran, dan juga ambisi tertentu dipersatukan dalam kehidupan kolektif. Dalam buku Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenai Antropologi (2019: 46) karya Gusu Nurmansyah dkk, dijelaskan bahwa definisi masyarakat adalah sejumlah manusia yang jadi satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Masyarakat dapat diartikan pula sebagai makhluk sosial.

Masyarakat *modern* saat ini berbelanja secara online atau transaksi elektronik secara online merupakan hal yang sangat lumrah terjadi dan bisa disebut sebagai kebutuhan primer. Ketika ingin mencari barang yang dibutuhkan namun kita lelah dan malas berpergian kemana-mana terutama mendatangi toko fisik, e-commerce ini salah satu solusi yang akan menjadi pilihan utama setiap masyarakat modern Indonesia, karena keunggulan yang ditawarkan simpel praktis dan mudah. Fitur modern ShopeePay pun menjadi alternatif bagi masyarakat modern, karena ketika melakukan transaksi e-payment menjadi lebih mudah. E-payment pada fitur ShopeePay tidak hanya digunakan untuk pembayaran belanja online, tetapi juga bisa digunakan untuk pembayaran isi pulsa, token listrik, tagihan serta pembelian tiket. Sehingga memudahkan masyarakat modern saat ini yang terbilang *mager* untuk pergi kemana-mana. ShopeePay pada penggunaan masyarakat berbeda-beda, namun pada umumnya penggunaan ShopeePay dilakukan guna untuk mempermudah transaksi serta diskon, promo, cashback yang ditawarkan.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini jelas tampak pada definisi John R. Wenburg dan Willian W. Wilmot bahwa persepsi bisa

dikatakan sebagai cara organisme dalam memberi sebuah makna. Rudolph F. Verderber menjelaskan bahwa persepsi itu adalah suatu proses dalam menafsirkan suatu informasi dari segi indrawi. Atau J.Cohen menafsirkan persepsi sebagai interpretasi yang bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi merupakan pengetahuan yang tampak mengenai apa yang diketahui oleh orang sekitar atau masyarakat.

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsi masyarakat adalah pengetahuan atau tanggapan masyarakat lingkungan dari kumpulan individu yang saling berinteraksi karena mempunyai norma-norma, nilai-nilai, cara-cara serta prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu adat istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi dari indera. Persepsi yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan suatu pesan yang lain, semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu maka semakin mudah dan sering mereka berkomunikasi dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Persepsi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay berbeda-beda. Karena penggunaan ShopeePay beragam dan manusia atau masyarakat pada dasarnya beraneka ragam sehingga muncul lah persepsi yang berbeda-beda pula mengenai metode pembayaran ShopeePay ini.

Berdasarkan alasan-alasan yang telah di paparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengamati dan meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul “ **PERSEPSI MENGENAI METODE PEMBAYARAN SHOPEEPAY PADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG**”.

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada **“Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota Bandung Mengenai Metode Pembayaran ShopeePay”**. Maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana sensasi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay ?
- 2) Bagaimana atensi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay ?
- 3) Bagaimana interpretasi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah di uraikan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- 1) Mengetahui sensasi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay
- 2) Mengetahui atensi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay
- 3) Mengetahui interpretasi masyarakat mengenai metode pembayaran ShopeePay

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Teoretis

- (1) Penelitian ini di harapkan agar dapat menambah wawasan dan variasi bahan kajian tentang penelitian serupa melalui metodologi deskriptif kualitatif serta dapat memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
- (2) Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan terutama dalam bidang komunikasi.
- (3) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk yang berkepentingan dengan istilah yang diteliti.

2) Kegunaan Praktisi

- (1) Secara praktisi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi adanya penggunaan metode pembayaran pada e-commerce Shopee yaitu ShopeePay di tengah-tengah masyarakat kota Bandung terkhususnya.
- (2) Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penggunaan ShopeePay karena peneliti pun juga aktif sebagai pengguna ShopeePay.
- (3) Hasil dari penelitian ini dapat menjadi suatu bahan rekomendasi, masukan, informasi, pemikiran dan kontribusi yang positif bagi peneliti lain yang mengambil objek yang serupa.