



ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEAMANAN DAN KUALITAS LAYANAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

Azira Bunga Mutiara^{1(*)}, Engel Lisa Rais Sinaga², Rania Asti Aulia³

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia¹²³

azirabungaaa02@gmail.com¹, engel.risa02@gmail.com², raniaastiaulia@gmail.com³

Received: 31 Maret 2026
Revised: 31 Maret 2026
Accepted: 31 Maret 2026

Abstract

Perkembangan e-commerce telah mengubah pola belanja masyarakat dan menjadikan kepercayaan konsumen sebagai salah satu faktor penting dalam transaksi online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas layanan pada marketplace Shopee. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara semi terstruktur terhadap dua pengguna aktif Shopee yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua informan memiliki persepsi yang positif terhadap keamanan transaksi di Shopee. Fitur seperti Shopee Garansi, verifikasi akun, verifikasi OTP, serta sistem pembayaran yang menahan dana hingga barang diterima dinilai mampu meningkatkan rasa aman saat bertransaksi. Selain itu, kualitas layanan Shopee juga dinilai baik karena aplikasi mudah digunakan, proses transaksi berjalan lancar, informasi yang disajikan jelas, serta layanan pelanggan cukup responsif dalam menangani keluhan. Pengalaman bertransaksi yang positif tersebut membentuk kepercayaan konsumen.

Keywords: Kepercayaan Konsumen; Persepsi Keamanan; Kualitas Layanan; Marketplace; Shopee

(*) Corresponding Author: Mutiara, azirabungaaa02@gmail.com

How to Cite: Mutiara, A. B., Sinaga, E. L. R., & Aulia, R. A. (2026). ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEAMANAN DAN KUALITAS LAYANAN PADA MARKETPLACE SHOPEE. *KAJIAN MANAJEMEN DAN BISNIS (KAMIS)*, 01(01), 07-17.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam kegiatan berbelanja. Kehadiran e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh berbagai kebutuhan tanpa harus datang langsung ke toko. Salah satu marketplace yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopee. Seiring dengan meningkatnya penggunaan platform digital dalam kegiatan transaksi, kepercayaan konsumen menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Kepercayaan konsumen mencerminkan keyakinan pengguna bahwa platform yang digunakan mampu memberikan layanan yang aman, terpercaya, dan sesuai dengan harapan. Dalam transaksi online, konsumen tidak dapat melihat produk secara langsung maupun bertemu dengan penjual, sehingga kepercayaan menjadi salah satu dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Fandiyanto et al. (2025) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumen pada platform e-commerce.

Meskipun Shopee menjadi salah satu marketplace yang banyak diminati, berbagai permasalahan masih ditemukan dalam transaksi online. Beberapa di antaranya berupa penipuan yang mengatasnamakan pihak Shopee, penyalahgunaan data pribadi pengguna, hingga keluhan terkait penyelesaian masalah transaksi. Keberadaan permasalahan tersebut dapat memunculkan keraguan dan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk dalam penggunaan marketplace Shopee.

Salah satu faktor yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen adalah persepsi terhadap keamanan platform. Persepsi keamanan menggambarkan keyakinan pengguna bahwa informasi pribadi, data pembayaran, serta aktivitas transaksi yang dilakukan melalui marketplace terlindungi dengan baik. Ketika pengguna merasa bahwa sistem keamanan yang tersedia mampu memberikan perlindungan yang memadai, maka rasa percaya terhadap platform cenderung meningkat. Menurut Indah Linamaningsih et al. (2025) suatu persepsi keamanan transaksi memiliki keterkaitan dengan kepercayaan pengguna dalam menggunakan marketplace Shopee.

Selain keamanan, kualitas layanan juga menjadi aspek yang dapat mendukung terbentuknya kepercayaan konsumen. Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan platform dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen, terutama ketika menghadapi kendala selama proses transaksi. Khumalasari (2025) menjelaskan bahwa service security dan information quality memiliki keterkaitan dengan tingkat kepercayaan pengguna Shopee. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Yusra & Rizki (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan.

Kepercayaan konsumen tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui pengalaman yang diperoleh selama menggunakan platform. Pengalaman setiap pengguna dapat berbeda-beda tergantung pada bagaimana mereka menilai keamanan dan kualitas layanan yang diterima. Sebagian pengguna merasa puas dan terpercayai terhadap layanan Shopee, tetapi sebagian lainnya masih mengalami berbagai kendala yang mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka. Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap Shopee perlu dipahami lebih lanjut melalui sudut pandang pengguna secara langsung.

Berdasarkan uraian tersebut, keamanan dan kualitas layanan menjadi aspek yang penting dalam membentuk kepercayaan konsumen pada marketplace Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas layanan pada marketplace Shopee berdasarkan pengalaman dan persepsi pengguna. Melalui wawancara yang dilakukan kepada pengguna Shopee, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana konsumen memandang keamanan dan kualitas layanan yang disediakan serta kaitannya dengan kepercayaan mereka terhadap platform Shopee.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pandangan konsumen mengenai keamanan transaksi pada Marketplace Shopee?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Marketplace Shopee?
3. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap Marketplace Shopee berdasarkan pengalaman penggunaan mereka?

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pandangan konsumen mengenai keamanan transaksi pada Marketplace Shopee.
2. Mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Marketplace Shopee.
3. Menganalisis kepercayaan konsumen terhadap Marketplace Shopee berdasarkan pengalaman penggunaan mereka.

LITERATURE REVIEW

Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuan marketplace dalam memberikan layanan yang aman dan sesuai dengan harapan. Dalam aktivitas belanja online, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting karena konsumen tidak dapat melihat produk maupun penjual secara langsung sehingga konsumen akan menghadapi risiko saat akan melakukan pembelian. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen terhadap marketplace menjadi faktor yang sangat penting dalam membuat keputusan transaksi pada marketplace.

Menurut Rita et al. (2019), kepercayaan adalah suatu kesediaan konsumen terhadap penerimaan risiko berdasarkan harapan bahwa penyedia layanan akan bertindak secara bertanggung jawab dan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan. Sementara itu, Fandiyanto et al. (2025) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen pada platform e-commerce. Konsumen yang tidak memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian. Menggunakan kembali platform, serta merekomendasikan kepada orang lain.

Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan menggambarkan bagaimana konsumen menilai tingkat keamanan yang diberikan oleh marketplace selama proses transaksi berlangsung. Penilaian tersebut meliputi perlindungan terhadap data pribadi, keamanan pembayaran, hingga jaminan bahwa transaksi dapat dilakukan dengan aman. Jika konsumen merasa terlindungi, maka rasa percaya terhadap marketplace juga akan meningkat.

Menurut Linamaningsih et al. (2025), persepsi keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna Shopee. Selain itu, Pebiyanti et al. (2023) menjelaskan bahwa persepsi keamanan, kualitas informasi, dan perlindungan privasi merupakan faktor yang berperan dalam membangun kepercayaan pengguna belanja online. Oleh karena itu, marketplace perlu terus meningkatkan sistem keamanan agar pengguna merasa terlindungi selama melakukan transaksi secara online.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen selama menggunakan suatu produk atau jasa. Pada marketplace, kualitas layanan dapat dilihat dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan pelayanan pelanggan, kejelasan informasi produk, ketepatan proses transaksi, serta kemampuan platform dalam menangani keluhan pengguna.

Menurut Yusra & Rizki (2021), kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan karena pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, Kusumawardhani et al. (2022) menyatakan bahwa kualitas

pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan pengguna Shopee. Dengan kualitas layanan yang baik, konsumen akan memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih positif sehingga kepercayaan mereka terhadap marketplace juga akan meningkat.

METHODS

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2020), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, mendeskripsikan, dan menganalisis secara mendalam mengenai fenomena kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas layanan pada marketplace Shopee berdasarkan sudut pandang, pengalaman, dan persepsi langsung dari pengguna.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di daerah Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (purposive). Menurut Creswell & Poth (2018), pemilihan lokasi dalam penelitian kualitatif harus disesuaikan dengan tempat di mana fenomena tersebut dapat dipelajari secara mendalam dan partisipan merasa nyaman untuk berbagi pengalaman mereka.

Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan. Menurut Sugiyono (2020), purposive sampling merupakan teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua orang memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian yang dikaji. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengguna aktif marketplace Shopee yang pernah melakukan transaksi pembelian.
2. Memiliki pengalaman menggunakan fitur keamanan dan layanan yang tersedia di marketplace Shopee.
3. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi sesuai dengan pengalaman yang dimiliki.

Jumlah informan dalam penelitian kualitatif tidak ditentukan berdasarkan banyaknya responden, melainkan berdasarkan kemampuan informan dalam memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan dua orang informan, yaitu:

1. Informan 1: Atalia (pengguna aktif marketplace Shopee).
2. Informan 2: Loris (pengguna aktif marketplace Shopee).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik wawancara mendalam (in-depth interview). Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2020), wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung sehingga peneliti dapat memahami pengalaman dan pandangan informan mengenai suatu fenomena.

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan. Bentuk wawancara ini dipilih agar proses pengumpulan data tetap terarah, namun peneliti tetap memiliki kesempatan untuk menggali informasi lebih mendalam sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh informan. Fokus wawancara dalam penelitian ini meliputi:

1. Pandangan informan mengenai keamanan transaksi di Shopee.
2. Penilaian informan terhadap kualitas layanan Shopee.
3. Pengalaman personal informan yang membentuk tingkat kepercayaan mereka terhadap platform.

Selain wawancara, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi sebagai data pendukung penelitian. Dokumentasi tersebut berupa pedoman atau lembar wawancara yang digunakan sebagai acuan dalam proses pengumpulan data serta dokumentasi kegiatan wawancara dalam bentuk foto. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti bahwa proses pengumpulan data telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur penelitian serta untuk melengkapi hasil penelitian yang disajikan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles et al. (2018). Analisis dilakukan secara bertahap sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Tahapan analisis tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data dilakukan dengan memilih, menyederhanakan, dan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berkaitan dengan persepsi keamanan, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen terhadap marketplace Shopee, sedangkan data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian tidak digunakan dalam proses analisis.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian naratif yang disusun secara sistematis. Penyajian data bertujuan agar informasi yang diperoleh lebih mudah dipahami serta memudahkan peneliti dalam melihat hubungan antarhasil wawancara sehingga dapat mendukung proses penarikan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan disusun dengan memperhatikan pola, hubungan, serta makna yang muncul dari hasil wawancara. Selama proses penelitian berlangsung, kesimpulan yang diperoleh terus diverifikasi agar sesuai dengan data yang ditemukan di lapangan sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang baik.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Karakteristik Informan

Penelitian ini melibatkan dua orang informan yang merupakan pengguna aktif marketplace Shopee. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria pernah melakukan transaksi pembelian melalui Shopee dalam kurun waktu tiga bulan terakhir sehingga

dianggap mampu memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Karakteristik masing-masing informan dijelaskan sebagai berikut.

Informan 1 : Atalia

Atalia merupakan perempuan berusia 21 tahun yang telah menggunakan marketplace Shopee selama kurang lebih tiga bulan. Selama periode tersebut, ia melakukan transaksi pembelian sebanyak empat kali. Atalia memilih Shopee karena menawarkan berbagai pilihan produk, promo yang menarik, serta proses transaksi yang mudah. Pengalaman berbelanja yang dimilikinya menjadi dasar dalam memberikan pandangan mengenai keamanan transaksi, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap marketplace Shopee.

Informan 2 : Loris

Loris merupakan laki-laki berusia 21 tahun yang aktif menggunakan marketplace Shopee dalam tiga bulan terakhir. Dalam kurun waktu tersebut, ia telah melakukan transaksi sekitar tiga hingga lima kali. Loris menggunakan Shopee karena tertarik dengan berbagai promo, seperti gratis ongkos kirim dan voucher diskon, serta kemudahan metode pembayaran yang tersedia. Pengalaman tersebut memberikan gambaran mengenai persepsinya terhadap sistem keamanan, kualitas layanan, dan tingkat kepercayaan dalam menggunakan platform Shopee.

Secara umum, kedua informan memiliki karakteristik yang relatif serupa, yaitu berasal dari kelompok usia dewasa muda dan aktif memanfaatkan platform digital untuk memenuhi kebutuhan berbelanja. Pengalaman mereka sebagai pengguna Shopee dinilai relevan dengan tujuan penelitian karena mampu memberikan informasi mengenai persepsi keamanan, kualitas layanan, serta kepercayaan konsumen terhadap marketplace Shopee. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2026 di daerah Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur.

Persepsi Konsumen terhadap Keamanan Shopee

Kedua informan memiliki persepsi yang positif terhadap marketplace Shopee. Atalia dan Loris sama-sama menilai bahwa sistem pembayaran yang menerapkan mekanisme penahanan dana hingga barang diterima oleh pembeli mampu memberikan rasa aman selama bertransaksi. Hal ini disampaikan oleh Loris:

"Kalau menurut saya, Shopee cukup aman karena pembayaran baru diteruskan ke penjual setelah barang diterima. Jadi sebagai pembeli saya merasa lebih tenang saat bertransaksi".

Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Atalia yang menyatakan:

"Iya, saya merasa aman karena Shopee punya perlindungan pembeli dan ada proses pengembalian dana kalau terjadi masalah saat transaksi".

Selain itu, keberadaan fitur keamanan seperti verifikasi OTP, verifikasi akun, dan Shopee Garansi dipandang sebagai bentuk perlindungan yang meningkatkan kepercayaan mereka saat melakukan pembelian secara daring. Atalia menjelaskan:

"Fitur yang menurut saya paling membantu itu OTP, verifikasi akun, Shopee Garansi, sama fitur pengajuan komplain".

Sementara itu, loris juga menyampaikan:

"Verifikasi OTP, Shopee Garansi, sama fitur pelacakan pesanan cukup membantu buat melindungi pengguna".

Dalam aspek perlindungan data pribadi, kedua informan menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup baik, meskipun memiliki pandangan yang sedikit berbeda. Atalia berharap Shopee terus menjaga keamanan data pengguna. Ia mengatakan:

"Saya berharap data pribadi benar-benar dijaga, walaupun sampai sekarang saya belum pernah mengalami masalah".

Berbeda dengan Atalia, Loris merasa lebih yakin terhadap perlindungan data pribadi karena adanya fitur verifikasi akun dan sistem keamanan pada proses login. Terkait pengalaman penipuan, kedua informan mengaku belum pernah menjadi korban secara langsung. Atalia pernah menerima produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, namun permasalahan tersebut berhasil diselesaikan melalui proses komplain sehingga dana yang dibayarkan dapat dikembalikan.

"Saya pernah menerima barang yang tidak sesuai deskripsi. Setelah mengajukan komplain, dana saya dikembalikan sehingga saya tetap percaya menggunakan Shopee".

Di sisi lain, Loris hanya mengetahui adanya kasus penipuan melalui media sosial tanpa pernah mengalaminya sendiri.

"Saya belum pernah mengalami langsung. Saya cuma tahu dari media sosial, tapi itu tidak terlalu memengaruhi kepercayaan saya karena Shopee punya sistem perlindungan pembeli".

Selain itu, kedua informan juga menilai bahwa Shopee cukup responsif dalam menangani permasalahan keamanan transaksi melalui pusat bantuan maupun layanan pengaduan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa fitur keamanan dan mekanisme perlindungan yang dimiliki Shopee mampu memberikan rasa aman sehingga mendukung terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap platform.

Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Layanan Shopee

Berdasarkan hasil wawancara, kedua informan memberikan penilaian yang positif terhadap kualitas layanan Shopee. Atalia dan Loris menilai bahwa aplikasi Shopee mudah digunakan, mulai dari proses pencarian produk, pemesanan, hingga pembayaran yang berlangsung dengan cepat dan lancar. Atalia menyampaikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi salah satu alasan dirinya nyaman berbelanja di Shopee.

"Menurut saya aplikasi Shopee sangat mudah digunakan, bahkan untuk pengguna baru. Dari mencari produk sampai pembayaran juga prosesnya cepat".

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Loris yang juga merasakan kemudahan selama menggunakan aplikasi Shopee.

"Kalau saya, prosesnya mudah dan cepat, mulai dari pencarian produk, pemesanan, sampai pembayaran".

Selain kemudahan penggunaan aplikasi, kedua informan juga menilai bahwa fitur chat dengan penjual membantu mereka memperoleh informasi produk sebelum melakukan pembelian. Atalia mengungkapkan bahwa fitur tersebut memudahkan dirinya untuk memastikan kondisi produk yang akan dibeli.

"Fitur chat sangat membantu buat menanyakan detail produk sebelum membeli".

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Loris.

"Sebagian besar penjual merespons dengan cepat dan memberikan informasi yang saya butuhkan".

Dalam hal pelayanan pelanggan, kedua informan menilai bahwa customer service Shopee mampu membantu menyelesaikan kendala yang mereka alami. Meskipun demikian, Atalia mengaku terkadang masih harus menunggu beberapa saat untuk memperoleh respons dari layanan pelanggan.

"Pelayanannya cukup baik, meskipun terkadang harus menunggu beberapa saat untuk mendapatkan respons".

Sementara itu, Loris menilai bahwa penanganan yang diberikan customer service sudah cukup memuaskan.

"Saya pernah menghubungi customer service dan masalah saya ditangani dengan baik".

Kedua informan juga pernah mengalami kendala selama berbelanja di Shopee, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi maupun keterlambatan pengiriman. Namun, permasalahan tersebut dapat diselesaikan melalui mekanisme complain maupun komunikasi dengan penjual dan pihak terkait. Atalia menjelaskan:

"Saya pernah menerima barang yang tidak sesuai pesanan, lalu saya mengajukan pengembalian barang dan dana saya dikembalikan".

Sementara itu, Loris menyampaikan:

"Saya pernah mengalami keterlambatan pengiriman, tetapi masalahnya selesai setelah menghubungi pihak ekspedisi dan penjual".

Selain itu, fitur gratis ongkir, voucher diskon, ulasan produk, dan pelacakan pesanan dinilai memberikan kemudahan sekaligus meningkatkan kenyamanan selama berbelanja. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik berkontribusi dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif serta mendukung terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap marketplace Shopee, sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengguna platform e-commerce.

Kepercayaan Konsumen terhadap Shopee

Tingkat kepercayaan kedua informan terhadap Shopee menunjukkan pola peningkatan seiring bertambahnya pengalaman menggunakan platform. Atalia mengaku bahwa pada awalnya dirinya masih merasa ragu untuk bertransaksi melalui Shopee. Namun, setelah beberapa kali melakukan transaksi yang berjalan lancar, kepercayaannya terhadap platform semakin meningkat.

"Awalnya saya sempat ragu, tetapi setelah beberapa kali transaksi berhasil saya jadi lebih percaya menggunakan Shopee".

Kepercayaan tersebut didukung oleh pengalaman bertransaksi yang positif, sistem pembayaran dengan mekanisme penahanan dana (escrow), ulasan penjual yang transparan, serta kemudahan penggunaan aplikasi. Kondisi tersebut juga membuat kedua informan bersedia merekomendasikan Shopee kepada orang lain. Loris mengatakan:

"Saya akan merekomendasikan Shopee karena mudah digunakan, aman, dan banyak promo menarik".

Kedua informan menyatakan bersedia merekomendasikan Shopee kepada orang lain, dengan alasan produk yang lengkap, sistem perlindungan pembeli yang cukup baik, kemudahan penggunaan, serta banyaknya promo yang menarik. Meskipun kedua informan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap platform, tetapi keduanya juga memberikan masukan agar Shopee terus meningkatkan seleksi penjual dan mempercepat proses penanganan komplain, sehingga kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas layanan dapat semakin kuat.

Discussion

Pembahasan pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari kedua informan untuk menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kualitas layanan berkaitan erat dengan terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap Shopee, hal ini sejalan dengan pandangan Rita et al. (2019) bahwa kepercayaan mencerminkan kesediaan konsumen menerima risiko berdasarkan harapan positif terhadap kinerja penyedia layanan. Sistem pembayaran yang menahan dana hingga barang diterima menjadi faktor keamanan yang paling banyak disebut oleh informan, dan hal ini konsisten dengan pandangan bahwa persepsi keamanan transaksi berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan pengguna marketplace.

Selain aspek keamanan, kualitas layanan juga menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan kedua informan terhadap Shopee. Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, kelancaran proses transaksi, serta respons yang dinilai baik dari penjual maupun layanan pelanggan memberikan pengalaman berbelanja yang positif. Temuan ini sejalan dengan pendapat Yusra & Rizki (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan transaksi di Shopee cenderung positif, yang dipengaruhi oleh penerapan sistem escrow, fitur verifikasi, serta mekanisme perlindungan pembeli. Dari aspek kualitas layanan, Shopee dinilai mampu memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi, proses transaksi yang efisien, serta penanganan kendala yang cukup responsif. Pengalaman bertransaksi yang konsisten dan didukung oleh berbagai fitur layanan tersebut secara bertahap membentuk kepercayaan konsumen terhadap platform Shopee.

Meskipun demikian, penelitian ini hanya melibatkan dua orang informan sehingga hasil yang diperoleh bersifat deskriptif dan eksploratif. Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan kepada seluruh pengguna Shopee, melainkan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi konsumen terhadap keamanan, kualitas layanan, dan kepercayaan dalam penggunaan marketplace Shopee.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Keamanan dan Kualitas Layanan pada Marketplace Shopee, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Pandangan Konsumen mengenai Keamanan Transaksi pada Marketplace Shopee

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua informan memiliki pandangan yang positif terhadap keamanan transaksi di marketplace Shopee. Hal tersebut didukung oleh adanya sistem pembayaran dengan mekanisme escrow, fitur verifikasi akun, Shopee Garansi, serta layanan pengajuan komplain yang memberikan rasa aman

selama proses transaksi. Meskipun terdapat perbedaan tingkat keyakinan terhadap perlindungan data pribadi, kedua informan belum pernah mengalami penipuan secara langsung dan menilai bahwa sistem keamanan yang dimiliki Shopee sudah cukup baik. Dengan demikian, keamanan transaksi yang diterapkan Shopee mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menggunakan platform tersebut.

2. Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Layanan Marketplace Shopee

Berdasarkan hasil wawancara, kedua informan menilai bahwa kualitas layanan yang diberikan Shopee sudah cukup baik. Kemudahan penggunaan aplikasi, informasi produk yang jelas, serta layanan pelanggan yang responsif menjadi beberapa hal yang memberikan pengalaman berbelanja yang positif. Selain itu, fitur seperti ulasan produk, pelacakan pesanan, gratis ongkos kirim, dan voucher diskon dinilai membantu meningkatkan kenyamanan selama berbelanja. Meskipun masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterlambatan pengiriman atau barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, permasalahan tersebut dapat diselesaikan melalui mekanisme komplain yang disediakan oleh Shopee.

3. Kepercayaan Konsumen terhadap Marketplace Shopee Berdasarkan Pengalaman Penggunaan

Kepercayaan kedua informan terhadap marketplace Shopee mengalami peningkatan seiring dengan pengalaman bertransaksi yang mereka peroleh. Pengalaman transaksi yang berjalan lancar, didukung oleh sistem keamanan dan kualitas layanan yang baik, membuat kedua informan merasa lebih yakin untuk terus menggunakan Shopee. Selain itu, keduanya juga bersedia merekomendasikan Shopee kepada orang lain karena dinilai memiliki sistem perlindungan pembeli yang baik, aplikasi yang mudah digunakan, serta berbagai promo yang menarik. Dengan demikian, keamanan transaksi dan kualitas layanan menjadi faktor yang berperan dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap marketplace Shopee.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Shopee maupun peneliti selanjutnya.

1. Saran bagi Shopee

Shopee disarankan untuk memperketat proses seleksi dan verifikasi penjual serta meningkatkan pengawasan terhadap aktivitas toko guna meminimalkan risiko penipuan, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, Shopee perlu mengoptimalkan penanganan komplain agar proses penyelesaian keluhan menjadi lebih cepat dan responsif. Transparansi mengenai sistem perlindungan data pribadi juga perlu ditingkatkan melalui penyampaian informasi yang jelas serta edukasi kepada pengguna mengenai keamanan akun. Di samping itu, Shopee diharapkan terus mengembangkan fitur keamanan, meningkatkan sistem deteksi penipuan, memperbaiki kualitas layanan pelanggan, serta melakukan survei kepuasan secara berkala sebagai bahan evaluasi dan peningkatan layanan.

2. Saran bagi Peneliti

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kepercayaan konsumen terhadap Shopee. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif atau mixed methods dapat dipertimbangkan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara lebih akurat dan memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Peneliti juga dapat mengembangkan instrumen penelitian yang lebih terstruktur, seperti kuesioner dengan skala Likert, sehingga proses pengumpulan dan analisis data menjadi lebih sistematis. Penelitian berikutnya juga dapat dilakukan pada marketplace lain, seperti Tokopedia, Lazada, atau Bukalapak,

untuk membandingkan tingkat kepercayaan konsumen antarplatform. Selain itu, penelitian dapat mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi kepercayaan konsumen, seperti citra merek, pengalaman pengguna, pengaruh sosial, maupun faktor demografis, sehingga memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai kepercayaan konsumen dalam menggunakan marketplace.

REFERENCES

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Fandiyanto, R., Rachman, R., Sari, R. K., Faiza, N., Widiarti, D., & Syahputra, H. (2025). Business Fight of Indonesian E-Commerce Platforms and Its Impact on Consumer Behavior of Tokopedia, Lazada and Shopee Indonesia Platforms. *International Journal of Social Science and Business*, 9(1), 196-211.
- Khumalasari, I. (2025). *Pengaruh Social Support, Service Security, Information Quality, Perceived Ease To Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Trust Dan Repurchase Intention Pada Pengguna Aplikasi Shopee Studi Pada Mahasiswa Unissula* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sutan Agung Semarang).
- Kusumawardhani, T., Sarpangga, F., & Sjoraida, D. F. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, komunikasi pemasaran dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sistem Informasi (JEMSI)*, 9(6), 155-164.
- Linamaningsih, I., Kusumaningrum, N., & Hutami, L. T. H. (2025, April). The Influence of Perceived Ease of Transaction and Perceived Security of Transaction on Intention to Shop with Trust as An Intervening Variable Among Shopee Users. In *3rd International Conference on Management and Business (ICOMB 2024)* (pp. 274-286). Atlantis Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: Amethods sourcebook (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Tasia, S. I., Sutendi, Z., & Vitri, A. E. (2023). Pengaruh kualitas informasi, persepsi keamanan, dan persepsi privasi terhadap kepercayaan pengguna belanja online (Literature review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850-858.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10).
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif (Edisi ke-3)*. Alfabeta.
- Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepercayaan pelanggan (konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85-113.