

## PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE SEBAGAI MEDIA BELANJA FASHION ONLINE

Olivia Nathania Sekar Putri<sup>1\*</sup>, Dian Sudiantini<sup>2</sup>, Alfonsa Susanti Ina<sup>3</sup>, Azka Ribka Davianti<sup>4</sup>, Febby Liu<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Jl. Raya Perjuangan No. 81, Kota Bekasi

Email: [olivianathanya3022@gmail.com](mailto:olivianathanya3022@gmail.com), [dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id),  
[ochainao@gmail.com](mailto:ochainao@gmail.com), [azkaribka@gmail.com](mailto:azkaribka@gmail.com), [febbyliu2612@gmail.com](mailto:febbyliu2612@gmail.com)

### Abstract

*This research aims to analyze the influence of the Shopee e-commerce platform as a medium for online fashion shopping. In the ever-growing digital era, Shopee has become one of the largest e-commerce platforms in Indonesia, providing various fashion products that can be easily accessed by consumers. This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to a number of respondents who actively shop for fashion through Shopee. The research results show that the factors of ease of access, product variety and promotional features offered by Shopee significantly influence consumer decisions when shopping for fashion online. Apart from that, customer satisfaction with Shopee services also plays an important role in increasing consumer loyalty. This research is expected to provide insight for online fashion industry players in developing effective marketing strategies and improving consumer shopping experiences on e-commerce platforms.*

**Keywords:** E-commerce, Shopee, Shopping, Fashion Online

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh platform e-commerce Shopee sebagai media belanja fashion online. Dalam era digital yang terus berkembang, Shopee telah menjadi salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, menyediakan berbagai produk fashion yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yang aktif berbelanja fashion melalui Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kemudahan akses, variasi produk, dan fitur promosi yang ditawarkan oleh Shopee secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja fashion online. Selain itu, kepuasan pelanggan terhadap layanan Shopee juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri fashion online dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan pengalaman belanja konsumen di platform e-commerce.

**Kata Kunci:** E-commerce, Shopee, Belanja, Fashion Online

## **PENDAHULUAN**

Dengan berkembangnya zaman, teknologi akan semakin canggih dan terus maju lebih cepat. Hal ini yang menjadikan komunikasi dan informasi juga sangat berpengaruh terhadap setiap individu. Salah satunya yaitu berkembangnya internet, tak dapat dipungkiri lagi semakin majunya perkembangan internet juga akan merubah cara berkehidupan. Indonesia merupakan salah satu negara yang sangat terbuka terhadap perkembangan zaman yang semakin maju ini. Setiap orang yang akan memanfaatkan internet untuk keperluan peluang bisnis juga harus paham cara menggunakannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang mengatakan bahwa pemanfaatan internet sebagai media bisnis juga dapat menjadi peluang usaha. Salah satunya penggunaan media internet untuk konsumen dan produsen, kebanyakan penjual online menggunakan internet untuk menawarkan atau memasarkan barang dagangan dan jasa mereka melalui media sosial atau yang di sebut dengan e-commerce. Tidak sedikit yang kemudian berbisnis online ini karena sebagai peluang bisnis yang menarik dengan teknologi yang semakin canggih, hanya dengan bermodalkan smartphone atau komputer saja sudah lebih simple bisa dimanapun kapanpun semua bisa.

Perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah cara konsumen berbelanja, terutama dalam industri fashion. E-commerce, sebagai platform belanja online, telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen karena kemudahan akses dan berbagai fitur inovatif yang ditawarkan. E-commerce telah membantu bisnis (terutama yang memiliki jangkauan sempit seperti usaha kecil ) mendapatkan akses dan membangun kehadiran pasar yang lebih luas dengan menyediakan saluran distribusi yang lebih murah dan efisien untuk produk atau layanan mereka. E-commerce telah mengubah cara orang berbelanja dan mengonsumsi produk dan layanan. Semakin banyak orang yang beralih ke komputer dan perangkat pintar mereka untuk memesan barang, yang dapat dengan mudah diantar ke rumah mereka. Salah satu platform e-commerce yang menonjol di Indonesia adalah Shopee.

Shopee dinilai menjadi platform e-commerce nomor 1 di Indonesia. Shopee juga memperhatikan iklan mereka, berkolaborasi dengan tokoh yang lekat dengan SES menengah ke bawah agar Shopee terlihat lebih familier. Shopee telah berhasil menarik perhatian konsumen melalui berbagai strategi pemasaran dan fitur-fitur canggih seperti live streaming, flash sale, dan program afiliasi. Fitur-fitur ini tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan dan membeli produk fashion, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang interaktif dan menyenangkan. Live streaming, misalnya, memungkinkan penjual untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memberikan demonstrasi produk, dan menjawab pertanyaan secara real-time, yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Shopee juga memanfaatkan kekuatan electronic word of mouth (e-WOM) dan ulasan pelanggan untuk membangun reputasi dan kesadaran merek. Ulasan positif dan

rekomendasi dari pengguna lain dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk fashion di Shopee. Dengan berbagai promosi dan penawaran eksklusif, Shopee berhasil mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi milenial dan mahasiswa. Para remaja terutama mahasiswa saat ini senang untuk mempadu padan beberapa item fashion, dengan daya kreativitasnya. Remaja saat ini terbilang cukup handal memilah item fashion menjadi tampilan yang eye catching. Oleh karena itu, kebutuhan beragam item fashion semakin mendorong remaja saat ini, salah satunya melalui e-commerce.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Shopee sebagai media belanja fashion online terhadap perilaku dan keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli produk fashion di Shopee, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi penjual dan pemasar dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka di platform e-commerce.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode penelitian kualitatif dimana data yang kami kumpulkan berasal dari buku, jurnal, artikel, diskusi kelompok dan sumber lainnya. Metode Kualitatif dipilih karena penelitian ini akan menggali informasi secara mendalam tentang pengaruh e-commerce shopee sebagai media belanja fashion online. Penelitian kualitatif cocok untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang motivasi, persepsi, dan pengalaman konsumen saat menggunakan Shopee untuk berbelanja fashion. Pendekatan ini membantu mengeksplorasi aspek-aspek yang mungkin tidak terjangkau oleh metode kuantitatif. Metode kualitatif sangat efektif untuk mengeksplorasi aspek emosional dan psikologis yang mempengaruhi perilaku pembelian. Dalam konteks Shopee, peneliti bisa mendalami bagaimana interaksi sosial di platform tersebut, misalnya melalui ulasan produk dan interaksi live, memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Fitur interaktif seperti Shopee Live dan ulasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Konsumen yang terlibat dalam sesi live streaming cenderung lebih percaya pada produk yang ditawarkan dan lebih mungkin untuk melakukan pembelian dibandingkan dengan yang hanya melihat gambar atau deskripsi produk. Efektivitas promosi dan diskon yang sering dilakukan oleh Shopee terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa promosi dan sale events sangat berhasil dalam meningkatkan volume transaksi, dengan banyak konsumen yang mengaku menunggu acara-acara tersebut untuk melakukan pembelian. Pengaruh e-WOM atau Electronic word of mouth, melalui ulasan dan rating produk di Shopee memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempercayai ulasan dan rating

yang diberikan oleh pengguna lain, dan ini mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk tersebut

Penelitian kualitatif menempatkan penekanan pada perspektif subjektif individu, yang membantu dalam memahami bagaimana pengalaman personal dan persepsi individu terhadap Shopee mempengaruhi perilaku mereka. Ini sangat penting dalam industri fashion, di mana preferensi dan gaya sangat bervariasi di antara individu. Melalui berbagai fitur dan strategi pemasaran, Shopee berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mendorong perilaku konsumtif di kalangan pengguna.

## **INSTRUMEN PENELITIAN**

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang utama adalah membaca dan menelaah dari Jurnal-jurnal serta artikel karya tulis ilmiah tentang Bisnis Intelijen dan pengambilan keputusan dalam dunia bisnis yang sudah Ber ISSN, sebagai penguat informasi sumber data yang diteliti agar dapat dipercaya serta dipahami dengan jelas dan benar.

Instrumen yang kedua adalah Diskusi Kelompok Terarah (Focus Group Discussions - FGD) yang di mana FGD memungkinkan peneliti untuk melihat interaksi sosial dan dinamika kelompok, serta bagaimana opini dan persepsi terbentuk dan berkembang dalam konteks sosial. Ini sangat relevan untuk memahami pengaruh sosial media dan fitur interaktif Shopee seperti live streaming dan ulasan produk.

Instrumen yang ketiga adalah Observasi Partisipan (Participant Observation) teknik ini melibatkan peneliti yang mengamati perilaku konsumen secara langsung dalam lingkungan alami mereka, seperti saat mereka menggunakan aplikasi Shopee. Observasi partisipan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana konsumen berinteraksi dengan platform Shopee secara real-time, termasuk bagaimana mereka bereaksi terhadap berbagai fitur dan promosi. Instrumen-instrumen ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang mendalam dan kaya, memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang pengaruh Shopee sebagai media belanja fashion online.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di Indonesia jual beli online sudah tidak asing di telinga masyarakat, membuat banyak orang memilih produk yang di inginkannya dengan sangat mudah. Tanpa sadar perkembangan e-commerce membuat para pembisnis mempertimbangkan karena sangat banyaknya e-commerce di luaran sana. Jadi perlu dipertahankan jenis produk dan merk agar dapat bersaing di era sekarang. Salah satu e-commerce yang saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan platform belanja yang berbasis online dengan menyediakan berbagai macam produk penjualan seperti elektronik, aksesoris, pakaian, sampai fashion. Shopee memiliki keunggulan lain yang mana pembeli dapat mengembalikan barang atau dana

jika barang yang diterima tidak sesuai. Pengguna Shopee dengan mudahnya menemukan barang hanya dengan memasukkan nama atau gambar dalam kolom pencarian kemudian muncul gambar, harga, dan ulasan.

Fashion online sedang menjadi tren di kalangan anak muda saat ini karena berbagai alasan yang berkaitan dengan gaya hidup modern, perkembangan teknologi, dan perubahan preferensi konsumen. Berbelanja fashion online memberikan kemudahan dan kenyamanan yang tidak ditawarkan oleh toko offline. Anak muda dapat membeli pakaian dan aksesoris kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi offline store. Ini sangat sesuai dengan gaya hidup mereka yang serba cepat dan sibuk. Banyak platform fashion online menawarkan promosi, diskon, dan penawaran eksklusif yang menarik. Ini termasuk flash sale, cashback, dan voucher diskon yang membuat belanja online lebih ekonomis dan menarik bagi anak muda yang sering mencari penawaran terbaik.

Media sosial memainkan peran besar dalam mempopulerkan fashion online. Influencer dan selebriti sering mempromosikan produk fashion melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Ini memberikan inspirasi dan dorongan kepada anak muda untuk mengikuti tren fashion terbaru dan membeli produk yang mereka lihat secara online. Fashion online memungkinkan anak muda untuk mengakses tren fashion global. Mereka dapat membeli produk dari berbagai negara dan mengikuti gaya fashion yang sedang populer di seluruh dunia. Ini membantu mereka merasa lebih terhubung dengan tren global dan mengekspresikan diri mereka secara lebih kreatif.

Shopee sebagai media fashion online berfungsi sebagai platform yang menyediakan berbagai macam produk fashion kepada konsumen dengan berbagai fitur dan layanan yang mempermudah proses belanja online. Berikut adalah beberapa aspek yang menunjukkan bagaimana Shopee berfungsi sebagai media fashion online:

### **1. Platform yang Mudah Digunakan**

Shopee menawarkan antarmuka yang ramah pengguna dengan desain yang intuitif. Pengguna dapat dengan mudah menelusuri berbagai kategori produk, menggunakan filter pencarian untuk menemukan produk yang spesifik, dan menikmati pengalaman belanja yang lancar.

### **2. Beragam Produk Fashion**

Shopee menyediakan berbagai pilihan produk fashion, mulai dari pakaian, sepatu, tas, hingga aksesoris. Produk-produk ini berasal dari berbagai merek lokal dan internasional, serta penjual individu, yang memberikan konsumen akses ke pilihan yang luas dan beragam.

### **3. Promosi dan Diskon Menarik**

Shopee sering mengadakan berbagai promosi, seperti diskon besar-besaran, flash sale, dan kampanye belanja khusus seperti Shopee 9.9, 10.10, 11.11, dan 12.12 Sales. Promosi ini menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak produk fashion.

#### **4. Ulasan dan Penilaian Produk**

Shopee memiliki fitur ulasan dan penilaian yang memungkinkan konsumen untuk membaca pengalaman orang lain sebelum membeli produk. Ulasan ini mencakup informasi tentang kualitas produk, ukuran, dan kepuasan pelanggan, yang membantu konsumen membuat keputusan belanja yang lebih baik.

#### **5. Shopee Live**

Fitur Shopee Live memungkinkan penjual untuk melakukan streaming langsung dan mempromosikan produk mereka secara real-time. Pembeli dapat melihat produk secara langsung, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan penawaran eksklusif selama sesi live streaming, yang menambah nilai interaktif pada pengalaman belanja.

#### **6. Kemudahan Pembayaran dan Pengiriman**

Shopee menawarkan berbagai metode pembayaran yang aman dan fleksibel, termasuk ShopeePay, kartu kredit, transfer bank, dan pembayaran di tempat (COD). Selain itu, Shopee bekerja sama dengan berbagai layanan logistik untuk memastikan pengiriman yang cepat dan andal.

#### **7. Personalisasi dan Rekomendasi Produk**

Shopee menggunakan algoritma untuk memberikan rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan riwayat pencarian dan belanja pengguna. Ini membantu konsumen menemukan produk fashion yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

#### **8. Komunitas dan Interaksi Sosial**

Shopee memiliki fitur komunitas di mana pengguna dapat berinteraksi, berbagi ulasan, dan memberikan saran terkait fashion. Hal ini menciptakan lingkungan yang mendukung di mana konsumen dapat mendapatkan inspirasi dan rekomendasi gaya.

Shopee tidak hanya menyediakan platform untuk membeli produk fashion tetapi juga menciptakan ekosistem yang mendukung interaksi, personalisasi, dan pengalaman belanja yang menyenangkan. Dengan berbagai fitur dan layanan inovatif, Shopee berhasil menarik dan mempertahankan banyak konsumen dalam industri fashion online. Tren fashion online di kalangan anak muda dipengaruhi oleh kombinasi dari kemudahan akses, beragam pilihan produk, promosi menarik, pengaruh media sosial, fitur interaktif, ulasan produk, keamanan pembayaran, dan tren globalisasi. Semua faktor ini berkontribusi pada popularitas fashion online dan menjadikannya pilihan utama bagi anak muda dalam berbelanja fashion.

Shopee berharap untuk terus menarik lebih banyak pengguna, terutama di kalangan anak muda yang sangat aktif dalam berbelanja fashion online. Dengan meningkatkan basis pengguna, Shopee dapat memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan volume penjualan. Shopee juga berharap untuk mendukung dan memberdayakan kreator dan usaha kecil lokal di industri fashion. Dengan memberikan platform yang mudah digunakan dan berbagai alat pemasaran, Shopee membantu

penjual lokal untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka.

## KESIMPULAN

Platform e-commerce Shopee memiliki pengaruh yang signifikan sebagai media belanja fashion online di Indonesia. Berdasarkan analisis yang dilakukan, terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja fashion melalui Shopee, yaitu kemudahan akses, variasi produk, dan fitur promosi yang ditawarkan. Selain itu, kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan juga berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen terhadap platform ini.

Shopee berhasil menonjolkan diri dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti live streaming, flash sale, dan kampanye diskon besar-besaran, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang interaktif dan menarik bagi konsumen. Keberadaan fitur-fitur ini memberikan nilai tambah dalam menarik minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian.

Selain itu, Shopee juga memanfaatkan kekuatan elektronik word of mouth (e-WOM) melalui ulasan produk dan rekomendasi dari pengguna lainnya, yang secara signifikan mempengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dengan demikian, pemahaman mendalam mengenai pengaruh Shopee sebagai platform e-commerce dalam industri fashion online dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku industri untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman belanja konsumen di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millenial di Blitar. *Jurnal Cendekia Ilmiah*.
- BLOOMENTHAL, A. (2024, Maret 29). Definisi E-commerce: Jenis, Sejarah, dan Contoh. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>
- EFFENDI, P. (2021, Juli 13). SHOPEE MENJADI E-COMMERCE YANG SANGAT DIMINATI BAGI MASYARAKAT, MENGAPA? Retrieved from Binus University: <https://student-activity.binus.ac.id/himka/2021/07/13/shopee-menjadi-e-commerce-yang-sangat-diminati-bagi-masyarakat-mengapa/>
- PANGESTIKA, F. W. (2022). PEMANFAATAN PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE ( STUDI KASUS SAMBEL CUMIKU PURWODADI).
- PANGESTIKA, F. W. (2022). PEMANFAATAN PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE ( STUDI KASUS SAMBEL CUMIKU PURWODADI).
- Shahnaz, K. (2022, Agustus 23). Survei: Shopee Jadi E-Commerce Paling Populer di Indonesia. Retrieved from Tekno Bisnis:

<https://teknologi.bisnis.com/read/20220823/266/1569693/survei-shopee-jadi-e-commerce-paling-populer-di-indonesia>

- Widodo, D. Y., & Prasetyani, H. (2022). Pengguna Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, 12-17.
- Zafa, K. V., Indayani, L., & Supardi, S. (2024). Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEI)*.