

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN FITUR E-COMMERCE SHOPEE PADA PENJUALAN DI TOKO ONLINE ALFA RICH STORE

Tiar Septika Kurniawati Purba

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sahid Jakarta, Jl. Prof.

Dr. Soepomo, SH No. 84 Tebet Jakarta, Email : septikapurba@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi adalah hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini. Penguasaan teknologi menjadi penghargaan dan indikator kemajuan suatu negara. Dengan adanya teknologi diharapkan dapat mempermudah pekerjaan dan kehidupan manusia. E-commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa antara perusahaan, rumah tangga, dan masyarakat. Shopee berdiri pada tahun 2015 di 7 wilayah berbeda di Asia. Dengan adanya Shopee yang bertujuan untuk menawarkan pengalaman belanja untuk kebutuhan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh fitur rating dan like terhadap penjualan dan pengaruh fitur rating dan like secara bersama-sama terhadap penjualan di toko online Alfa Rich store. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh produk yang dijual di toko online Alfa Rich store. Analisa data menggunakan regresi linear berganda dengan uji t, uji F dan uji R². Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan fitur rating dan like terhadap penjualan di toko online Alfa Rich store serta terdapat pengaruh fitur positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap penjualan di toko online Alfa Rich store. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Adjusted R Square variabel rating dan like secara simultan sebesar 99,6%.

Kata Kunci: Fitur, E-commerce, Shopee, Penjualan, Store

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi merupakan hal yang tidak akan bisa dihindari dalam kehidupan untuk saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini (Ngafifi, 2014).

Pada satu sisi, perkembangan dunia IPTEK yang demikian mengagumkan itu memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang

cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Demikian juga ditemukannya formulasi-formulasi baru kapasitas komputer, seolah sudah mampu menggeser posisi kemampuan otak manusia dalam berbagai bidang ilmu dan aktivitas manusia (Sari, 2020).

Di sisi lain, manusia tidak bisa menipu diri sendiri akan kenyataan bahwa teknologi mendatangkan malapetaka dan kesengsaraan bagi manusia modern.

Kemajuan teknologi, yang semula untuk memudahkan manusia, ketika urusan itu semakin mudah, maka muncul “kesepian” dan keterasingan baru, yakni lunturnya rasa solidaritas, kebersamaan, dan silaturahmi. Contohnya penemuan televisi, komputer, internet, dan *handphone* telah mengakibatkan kita terlena dengan dunia layar. Layar kemudian menjadi teman setia, bahkan kita lebih memperhatikan dunia layar dibandingkan istri/suami, dan anak sekalipun. Hampir setiap bangun tidur kita menekan tombol televisi untuk melihat layar, pergi ke kantor tekan tombol *handphone* melihat layar untuk ber-sms, BBM (*Blackberry Messenger*) ria atau main *game*, sampai di kantor sudah tersedia layar komputer atau layar televisi. Begitu juga ketika pulang dari kantor sampai rumah, layar televisi yang dilihat terlebih dahulu bukan istri dan anak. SMS dan BBM membuat manusia mengalami “amnesia” (lupa anak dan istri atau suami). Akibatnya hubungan antar anggota keluarga renggang, satu sama lain asyik dengan layarnya masing-masing. Hal ini baru dalam rumah tangga sendiri, apalagi dengan tetangga, mungkin bertemu tetangga hanya ketika bendera putih (tanda kematian) berdiri di depan rumah tetangga (Ngafifi, 2014).

Peneliti tertarik melakukan penelitian di salah satu *E-commerce* terbesar di Indonesia yaitu Shopee. Shopee berdiri tahun 2015 di 7 wilayah

berbeda di Asia. Sejarah Shopee di Indonesia sendiri dimulai pada Desember 2015 dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.. Saat ini, Shopee dikelola oleh SEA Group yang merupakan perusahaan milik Forrest Li (Shopee, 2022). Untuk toko yang menjadi tempat penelitian peneliti adalah Alfa Rich *store* yang melakukan penjualan *online* di *e-commerce* Shopee Indonesia. Alfa Rich *store* merupakan salah satu toko *online* terfavorit di *ecommerce* shopee. Dimana toko ini sudah menjadi *star* seller dengan total penjualan mencapai ribuan pcs. Walaupun produk yang dijual pada toko ini hanya 1 jenis yaitu *sweeter* dan *hoodie* namun toko ini tidak kalah bersaing dengan toko sejenisnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian pada toko *online* Alfa Rich *store* untuk mengetahui strategi apa yang dapat dilakukan untuk peningkatan