

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat berasa dampaknya bagi kemajuan produktivitas, teknologi internet memusingkan manusia dapat terhubung dengan berbagai media. Pada situasi pandemi yang mewabah ke seluruh masyarakat dunia hingga menimbulkan dampak yang sangat mengancam kesehatan masyarakat mengharuskan masyarakat berkegiatan di rumah melalui media internet saja. Hal ini membuat masyarakat mau tidak mau untuk melakukan kegiatan belajar, bekerja, maupun melakukan kegiatan berbelanja secara *online* untuk menghindari paparan penyakit Covid-19. Dengan maraknya penyebaran wabah virus Covid-19, membuat kegiatan masyarakat mulai berubah, dengan menggunakan berbagai jenis aplikasi untuk mempermudah kegiatan sehari-hari. Peranan *marketplace* membuat masyarakat terbantu hingga merasa teringankan dengan banyaknya inovasi yang diberikan dari setiap *marketplace* hingga promo, potongan harga yang begitu besar, hal ini membuat sebagian perilaku masyarakat mulai beralih pada aplikasi jual beli Shopee.

Dengan pesatnya kemajuan jaman yang signifikan membuat masyarakat belum terbiasa akan cara kerja berbelanja *Online*. Kurangnya edukasi bagi masyarakat terhadap kegiatan berbelanja secara daring menimbulkan fenomena yang baru. Fenomena kesalahpahaman pembeli saat melakukan transaksi jual beli secara daring seringkali memunculkan tindakan sepihak dari pembeli, hal itu tentu berdampak buruk bagi para penjual dan kurir yang sudah melakukan segala mekanisme jual beli *online*.

Fenomena pembeli yang tidak memahami dengan baik mekanisme transaksi saat menggunakan metode *COD* di Shopee menimbulkan keresahan pada masyarakat dan menimbulkan ketakutan tersendiri bagi para pengantar paket yang dibeli kepada para pelanggan. Pada media sosial *twitter*, terdapat posting seorang ibu sedang memaki pengantar paket. Ibu tersebut membuka paket belanjanya dan tidak mau membayar karena tidak sesuai dengan keinginannya, atau merasa ditipu

penjual tetapi ibu tersebut justru menyalahkan kurir & menolak membayar paket, padahal metode pembayaran yang digunakan adalah COD (*Cash On Delivery*). Tentu saja kemarahan ibu tersebut tidak tepat, karena kurir adalah pengantar atau pihak lain di luar transaksi jual-beli. Dalam hal ini, telah terjadi kesalahpahaman antara pihak pembeli, dan penjual, tetapi disebabkan kepada kurir. Pembeli secara sepihak menuding membebankan kekecewaan terhadap produk kepada jasa kirim. Padahal kondisi semacam ini telah diatur penyelesaiannya, di platform *marketplace* tersebut.

Tingkat minat berbelanja *online* masyarakat yang semakin hari semakin meningkat, banyaknya potongan harga yang mendorong calon pembeli semakin konsumtif melakukan kegiatan berbelanja *online* pada beberapa *marketpalce*. Gencarnya promosi di platform *marketplace*, menggiring pembeli untuk sering berbelanja. Namun, kebiasaan bertransaksi konvensional membuat pembeli tidak selalu mudah beradaptasi dengan perilaku baru ini. Jika berbelanja secara langsung dapat membuat keputusan di tempat. Mekanisme ini, tidak ada resiko kerugian bagi kedua belah pihak. Berbelanja melalui platform *marketplace*, melibatkan pihak jasa pengiriman. Serta adanya rentang waktu antara membeli dan menerima barang.

Dengan adanya *marketpalce* memudahkan masyarakat dalam kegiatan berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat beragam perusahaan marketplace belanja online di Indonesia yang memiliki keunikannya tersendiri satu dan lain hal nya, diantaranya Shopee, TokoPedia, Lazada, JD.iD, BukaLapak, OLX, dan beberapa platform lain. Menurut data iPrice menunjukkan data bahwa *e-commerce* Shopee dengan capaian ranking appstore dan playstore pertama diantara *marketplace* lainnya. Merujuk pada data *Similarweb*, melihat tingkat kunjungan aplikasi selama 2021, kunjungan aplikasi aktif harian Shopee mencapai 26,92 juta pengguna yang mengakses melalui aplikasi *mobile* android di Indonesia. Sementara itu jumlah kunjungan *marketplace* Shopee pada *web* menurut situs iPrice mencapai 134 juta. Selain itu Shopee menempati peringkat satu dalam ranking aplikasi baik melalui playstore dan appstore diantara beragam *marketplace* lainnya. Shopee berada di

posisi pertama dalam hal jumlah total unduhan aplikasi dan total pengguna aktif bulanan, sementara *e-commerce* lain mencetak angka dibawahnya.

Pada transaksi jual beli secara *online* di Shopee sendiri memiliki mekanisme atau urutan tata cara berbelanja dengan aman. Hal tersebut dilakukan agar penjual dan pembeli dapat diawasi secara langsung dengan ketat oleh pihak Shopee dan menjamin keamanan. Dengan kata lain pihak *marketplace* Shopee mengetahui dengan jelas barang yang dibeli oleh konsumen, kapan barang akan dikirim, siapa yang mengirim barang ke pelanggan. Dengan mekanisme yang dipantau secara langsung oleh pihak Shopee membuat setiap pembelian yang mengalami masalah dapat dilaporkan secara langsung kepada pihak *customer service* Shopee pada aplikasi maupun pada halaman webnya. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa para konsumen juga tidak mengetahui dengan baik dari mekanisme pembelian secara *online* pada aplikasi Shopee. dan bagai mana melakukan pengaduan ke pihak Shopee terkait masalah barang yang konsumen beli dan tidak sesuai.

Menurut Rezki Yanuar sebagai *Brand Manajer* Shopee Indonesia, jumlah populasi transaksi di Indonesia terbilang besar. Dan masih adanya konsumen yang butuh didukasi. Jika barang penjualan pada *marketplace* Shopee disesuaikan dengan peraturan dan ketentuan di Indonesia. Jika ada penjual yang berlaku curang akan cabut ijin berjualannya dari Shopee (Denny Iswanto 2018). Pentingnya kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat agar dapat mengerti dan mengetahui dengan baik mekanisme berbelanja *online*, dan dapat mengurangi dampak terjadinya fenomena kesalahpahaman masyarakat. Selain mengedukasi, perancangan ini juga bertujuan untuk mengajak masyarakat agar saling peduli satu dengan yang lain, dengan cara menyebarkan cara berbelanja *online* dengan baik dan benar.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan dalam identifikasi masalah sebagai berikut:

- Kurangnya edukasi untuk masyarakat saat melakukan kegiatan berbelanja secara *online* di *marketplace* Shopee.
- Masih banyak masyarakat yang keliru dengan cara berbelanja menggunakan *Marketplace* Shopee.
- Kesalahpahaman masyarakat mengira kurir adalah penjual produk di Shopee.

I.3 Rumusan Masalah

Dengan identifikasi masalah yang tertera di atas, Berikut rumusan masalahnya. Bagaimana cara mengatasi dan mengurangi timbulnya fenomena kesalahpahaman konsumen saat berbelanja *online* di Shopee yang kurang teredukasi dalam bertransaksi secara daring pada *marketpalce* Shopee?

I.4 Batasan Masalah

Bedasarkan data yang diperoleh, batasan masalah pada laporan Tugas Akhir tersebut melingkupi, ibu rumah tangga dan karyawan swasta yang memiliki ekonomi menengah ke bawah serta kurang memahami dengan baik mekanisme transaksi pembayaran pada *marketplace* Shopee. Dengan penyebaran pada daerah Jakarta dan sekitarnya, yang berlangsung dari tahun 2022.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

- Mengedukasi masyarakat agar dapat selalu berhati hati bertransaksi *online* dan berbelanja *online* di *Marketplace* Shopee.
- Memberikan peringatan kepada masyarakat agar selalu cermat saat melakukan kegiatan berbelanja *online*.
- Membantu masyarakat agar teliti membaca informasi produk sebelum berbelanja *online*.
- Mengedukasi pada khalayak sasaran mengenai tata cara pembelian dan pengembalian barang jika barang jika tidak sesuai dengan pesanan atau deskripsi dari penjual.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat sebagai sumber sarana informasi dan pengetahuan bagi masyarakat dan konsumen agar lebih teliti dalam berbelanja *online*. Masyarakat mendapatkan pengetahuan seputar tata cara berbelanja *online* yang benar melalui *marketplace* Shopee. Manfaat lainnya bagi keilmuan berguna sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.