



## Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti)

Dilla Agista Ningrum<sup>1</sup>, Achmad Fauzi<sup>2</sup>, Alif Syaridwan<sup>3</sup>, Imelda Ade Putri<sup>4</sup>, Nanda Meilina Putri<sup>5</sup>, Shinta Amelia Putri<sup>6</sup>

<sup>1</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325371@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325371@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>2</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id)

<sup>3</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325383@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325383@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>4</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325367@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325367@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>5</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325385@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325385@mhs.ubharajaya.ac.id)

<sup>6</sup>. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [202010325339@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325339@mhs.ubharajaya.ac.id)

Corresponding Author: [202010325371@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202010325371@mhs.ubharajaya.ac.id)

**Abstract:** *Security Management will have a big impact on how well sales and purchases work on the Shopee app. When security management is implemented effectively and appropriately, it can affect the achievement of purchasing decisions which will increase store sales on the Shopee application. This article reviews "The Role of Security Management in Purchasing Decisions on Shopee Application Users". This article aims to provide information for future research to develop hypotheses that relate one variable to another. The results of the library are presented in this article as follows: 1) Security Management, 2) Perception of Security, 3) Security, 4) E-commerce Shopee, 5) Purchase Decision*

**Keyword:** *Security Management, Security, E-commerce Shopee, Purchasing Decisions, Online Transactions, Marketplace.*

**Abstrak:** Manajemen Sekuriti akan berdampak besar pada seberapa baik penjualan dan pembelian pada aplikasi Shopee. Ketika manajemen sekuriti diterapkan secara efektif dan tepat, itu dapat mempengaruhi pencapaian keputusan pembelian yang akan meningkatkan penjualan toko pada aplikasi shopee. Artikel ini mereview "Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee". Artikel ini bertujuan untuk memberikan informasi bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan hipotesis yang menghubungkan satu variabel dengan variabel lainnya. Hasil perpustakaan disajikan dalam artikel ini sebagai berikut: 1) Manajemen Sekuriti, 2) Persepsi Keamanan, 3) Keamanan, 4) E-commerce Shopee, 5) Keputusan Pembelian

**Kata Kunci:** Manajemen Sekuriti, Keamanan, E-commerce Shopee, Keputusan Pembelian, Transaksi Online, Marketplace.

## PENDAHULUAN

Manajemen sekuriti adalah perlindungan sistem, jaringan, dan data dari serangan potensial (Sudira, 2004). Manajemen sekuriti dalam konteks aplikasi Shopee mengacu pada bagaimana menangani dan menjaga informasi pengguna yang disimpan dalam sistem aplikasi. Dengan jutaan pengguna aktif setiap harinya, Shopee adalah salah satu situs e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Aplikasi Shopee menyimpan informasi pribadi pengguna seperti informasi akun, riwayat pembelian, dan informasi pengiriman, sama seperti platform e-commerce lainnya (Richard Oliver (dalam Zeithaml, 2021)). Keamanan data pengguna sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap program. Pengguna aplikasi Shopee harus mempertimbangkan manajemen sekuriti dengan cermat saat melakukan pembelian.

Hal ini disebabkan salah satu elemen kunci yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap aplikasi adalah keamanan data pengguna. Pengguna akan ragu untuk menggunakan aplikasi dan memilih untuk melakukan pembelian di tempat lain jika mereka yakin bahwa data pribadi mereka tidak aman. Kekhawatiran di kalangan pengguna internet telah berkembang sebagai akibat dari peningkatan serangan siber dan pelanggaran data dalam beberapa tahun terakhir. Akibatnya, manajemen data pengguna membutuhkan manajemen sekuriti yang lebih kuat dan canggih. Shopee harus meningkatkan manajemen keamanan untuk memastikan aplikasinya aman dan terlindung dari serangan siber, meningkatkan kepercayaan pengguna dan menciptakan reputasi positif. Shopee dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan mengembangkan reputasi positif dengan menerapkan manajemen sekuriti yang lebih baik. Pengguna lebih cenderung menggunakan aplikasi dan memutuskan untuk berbelanja di Shopee jika mereka yakin bahwa informasi pribadi mereka aman dan terlindungi. Untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dan kemungkinan mereka akan melakukan pembelian di Shopee, Shopee harus meningkatkan manajemen sekuriti untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

### Rumusan Masalah

Sesuai dengan konteks latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, beberapa rumusan masalah yang perlu diperhatikan adalah:

1. Seberapa pengaruh manajemen sekuriti dalam melindungi data pengguna Shopee?
2. Apa saja upaya yang telah dilakukan oleh Shopee untuk meningkatkan manajemen sekuriti?
3. Bagaimana cara Shopee dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan data mereka?
4. Apa saja kebijakan yang harus diterapkan oleh Shopee dalam manajemen sekuriti untuk menjaga keamanan data pengguna, dan bagaimana cara menerapkan kebijakan tersebut?

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa pengaruh manajemen sekuriti dalam melindungi data pengguna shopee.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan shopee untuk meningkatkan manajemen sekuriti.
3. Untuk mengetahui bagaimana shopee meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan data mereka.
4. Untuk mengetahui kebijakan yang di terapkan oleh Shopee dalam manajemen sekuriti dan bagaimana cara menerapkan kebijakan tersebut.
5. Untuk menghasilkan hipotesis yang berguna dari ulasan artikel yang dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

## METODE

Dengan memakai metode penyusunan kualitatif serta kajian literatur, postingan ilmiah ini disusun. dengan mengecek pengaruh faktor- faktor lain satu sama lain. Jurnal serta publikasi online semacam Google Scholar, Mendeley, serta media online yang lain digunakan selaku sumber riset bibliotek. Salah satu pengalaman akademik yang bisa jadi berguna merupakan riset literatur tentang topik tertentu. Terlepas dari disiplin ilmunya, riset ini wajib ditatap selaku langkah awal yang berarti dalam tiap riset ataupun pengembangan yang efisien. Tinjauan literatur dicoba buat menghasilkan bawah ataupun kerangka kerja buat riset terpaut. (Firmansyah & Dede, 2022).

**Tabel 1 : Hasil Penelitian yang relevan terdahulu**

No	(Penulis, Tahun)	Penelitian Terdahulu	Kesamaan Artikel	Perbedaan Artikel
1	(Susanto et al., 2021)	Persepsi keamanan bersama-sama dengan kualitas informasi serta kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada user Shopee	Persepsi keamanan yang dijaga oleh manajemen sekuriti mempengaruhi keputusan pembelian terhadap user Shopee	Kualitas informasi serta kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian pada Shopee
2	(Ermina Rusilawati et al., 2022)	Ulasan Konsumen, Keamanan dan juga Persepsi Risiko dapat berdampak terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee	Keamanan dan Persepsi Risiko berperan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee	Online Consumer Review mempengaruhi keputusan pembelian oleh user Shopee
3	(Rini Afrianti & Sintia Vella Nazli, 2019)	Privasi dan keamanan berdampak terhadap hasrat keinginan bertransaksi secara online di shopee	Keamanan yang di maintain oleh manajemen sekuriti berdampak pada keputusan pembelian di Shopee	Privasi juga memiliki dampak terhadap hasrat keinginan bertransaksi secara online di shopee
4	(Nur Chotimah, 2018)	Kepercayaan dan juga kualitas website akan berdampak terhadap keputusan pembelian online di aplikasi mobile Shopee	Kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi menunjukkan bahwa manajemen sekuriti berperan langsung terhadap keputusan pembelian para pengguna aplikasi shopee	Kualitas website ternyata juga berperan memengaruhi keputusan pembelian online di Shopee
5	(Hasyim et al., n.d.)	Kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan juga keamanan serta Pengalaman berbelanja mempengaruhi keputusan belanja online aplikasi Shopee	Keamanan yang di maintain oleh manajemen sekuriti berdampak pada keputusan pembelian di Shopee	Kemudahan dalam penggunaan aplikasi serta pengalaman pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online menggunakan aplikasi shopee

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Manajemen Sekuriti dalam Melindungi Data Pengguna Shopee

Aspek berarti yang pengaruhi keputusan belanja online merupakan keamanan. Dalam aplikasi Shopee, konsumen yang mau membeli benda wajib membuat akun di web Shopee. Saat ingin membuat akun, kita harus membagikan data individu, tercantum: nama lengkap konsumen, no ponsel, alamat email serta data individu berarti yang lain. Kebutuhan buat membuat akun dengan membagikan data individu membuat sebagian orang kecewa. Lebih dari 69% konsumen yang berbelanja online menghalangi pembelian sebab pribadi serta keamanan data individu (Mauludiyahwati, 2017)

(Raman, Arasu, 2011) menyatakan dalam jurnal nya dimana aspek keamanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian di jejaring sosial. Keamanan online maksudnya web industri dibutuhkan buat melindungi informasi konsumen

serta informasi keuangan konsumen sepanjang konsumen mempunyai ikatan dengan industri. Di sisi lain, tinjauan keamanan yang dialami menarangkan sepanjang mana e-commerce dikira nyaman serta gimana perihal itu bisa melindungi data lain darinya (Farohi, 2021)

### **Upaya yang Telah Dilakukan Oleh Shopee untuk Meningkatkan Manajemen Sekuriti**

Perusahaan Shopee Indonesia ingin menempati peringkat di antara pengecer online teratas dan terpopuler di Indonesia dan menawarkan pelanggan layanan terbaik, ide belanja, dan peluang pemilihan produk online. Oleh karena itu, manajemen sekuriti perlu diprioritaskan oleh Shopee untuk memastikan bahwa data pengguna aman dan terlindungi. Beberapa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan manajemen sekuriti di aplikasi Shopee adalah:

1. Menggunakan enkripsi untuk melindungi data pengguna yang disimpan di dalam aplikasi.
2. Menerapkan kebijakan yang ketat dalam hal mengakses data pengguna.
3. Menyediakan opsi verifikasi dua faktor untuk mengamankan akun pengguna.
4. Melakukan pengujian keamanan secara berkala untuk menemukan celah keamanan yang mungkin terjadi.
5. Memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang bagaimana data pengguna akan digunakan dan dilindungi.

Dengan melakukan upaya-upaya tersebut, Shopee dapat meningkatkan keamanan data pengguna dan membangun kepercayaan pengguna terhadap aplikasinya. Hal ini dapat membantu meningkatkan loyalitas pengguna dan meningkatkan keputusan pembelian di Shopee.

### **Cara Shopee Dapat Meningkatkan Kepercayaan Pengguna Terhadap Keamanan Data**

Kepercayaan merupakan hal terpenting yang diharapkan konsumen agar keinginannya dapat memenuhi harapannya. Menurut (Raman, Arasu, 2011) keamanan merupakan kunci terpenting untuk menjadi pembelanja online melalui media sosial, karena sebagian besar transaksi dilakukan secara online. Penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan informasi mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep teori Turban et al. (2015:408) dalam (Rahmat Budi Harto, 2021) keamanan data pengaruh keputusan pembelian secara online. Aplikasi Shopee berikan konsumen keamanan terbaik dengan fitur keamanan mutakhir semacam keamanan dikala berhubungan dengan penjual serta keamanan. Aplikasi Shopee menjamin keamanan informasi serta transaksi konsumennya lewat refund bila terjalin perihal yang tidak di idamkan. Dengan ini, konsumen tidak butuh takut sebab layanan yang diberikan menjamin keamanan diri. Perihal ini harus dilindungi oleh aplikasi Shopee buat membenarkan keamanan serta kenyamanan konsumen dalam bertransaksi. Tidak hanya keamanan informasi, pengguna Shopee pula menemukan jaminan proteksi terhadap kejahatan serta kebocoran informasi.

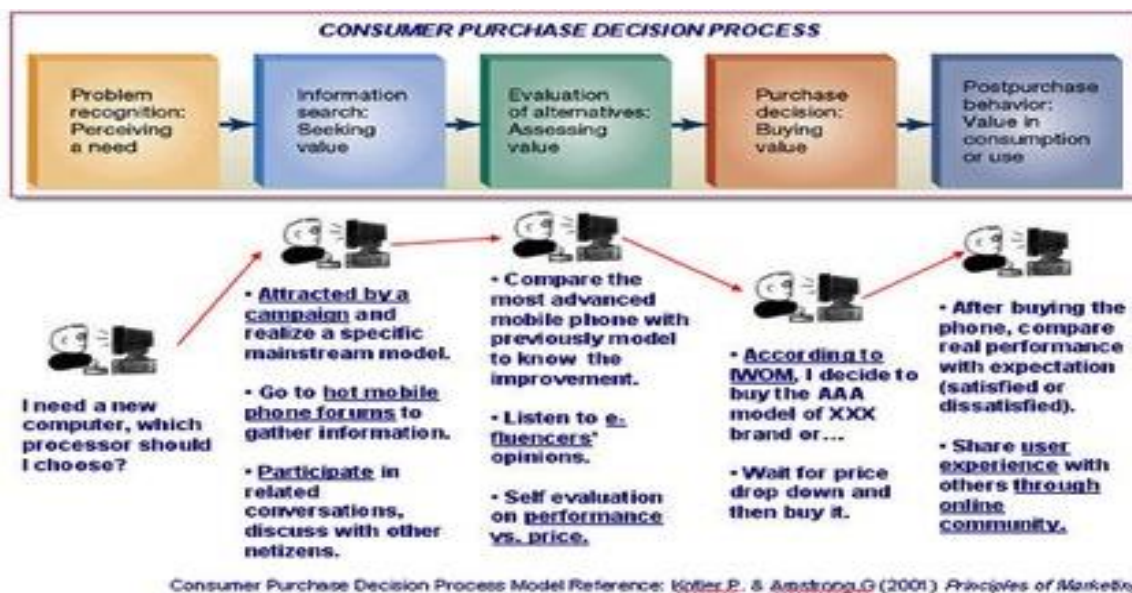
### **Kebijakan yang Diterapkan Oleh Shopee Dalam Manajemen Sekuriti untuk Menjaga Keamanan Data Pengguna, dan Penerapannya Kepada Pengguna Aplikasi Shopee.**

Keputusan Shopee untuk menempatkan server alias servernya di Indonesia menjamin keamanan data pengguna. Shopee menggunakan server, server, atau pengumpul data level empat dengan tingkat keamanan 99%, sehingga data pengguna pelanggan dijamin aman di sana. Di Shopee, keamanan data selalu menjadi prioritas utama. Shopee telah bekerja sama dengan mitra bank terkemuka untuk memastikan keamanan pengguna dalam bertransaksi, dan sebagai hasilnya, Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan telah menstandarkan sistem transaksi. Selain itu, Shopee menawarkan Shopee Pay yang disetujui oleh BI pada Agustus 2018 dan memberikan perlindungan tambahan serta kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan aplikasi Shopee. Shopee sedang mengembangkan langkah-langkah

selain langkah-langkah keamanan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan pada pengguna. Demi kenyamanan pengguna, Shopee secara konsisten berupaya menemukan solusi atas masalah tersebut. Setiap hari, 95% dari situasi pengaduan diselesaikan, dengan 5% memerlukan komunikasi lebih lanjut dengan pihak pelanggar. Shopee memiliki tim dukungan pelanggan yang terdiri dari tim yang menangani perselisihan dan penipuan. Selain kebijakan privasi keamanan data yang berusaha dijaga oleh Shopee, pengguna aplikasi shopee pun juga harus aware dalam menjaga privasinya untuk menghindari terjadinya penipuan atau fraud. Dalam prosesnya, shopee mengupayakan secara aktif mensosialisasikan para pengguna aplikasi shopee untuk berhati-hati dan sepenuhnya aware terhadap kebijakan privasinya melalui banner-banner dan pop up peringatan kewaspadaan yang dimunculkan dalam aplikasi Shopee.

### Conceptual Framework

Setelah memahami penelitian teoritis dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka dihasilkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1: Conceptual Framework

Sesuai Figure, maka: Manajemen Sekuriti dan Aplikasi Shopee berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Adapun variabel lain yang berdampak atas Keputusan Pembelian, diantaranya adalah :

1. Kualitas Layanan: (Amarin & Wijaksana, 2021), (Andriyani & Ardianto, 2020) dan (Nanincova, 2019)
2. Produk dan Harga : (Chaniago & Khare, 2021), (Bali, 2022) dan (Sani et al., 2022)

### KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hasilnya menunjukkan:

1. Tampilan pada aplikasi Shopee sederhana dan mudah dipahami, dengan desain menarik, informasi dalam aplikasi shopee mudah di jangkau dan shopee pun tidak lupa dalam memberikan banyak promosi setiap hari nya.
2. Shopee mudah memesan dan membayar. Shopee memberikan layanan garansi pada setiap produk yang dijual, sehingga penjual atau konsumen dapat terjamin dan konsumen puas.

3. Konsumen Shopee puas, karena Shopee menyediakan produk dengan harga yang paling menguntungkan, dapat memberikan konsumen rasa aman dan pelayanan yang berkualitas, serta membuat konsumen puas dengan layanan Shopee.
4. Oleh karena itu, aplikasi e-commerce memberikan kepercayaan berupa jaminan dan kemudahan bertransaksi, serta review dan testimoni pelanggan sebagai bentuk dukungan dan pelayanan kepada marketplace Shopee untuk menjamin kepercayaan pengguna Indonesia saat ini.

## REFERENSI

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Chaniago, H., & Khare. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan. February.
- Ermina Rusilawati, Calvin Angkasa, Astri Ayu Purwati, & Muhammad Luthfi Hamzah. (2022). Online Consumer Review, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Disitus Jual Beli Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2).
- Farohi, M. I. (2021). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui social net working site 9 Studi pada Nuyer Toko Online Lazada.co.id dikota Semarang. *Pendidikan Ekonomi*, 4 No 3, 37–379.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Hasyim, M., Nurna Dewi, N., Dan, K., Pembelian, P., Keputusan, T., Onlinemenggunakan, P., Shopee, A., Kasus, S., Fakultas, M., Universitas, E., Hasyim, M., Sidoarjo, L., Nurna Dewi, N., & Ps, N. (n.d.). *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Mauludiyahwati. (2021). Pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi Resiko menggunakan ecommerce terhadap keputusan pembelian online (survei pada konsumen [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nur Chotimah. (2018). PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI MOBILE SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 3(2).
- Rahmat Budi Harto, Z. M. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Keamanan terhadap Minat Beli Konsumen pada situs jual beli shopee. *Stmikgici*, 9 No.1.
- Raman, Arasu, dan V. (2011). *Penggunaan ecommerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan*.
- richard oliver ( dalam Zeithml., dkk 2018 ). (2021). 済無No Title No Title No Title.

- Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 52, 2013–2015.
- Rini Afrianti, & Sintia Vella Nazli. (2019). ANALISIS PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT BERTRANSAKSI SECARA ONLINE DI SHOPEE.CO.ID (STUDI KASUS MAHASISWA STIE SUMBAR PARIAMAN). *ANALISIS PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT BERTRANSAKSI SECARA ONLINE DI SHOPEE.CO.ID (STUDI KASUS MAHASISWA STIE SUMBAR PARIAMAN)*, 1.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sudira, P. (2004). *Bahan Ajar Mata kuliah klimatologi*.
- Susanto, D., Fadhilah, M., Bagus, I., Manajemen, N. U., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan ... (Dedek Susanto dkk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89.