



PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN EFESIENSI TRANSAKSI E-COMMERCE SHOPEE

**Anisa Puspita¹, Dira Finanta², Cindy Rayani Ibrahim Sinulingga³,
Nurbaiti⁴** Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Korespondensi Penulis:

*Anisapuspita335@gmail.com¹, dirafinanta80@gmail.com², cindysinulingga@gmail.com³,
nurbaiti@uinsu.id⁴*

***Abstract.** This research aims to analyze the role of digital technology in increasing the efficiency of Shopee e-commerce transactions. This research uses a qualitative method with a literature study approach from various sources relevant. The results of this research are that the presence of Shopee is becoming increasingly relevant along with the increasing use of digital technology in everyday life, especially in the context of e-commerce which allows people to carry out transactions without time and location limits. The use of digital technology on the Shopee platform really helps increase efficiency in e-commerce transactions. Shopee needs provisions regarding postage promotions to increase user convenience*

***Keywords:** Digital Marketing, E-Commerce, Advantages of E-Commerce*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi transaksi e-commerce shopee. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dari berbagai sumber yang relevan. Hasil penelitian ini yaitu Kehadiran shopee menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks e-commerce yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa batas waktu dan lokasi. Penggunaan teknologi digital pada platform Shopee sangat membantu meningkatkan efisiensi dalam transaksi e-commerce. Shopee perlu menyederhanakan ketentuan terkait promo ongkir guna meningkatkan kenyamanan pengguna.

Kata Kunci : Digital Marketing, E-Commerce, Keunggulan E-Commerce

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital saat ini sangat mempengaruhi cara orang berinteraksi dan bertransaksi, terutama melalui platform e-commerce. E-commerce nyaman digunakan untuk menyebar luaskan, menjual, membeli, dan memasarkan barang atau jualan melalui sistem elektronik. Menurut Kotler and Armstrong (2012), E-commerce memungkinkan bisnis untuk memperluas pasar dan mengoptimalkan proses operasional mereka melalui pemanfaatan teknologi digital. Marketplace adalah salah satu model e-commerce, yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual yang berdagang di marketplace dapat melayani konsumen hanya melalui smartphone. Semua kegiatan lainnya, seperti pengelolaan situs web, telah diatasi oleh platform itu. Shopee sebagai salah satu platform e-commerce yang berada di garis terdepan, mengalami pertumbuhan yang pesat dan menarik minat bisnis serta konsumen dengan inovasi dan kemudahan yang ditawarkannya.

Transformasi digital dalam sektor e-commerce terus berkembang di era modern saat ini. Hal ini terjadi karena perilaku konsumen terus berubah, di mana masyarakat semakin nyaman dan terbiasa bertransaksi secara online. Keberhasilan Shopee disebabkan oleh semakin nyamannya dan efisiensinya masyarakat saat berbelanja online. (Lestari & Supriyanto, 2022). Aplikasi Shopee sangat populer di Indonesia, karena sangat membantu dalam proses jual beli. Penggunaannya juga sangat mudah. Karena teknologi konsumen dapat menganalisis harga, membandingkan kualitas produk berdasarkan apa yang dikatakan konsumen lain di komentar, dan memberikan penilaian yang obyektif, shopee menawarkan berbagai kemudahan kepada konsumen dan pebisnis untuk melakukan transaksi lebih cepat dan efisien, tanpa dibatasi oleh lokasi ataupun waktu.

Shopee merupakan platform pasar online yang memfasilitasi proses jual beli secara aktif dan mudah. Aplikasi ini merekomendasikan berbagai produk mulai dari produk kecantikan, pakaian, perlengkapan olahraga, ponsel, perabot rumah, elektronik, alat tulis, obat-obatan hingga minuman dan makanan, Shopee menyediakan layanan yang memfasilitasi interaksi antara produsen dan

konsumen dengan cepat, nyaman, dan efisien. Manfaat yang dimiliki Shopee tidak hanya terbatas pada transaksi online saja, namun juga dalam menciptakan lapangan kerja berskala besar dan mudah diakses. Keunggulan-keunggulan inilah yang menjadikan Shopee dikenal sebagai salah satu marketplace terkemuka di Indonesia.

Shopee mulai aktif beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015 (Fakrina dan Nawawi, 2022). Sebagai bagian dari upayanya untuk mengembangkan bisnisnya secara global, Shopee telah menerapkan berbagai strategi pemasaran. Salah satunya adalah pengiriman gratis, jaminan harga murah, garansi shopee, dan kampanye Big Mobile Shopping Day. Salah satu strategi internasional yang diterapkan Shopee adalah pemasaran koneksi masyarakat. Pemasaran hubungan masyarakat adalah cara untuk berbagi informasi, memberi informasi kepada orang lain, membangun kepercayaan, dan mendapatkan dukungan dan simpati dari masyarakat, (Hermawan, 2012). Tiga pendekatan pemasaran masyarakat bisa dipakai untuk mencapai target diri. "Three Ways Strategy," merupakan strategi yang melibatkan dorongan, tarikan, dan melintas. Strategi pemasaran yang dikenal sebagai "dorongan" berfokus pada menginformasikan kepada masyarakat tentang produk dan layanan suatu merek. Di sisi lain, strategi yang dikenal sebagai "tarik" berfokus untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap suatu merek dan mempertahankan pelanggan melalui iklan konsumen. Dan "melintas" berfokus untuk mengoptimalkan produk bisa sampai ditangan konsumen dengan cara paling efektif, baik dari segi biaya maupun waktu (Devita et al., 2022),

Shopee juga memiliki kekurangan, seperti persyaratan untuk promosi ongkos kirim dianggap susah dan menyulitkan, proses pencairan dana rekening memakan waktu lama sehabis transaksi berhasil, (Habibah et al, 2023). Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kemampuan teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi transaksi di platform e-commerce shopee.

TINJAUAN TEORITIS

Digital Marketing

Chaffey dan Chadwick (2016: 11) menyatakan: “digital marketing merupakan penerapan penjualan melalui internet dan berkaitan dengan teknologi digital yang mencakup komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dengan memperluas pengetahuan tentang apa yang dibutuhkan konsumen, melalui profil, perilaku, nilai, hingga loyalitas. Selanjutnya dengan menyelaraskan komunikasi yang disesuaikan dengan layanan online, sesuai dengan kenutuhan setiap konsumen.

Berdasarkan definisi umum, pemasaran digital mengacu pada serangkaian strategi pemasaran yang menggunakan platform dan teknologi digital untuk menargetkan produk dan layanan kepada konsumen termasuk dalam penggunaan berbagai platform online seperti website, media sosial, email, mesin pencari, dan masih banyak lagi lainnya Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan pemasaran digital memungkinkan penjual dan pembeli dapat berkomunikasi langsung melalui teknologi digital. Menurut Aryani (2021), metrik pemasaran digital mencakup aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kredibilitas, dan konten informasi.

E-Commerce.

Seiring kemajuan teknologi, e-commerce terus berkembang dan menjadi bagian integral dari banyak aspek kehidupan sehari-hari. Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai e-commerce, adalah proses pembelian dan penjualan barang dan jasa secara online melalui Internet (Fani et al, 2023). E-commerce telah mengubah cara konsumen berbelanja dan bertransaksi hanya dengan “mengklik tombol” Hal ini memberi konsumen akses yang lebih luas untuk memilih produk di lokasi berbeda, memberi mereka fleksibilitas dalam waktu berbelanja, dan sering kali menawarkan harga yang lebih kompetitif. Strategi pemasaran digital, keamanan transaksi online, pengiriman yang efisien, citra merek yang baik, dan layanan pelanggan yang responsif merupakan unsur

utama kesuksesan dalam e-commerce. E-commerce dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk perdagangan elektronik yang mencakup berbagai model seperti B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), C2B (consumer-to-business), atau C2C (consumer- to-business) kepada konsumen, semuanya berfungsi melalui teknologi internet (Tulim dkk, 2019). Perdagangan elektronik telah berkembang dengan tujuan meningkatkan efisiensi, kesederhanaan dan efektivitas perdagangan tradisional dan memungkinkan eksekusi lebih cepat. Konsep dasar perdagangan elektronik yang bersumber dari pertukaran data elektronik (EDI) memungkinkan perusahaan melakukan aktivitas bisnis tanpa menggunakan salinan kertas atau proses manual lainnya (Asari, 2021). Perkembangan e-commerce bersifat dinamis dan terus mengikuti kemajuan teknologi serta peraturan perundang-undangan yang berlaku di setiap negara (Makarim, 2013).

Keunggulan E-Commerce

Keuntungan menggunakan teknologi e-commerce antara lain: (Ikhsan Akbar Muslim: 2021) Dengan penerapannya yang efektif, pelanggan dapat mencari produk yang diinginkan melalui media elektronik dan gadget, membandingkan dan mengecek harga yang ditawarkan penjual, serta mengecek kondisinya. Periksa detail Produk yang diberikan penjual pada foto produk atau katalog, dan deskripsi kondisi produk. Penggunaan perdagangan elektronik secara efisien dapat mengurangi waktu transaksi. Hal ini dikarenakan proses transaksi menjadi lebih nyaman karena pelanggan tidak perlu lagi datang langsung ke lokasi merchant, dan merchant tidak perlu lagi memiliki agen di toko.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan pendekatan studi literatur. Menurut Semiawan (2010: 98), metode penelitian kualitatif dimulai dengan menentukan masalah, melakukan tinjauan literatur, klarifikasi tujuan penelitian, pengumpulan data, observasi, pengambilan sampel, wawancara, permasalahan etika, dan analisis data. Menurut Danial dan Warsiah (2009), studi

literatur adalah jenis penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan buku, majalah, dan karya lain yang berkaitan dengan suatu permasalahan.

Studi literatur ini bertujuan untuk menganalisis berbagai sumber yang berkaitan dengan peran teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi transaksi e-commerce, khususnya platform Shopee. Metode ini memungkinkan peneliti untuk meningkatkan pemahaman tentang berbagai teknologi yang digunakan Shopee dan bagaimana dampaknya pada efisiensi transaksi.

Data untuk penelitian ini diperoleh dari sumber sekunder, seperti artikel, jurnal ilmiah, dan sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan objek penelitian. Jurnal yang digunakan berfokus pada teknologi digital seperti sistem pembayaran online dan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan penjual.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengakses, dan menyeleksi artikel, dan publikasi yang relevan dari berbagai website seperti Google Scholar, dan publish or perish.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Shopee adalah pusat perbelanjaan mobile yang diluncurkan oleh PT. Shopee Indonesia pada bulan desember 2015. Platfrom ini berkomitmen untuk memudahkan masyarakat indonesia mendapatkan kebutuhan sehari-hari mereka dengan cara yang paling aman dan mudah. Kehadiran shopee menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks e-commerce yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa batas waktu dan lokasi. Shopee telah bertransformasi menjadi aplikasi berbelanja mobile yang populer diindonesia, dengan berbagai fitur yang mendukung kenyamanan, keamanan, dan efisiensi transaksi (Suswanto, 2020).

Visi shopee indonesia adalah untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan bagi para penjual dan menjadi marketplace mobile nomor satu di Indonesia. Aplikasi Shopee memiliki beberapa fitur yang menarik, termasuk: 1. Gratis Ongkir; 2. Fitur COD; 3. Voucher dan Cashback; 4. Shopee Pay dan

Shopee Coin; 5. Shopee Games; dan 6. Promo bulanan. Fitur-fitur ini bukan hanya menarik bagi konsumen, tetapi juga bermanfaat bagi penjual. Misalnya, gratis ongkir memungkinkan konsumen membeli barang tanpa biaya pengiriman tambahan, sehingga mengurangi hambatan transaksi (Lestari & Supriyanti, 2022).

Selain itu, konsumen juga dapat dengan mudah menemukan berbagai produk dari berbagai penjual dalam satu platform. Shopee memudahkan konsumen berbelanja dengan cepat dan nyaman, tanpa harus mengunjungi toko offline. Hal ini menjadi keunggulan yang sangat berarti dalam konteks efisiensi transaksi, dimana pelanggan dapat melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik diperangkat shopee. Dengan sistem berbasis online, shopee dapat menghemat waktu dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Shopee memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan sistem pembayaran yang mudah dan aman, seperti COD, transfer rekening bank, ATM, Shopee Pay, Indomaret, dan Alfamart. Sistem pembayaran yang fleksibel ini mempermudah transaksi bagi pengguna pemula sekalipun. Proses transaksi yang cepat menghemat waktu dan meningkatkan efisiensi. Dengan menggunakan aplikasi, pembeli dapat dengan mudah mengecek resi pengiriman secara langsung melalui aplikasi, sementara fitur live chat mempermudah komunikasi antara pembeli dan penjual. Shopee juga menyediakan layanan pembayaran tagihan PLN, internet, dan air yang semakin menambah kemudahan transaksi.

Peran Teknologi Digital Di Aplikasi Shopee

Teknologi memegang peranan penting dalam pengembangan aplikasi Shopee. Ada beberapa teknologi yang berperan penting dalam kesuksesan aplikasi Shopee Anda.

1. **Teknologi Artificial Intelligence (AI):** Aplikasi Shopee memiliki sistem canggih yang menggunakan teknologi Artificial Intelligence (AI). Tujuan dari aplikasi AI Shopee adalah untuk memberikan rekomendasi produk kepada pengguna dan membantu mereka menemukan produk dan barang yang mereka

butuhkan. Selain itu, AI ini juga dapat mengambil alih layanan pelanggan. Fitur ini berguna bagi pengguna yang ingin melacak pesanan yang dibeli, memeriksa status pengembalian, membatalkan pesanan, dan menjawab pertanyaan pelanggan.

2. Keamanan dan Privasi: Shopee mematuhi undang-undang privasi dan menjaga data pengguna. Untuk menghormati hak dan masalah privasi semua pengguna Platform Shopee. Informasi pribadi mencakup nama Anda, nomor identifikasi, dan informasi kontak. Shopee menyembunyikan dan menyembunyikan informasi pribadi pembeli mengenai pesanan yang belum dibayar, pesanan dalam keadaan dikemas dan dikirim, pesanan yang dibatalkan, dan pesanan yang sudah selesai.

3. Pemasaran Shopee Digital: Gunakan taktik pemasaran digital untuk menarik pelanggan untuk menggunakan aplikasi Shopee dan menarik pelanggan melalui promosi dan diskon voucher yang menarik.

4. Aplikasi Yang Terus Berkembang: Aplikasi Shopee terus memperbarui fiturnya untuk mengikuti tren teknologi yang terus berkembang. Ini meningkatkan kecepatan, stabilitas, dan fitur tambahan untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan aplikasi.

5. Analisis Data: Shopee dapat membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih baik tentang penetapan harga, inventaris produk, dan pengalaman pelanggan dengan memberikan informasi tentang perilaku belanja, tren pasar, dan preferensi pelanggan melalui pengumpulan dan analisis data pelanggan.

6. Dukungan Pelanggan 24/7: Shopee menggunakan teknologi "Chatbot" dan asisten virtual untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih efisien.

7. Aplikasi Seluler: Aplikasi seluler sangat penting untuk keberhasilan Shopee karena telah dikembangkan untuk menjadi mudah digunakan, responsif, dan berkinerja tinggi, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi dan membeli produk yang mereka inginkan (Setiawan et al., 2023).

Dampak Teknologi Digital Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan

Penggunaan teknologi digital di Shopee tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna. Dengan adanya berbagai fitur yang mendukung kenyamanan dan keamanan, pengguna merasa lebih percaya dan nyaman berbelanja di Shopee. Fitur-fitur seperti gratis ongkir, cashback, dan berbagai voucher belanja menambah nilai bagi konsumen dan membuat mereka lebih cenderung kembali berbelanja di platform ini.

Di sisi lain, penerapan AI dalam memberikan rekomendasi produk dan menyediakan layanan pelanggan otomatis juga memberikan pengalaman yang personal bagi setiap pengguna. AI memungkinkan Shopee untuk mengenal preferensi pengguna dan memberikan penawaran yang lebih relevan. Hal ini penting dalam membangun loyalitas pengguna, karena konsumen merasa bahwa Shopee memahami kebutuhan mereka.

Shopee juga berhasil memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Melalui teknologi digital Shopee dapat mengetahui tren pasar dan kebutuhan konsumen, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh penjual untuk menawarkan produk yang sesuai. Ini meningkatkan kemungkinan transaksi dan membantu menciptakan pengalaman belanja yang lebih menarik dan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan teknologi digital pada platform Shopee sangat membantu meningkatkan efisiensi dalam transaksi e-commerce. Teknologi seperti AI (kecerdasan buatan), analisis data, dan sistem keamanan data membuat pengalaman berbelanja lebih praktis dan aman bagi konsumen. Shopee juga berhasil memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau lebih banyak pengguna dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan dukungan teknologi ini, Shopee tidak hanya menjadi tempat jual-beli, tetapi juga memudahkan interaksi sosial dan menciptakan peluang kerja. Walaupun Shopee memiliki beberapa kelemahan, seperti syarat promo yang ketat dan

proses penarikan dana yang lambat, manfaat yang ditawarkan tetap menarik bagi konsumen dan pelaku bisnis.

Shopee perlu mempertimbangkan untuk menyederhanakan ketentuan terkait promo ongkir dan mempercepat proses penarikan dana guna meningkatkan kenyamanan pengguna. Selain itu, disarankan agar Shopee terus memperbarui fitur keamanan dan privasi data pengguna untuk menjaga kepercayaan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan analisis lebih mendalam terkait pengaruh masing-masing teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitiya, R. W., Teviana, T., Sienny. Hidayat, A. & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *Terapan Informatika Nusantara*, 5 (1). 63-72.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan., Fathir. & Khairunnas. (2023). Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6 (2). 120-131.
- Asna, T, A., Kurniawan, A, M., & Arisnawati, F, N. (2024). Analisis Pemanfaatan Penggunaan Transaksi Online (E-Commerce) Dikalangan Masyarakat. *Jurnal Sahmiyyah*, 3 (1). 98-106.
- Farhan, A., & Roroa, F, A, N., (2024). Strategi Maksimalisasi Teknologi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Di Era Digital. *Journal Of Social Science Reseach*, 4 (1).
- Fauzi, A., Wahyudi., S, A., Fizikri, A, B., Danu, J., Sari, N, R., Habibah, S., Febrianti, V., & Yuliani, Z., (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1 (11). 388-396.
- Febriansyah, F, M., Gunawan., Setiawan, R., & Sutabri, T. (2023). Transformasi Digital Untuk Aplikasi Markplace Shopee. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary*, 1 (5). 1750-1757.
- Indriyani. Wiranata, B, P, I., & Hiu, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM Di Era Digital: Pendekatan Kualitatif Dengan Business Intelligence Dalam Implementasi E-Commerce. *Journal Of Informatic*, 9 (1). 23-32.
- Muslim, A, I., Purnandi, H., Hazna, R, C., Atmaja, A, S., & Putra, E, I. (2021). Penggunaan Sistem E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis Dalam Perkembangan Dunia Usaha Studi Kasus Aplikasi Onlineshop Tokomobile. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8 (3). 1651- 1664.
- Pusponegoro, M., & Tjahyadi, A, R. (2023). Peran Manajemen Efektivitas E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8 (1). 82-97.
- Rehatalanit. (2016). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. 5

- Ulhaq, D. M., Masa, Z. P. A., & Setyadi, J. H., (2024). Analisis Perbandingan User Experience Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Tokopedia Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 3 (1).37-45.
- Waziana, W., Saputra, H. R., Sari, Y. N., Kasmi & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2). 107-112.
- Yucha, N., & Harianto, O. A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa UMAHA. *IQTISHADEQUITY*, 4 (1). 40-44.