

## Online Analysis of Reputation Management Shopee Express PT Shopee Indonesia

Muhammad Haidul Fikri<sup>a\*</sup>, Ridho Ramadhan<sup>b</sup>, Muhammad Kindi Fadhil<sup>c</sup>, Fadli Hardian<sup>d</sup>

<sup>abcd</sup>Public Relation, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta

**ABSTRACT:** Shopee is one of the leading online shopping platforms in Indonesia. As a leading shopping platform, it's not uncommon for Shopee to receive various issues or bad news regarding services and the features offered. Shopee has just stumbled upon an issue regarding its delivery service on social media Twitter, the issue started with a consumer named Arif Novianto who posted on Twitter regarding his experience when he met a Shopee Express courier who delivered his order. The courier admitted that he received low wages when asked by consumers. Consumers who heard the news then responded by writing a post on Twitter which eventually went viral and Shopee received lots of negative responses regarding this news. In response to this issue, Shopee's management spoke up in order to minimize the issue so that it would not develop further. Dan said that shopee management always listens to input and aspirations from Shopee Express driver partners, and continues to strive to maintain the comfort of all parties.

### ARTICLE HISTORY

Received: 21-03-2023

Accepted: 23-03-2023

### KEYWORDS

Shopee, Public Relations, Reputation Management

### Introduction

Dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi zaman Globalisasi kini telah memasuki era baru yang lebih mudah dan mudah cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara berhubungan individu dengan individu yang lain. Teknologi informasi berkembang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir, terutama perkembangan dalam penggunaan internet yang merubah cara kehidupan, pekerjaan, komunikasi, dan pembelajaran manusia. Dengan berkembangnya komputer, komputer telah mengalami banyak kemajuan internet. Negara berkembang termasuk Indonesia penduduknya sangat terbuka terhadap teknologi baru ini bekerja.

Jumlah pengguna Internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Internet sebagai alat informasi telah berkembang pesat Atau komunikasi yang tidak bisa diabaikan dalam kehidupan manusia saat ini. Dengan bantuan internet, komunikasi menjadi lebih mudah Dapatkan informasi dengan cepat. Bahkan di industri media Internet memberikan manfaat bagi produsen dan konsumen. salah satu contoh hasil positif yang di ada berkat kemajuan teknologi adalah Shopee marketplace yang pertama kali meluncur sebagai marketplace konsumen ke konsumen (K2K) lalu beralih menjadi marketplace bisnis ke konsumen (B2K). Indonesia juga memanfaatkan teknologi dengan mempromosikan makanan

**CONTACT:** Muhammad Haidul Fikri  mhaidulfikri@gmail.com

© 2023 The Author(s). Published by Literasi Nusantara Publisher.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

siap saji di platform shopee untuk bersaing dengan gofood dan grabfood, program ini diberi nama Shopee food ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta.

## Literature Review

### **Pengertian Ilmu Komunikasi**

Menurut Handoko komunikasi adalah proses pemindahan pengertian gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Melibatkan lebih dari kata-kata yang digunakan, tetapi juga wajah, intonasi, titik putus lokal dan sebagainya (2009).

Menurut Dedde Mulyana fungsi komunikasi terbagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi komunikasi sosial  
Fungsi komunikasi sosial itu penting untuk membangun diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan, dan pembentukan konsep diri.
2. Fungsi komunikasi ekspresif  
Komunikasi ekspresif tidak otomatis mempengaruhi orang lain. Namun komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan.
3. Fungsi komunikasi ritual  
Fungsi komunikasi ritual dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas yang sering melakukan upacaranya-upacara. Dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.
4. Fungsi komunikasi instrumental  
Fungsi komunikasi instrumental bertujuan untuk mengejar, mendorong, mengubah sikap keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur.

### **Teori Public Relations**

*Public relations* adalah yang ada di dalam suatu manajemen perusahaan yang menjadi perantara antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Hampir di setiap perusahaan atau instansi baik pemerintah maupun swasta memiliki departemen atau *team public relation*. Aktivitas yang dilakukan oleh seorang *public relation* guna membangun citra dan reputasi, meningkatkan awareness publik serta kepentingan organisasi lainnya yang berhubungan dengan komunikasi internal maupun external.

Menurut (Anang Firmansyah 2020:198-199) "*public relation* adalah salah satu bagian dari satu nafas yang sama di dalam suatu organisasi tersebut, serta juga harus memberi identitas organisasinya dengan tepat serta juga benar dan juga mampu untuk mengkomunikasikannya sehingga publik tersebut menaruh kepercayaan serta juga memiliki pengertian yang jelas serta benar terhadap suatu organisasi tersebut". Fungsi *public relation* sebagai berikut:

1. Kegiatan yang bertujuan ialah untuk memperoleh itikad baik, kepercayaan, dan saling adanya pengertian serta citra yang baik dari publik atau juga masyarakat pada umumnya.

2. Mempunyai sasaran untuk dapat menciptakan opini publik yang dapat diterima serta juga dapat menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting didalam manajemen agar dapat mencapai tujuan yang spesifik, dengan sesuai harapan publik, namun tetapi merupakan kekhasan suatu organisasi atau juga perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi tersebut mempunyai warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif serta juga menyenangkan, kinerja meningkat, serta produktivitas dapat dicapai dengan secara optimal.
4. Usaha dalam menciptakan hubungan yang harmonis diantara organisasi atau juga perusahaan dengan publiknya, sekaligus untuk dapat menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna ialah sebagai input bagi suatu organisasi atau juga perusahaan yang bersangkutan. Public relation lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk dapat membangun citra positif bagi suatu perusahaan, serta juga hasil yang lebih baik dari sebelumnya dikarenakan mendapatkan opini serta juga kritik dari konsumen.

### ***Tujuan Public Relation***

Menurut Danandjaja tujuan dari *Public Relations* dibagi berdasarkan kegiatannya. Adapun pembagian dari kegiatan *Public Relations* yaitu:

#### 1. Internal Public Relations

Menurut Danandjaja dalam bukunya peranan humas dalam perusahaan hubungan publik internal sama pentingnya dengan hubungan publik eksternal, karena kedua bentuk hubungan tersebut diumpamakan bagai kedua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lain. Tujuan Public Relations berdasarkan kegiatan internal Relations yaitu mencakup:

- a. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan, terutama sekali ditujukan kepada kebijaksanaan perusahaan yang sedang dijalankan.
- b. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan, guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik.
- c. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut. Dimana pada tahap selanjutnya diharapkan publik karyawan tetap well inform.
- d. Merencanakan bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat internal Public Relations dalam perusahaan. (Danandjaja, 2011).

#### 2. Eksternal *Public Realtions*

Tujuan dari Public Relations berdasarkan kegiatan eksternal relations, dimaksudkan untuk mendapatkan dukungan dari publik. Secara praktis tujuan dari eksternal Public Relations yaitu menyelenggarakan komunikasi yang efektif dimana mempunyai sifat informatif dan persuasif, guna memperoleh dukungan publik ataupun juga merubah

pendapat publik sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator (Danandjaja, 2011:22-25).

### **Reputation Management**

Management adalah proses dalam mengatur atau mengendalikan hal-hal yang dilakukan oleh sekelompok orang. Sedangkan reputasi menjadi komponen utama yang diperhitungkan dalam pengambilan keputusan khalayak. (Triamanah 2012). Berdasarkan definisi tersebut reputation management adalah proses yang mengatur dan mengendalikan persepsi yang ada pada masyarakat dalam mengambil keputusan juga penilaian terhadap suatu perusahaan, yang terbentuk dalam kepercayaan.

### **Methods**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, adalah metode observasi dan dokumentasi.

Adapun pengertian menurut para ahli sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2022: 227) Observasi adalah mengamati akan suatu objek. Dalam hal ini peneliti dapat mengamati seperti kegiatan, ucapan, dan aktivitas objek penelitian. Dari pengamatan tersebut, nantinya akan di dapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengamati rendahnya upah kurir Shopee Express.

#### 2. Dokumentasi


Menurut Sugiyono (2022: 240) Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi berbentuk tulisan, gambar, ataupun karya-karya monumental dari seseorang. Bahan dokumentasi dalam penelitian bersumber dari Twitter dan artikel yang di upload oleh sumber resmi.

### **Result and Discussion**

Pada 11 April 2021 Platfom belanja yaitu Shopee menjadi perbincangan beberapa hari di media sosial Pasalnya, e-commerce tersebut dikabarkan memberikan upah rendah bagi kurir Shopee Express. Informasi tersebut dibagikan oleh Arif Novianto, pemilik akun @arifnnovianto\_id, melalui akun Twitter. Tulisannya itu diunggah pada Sabtu (11/4)

"Apabila upah kurir diturunkan jadi 1.500 setiap paket, lanjutnya, maka kerja para kurir tersebut semakin berat. Pasalnya, rata-rata satu paket yang diantar ke konsumen membutuhkan waktu sepuluh menit. Belum lagi, mereka harus menyediakan bensin secara mandiri. "Mereka protes karena upahnya diturunkan dari 5.000/paket, 3.500/paket, 2.500/paket, & pada awal April menjadi 1.500/paket. Mereka tak dapat upah minimum & jaminan sosial," tulisnya dikutip Senin (12/4)." Platform belanja online Shopee menjadi perbincangan hangat beberapa hari terakhir di media sosial. Pasalnya, e-commerce ini dikabarkan memberikan upah rendah bagi kurir Shopee Express.

**CNN Indonesia** @CNNInd... · 12 Apr 21  
**Shopee Dituduh Beri Upah Rendah ke Kurir**  
 Shopee Express




cnnindonesia.com  
 Shopee Dituduh Beri Upah Rendah ke Kurir  
 Shopee Express

3 48 101

---

**kumparan** @kumparan · 12 Apr 21  
**Shopee** sedang ramai dibicarakan soal pemberian **upah kurir** yang terlalu **rendah**, sehingga mogok kerja dan pengiriman paket menjadi lama. #kumparanTECH



Konten Redaksi kumparan  
 kumparan.com  
 Ramai Keluhan Paket Lama Dikirim Akibat Kurir Denda Uang Rendah Isi Kota

---

**ronny** @ronnymaxx · 11 Apr 21  
 Membalas @arifnovianto\_id  
 Ga ada uang bensin ? Uang makan ? Gaji pokok ? Insentif ? Haaaaaaa

1 2 3 4

---

**Mahasiswa Tinder** @SwipeM... · 11 Apr 21  
 Membalas @arifnovianto\_id  
 Secara gk langsung ,syopi pgn monopoli logistiknya.

1 2 3 4

---

**barkah** @barcaztas · 11 Apr 21  
 Membalas @arifnovianto\_id  
 UmK Jakarta saja 4jt lebih

1 2 3 4

---

**bobby** @bobbytanayag · 13 Apr 21  
 Perusahaan sebesar **shopee** aja ngasih **upah rendah** dan gak masuk akal ke **kurir**, apalagi sekelas usaha mikro terutama di sektor industri primer. Kita gaakan pernah tahu dan akan sulit untuk tahu:)

1 2 3 4

[Tampilkan utas ini](#)

Sangat banyak komen negatif di twitter yang menjerumus kasihan ke kurir shopee express dan membanding bandingkan dengan jasa kurir lainnya seperti jne, jne dan lainnya. Shopee di anggap memberikan upah di bawah jasa kurir sejenis.. Aplikasi shopee pun di bandingkan okleh netizen dengan aplikasi lain yaitu tokopedia yang cenderung memakai kurir yang tersedia di luar aplikasi yang benar-benar memberi upah yang maximal kepada para kurirnya.

**kareww** @apakeeah · 12 Apr 21  
 Membalas @arifnovianto\_id  
 pantesann pas 4.4 kmrn gua mesen barang tokonya di jaktim sedangkan gua di bekasi barat dekat bgt tapi baru nyampe tanggal 10 kmrn padahal gua mesen tanggal 4 jam 2 an pagi:) lama syekali

1 2 3 4

---

**Arif Novianto** @arifnovianto\_id · 12 Apr 21  
 Informasi: rider Shopee Ekspres yang melakukan mogok adalah Himpunan Driver Bandung Raya dengan jumlah sekitar 1.000 orang rider. Sementara itu, banyak rider yang memilih resign dari Shopee Ekspres dengan alasan bahwa sistem upah yang baru dinilai tidak layak.

5 46 320 4

Masyarakat pun mendapatkan informasi kembali dari cuitan pertama pengunggahan shopee express yaitu arif novianto. Ia mengunggah twett an bahwasannya rider shopee express melakukan mogok kerja di bandung raya sebanyak 1000 driver.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (UU Ketenagakerjaan) pada prinsip telah mengatur bahwa pengusaha dilarang memberikan upah di bawah upah minimum. Akan tetapi, pengusaha diperbolehkan menanggguhkan pembayaran upah minimum. Penanggihan ditetapkan oleh gubernur untuk jangka waktu paling lama 12 bulan. Setelah berakhirnya izin penanggihan, maka pengusaha wajib melaksanakan ketentuan upah minimum yang baru. Apabila perusahaan memberikan upah sesuai pendapatan, tentunya melanggar peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ketentuan pengupahan.

Perusahaan yang membayar upah di bawah upah minimum akan dikenakan sanksi penjara paling singkat satu tahun dan paling lama empat tahun dan/atau denda paling sedikit Rp 100 juta dan paling banyak Rp 400 juta.

The screenshot shows a news article on the TRANS 7 Biz website. The main headline is "Viral! Kurir Mogok Kerja, Shopee Indonesia Buka Suara". The article is published on 12/04/2021 by Rahmi Yati. The article text includes: "Shopee Indonesia menjelaskan soal isu yang viral di Twitter soal kurir Shopee Express mogok kerja karena diberi upah rendah." and "Bisnis.com, JAKARTA - Shopee Indonesia angkat bicara perihal isu yang tengah ramai di media sosial Twitter. Pasalnya, platform belanja daring itu disebut-sebut memberi".

There is also a smaller article snippet on the left with the headline "Dituding Beri Upah Murah Untuk Kurir Shopee Express, Ini Tanggapan Pihak Shopee!" and a sub-headline "Naik Bus & Travel Bebas Cemas" with a "Pesan Sekarang" button.

Menanggapi hal tersebut, Manajemen Shopee pun angkat bicara di sebuah konferensi pers yang di buat Pt Shopee Indonesia. Executive Director Shopee Indonesia Handhika Jahja memastikan tidak ada aksi mogok yang dilakukan oleh mitra kurir Shopee Express. Ia menuturkan operasional Shopee Express sampai saat ini tetap berjalan normal dan lancar. "Perihal keterlambatan beberapa pengiriman, itu terjadi pada saat kampanye 4.4 Mega Shopping Day yang lalu, mengingat antusiasme yang tinggi dari para pengguna atas kampanye tersebut," ujarnya dalam keterangan resmi, Senin (12/4).



Terkait dengan tuduhan upah murah, ia mengatakan bahwa insentif untuk mitra pengemudi Shopee Express sangat kompetitif di industri jasa logistik. Misalnya, seorang mitra pengemudi Shopee Express di wilayah Jabodetabek membawa 80 paket dalam sehari, mereka bisa mendapatkan insentif rata-rata senilai Rp2.213 untuk setiap paket. Sementara itu, rata-rata upah per paket yang ada di pasaran berkisar Rp1.700 dan Rp2.000 oleh jasa logistik lainnya. Ini berarti, Shopee mengklaim upah kurir mereka lebih tinggi dibandingkan layanan sejenis.

"Kami pastikan bahwa skema insentif Shopee selalu mengikuti peraturan yang berlaku di daerah terkait, serta mengikuti tingkat harga di pasar guna mengupayakan titik temu terbaik antara permintaan pengguna dan ketersediaan mitra Shopee Express," imbuhnya. Selain itu, ia menuturkan Shopee menyediakan perlindungan asuransi untuk para mitra pengemudi Shopee Express. Lalu, para mitra kurir memiliki kebebasan untuk memilih hari operasional kerja mereka. Kami juga selalu mendengarkan masukan dan aspirasi dari para mitra pengemudi Shopee Express, dan terus berupaya untuk menjaga kenyamanan dari semua pihak konferensi pers dilakukan bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang menyebar di sosial media tentang kelayak upah minum kurir Shopee, dengan cara memberitahukan terkait hal tersebut. tujuan yang utama adalah menjaga dan merawat citra Shopee terhadap stakeholders dan konsumen, karena citra secara umum dikaitkan dengan persepsi yang berada dalam pikiran orang atau pemangku kepentingan. Lebih lengkap lagi, citra merupakan akumulasi dari interaksi keyakinan, ide, perasaan, dan kesan seseorang terhadap suatu objek (van Riel & Fombrun, 2007). selain itu juga perusahaan Shopee yang memiliki reputasi positif akan banyak menarik minat konsumen (Doorley & Garcia, 2015).

## Conclusion

Shopee adalah salah satu platform belanja online terkemuka di Indonesia. Sebagai platform berbelanja yang terkemuka tidak jarang shopee mendapatkan berbagai isu atau kabar buruk terkait pelayanan maupun terhadap fitur yang ditawarkan. Shopee baru saja tersandung isu terkait jasa pengirimannya di media social twitter, isu dimulai dari konsumen yang bernama Arif Novianto yang memposting di twitter terkait pengalamannya saat bertemu kurir shopee express yang mengantarkan pesannya. Konsumen yang mendengar kabar tersebut lalu merespon dengan menuliskan sebuah postingan ditwitter yang akhirnya viral dan shopee mendapat banyak sekali respon negatif terkait kabar tersebut. Menanggapi isu tersebut manajemen Shopee pun angkat bicara demi meminimalisir isu agar tidak semakin berkembang.

## References

- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Ngalimun. 2016. Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Anang Firmansyah. 2020. Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: CV. Penerbit Kiara Media