

# Analisis Keamanan Data Pribadi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Terhadap Ancaman Data Pribadi

Tata Arya Cahyaaty<sup>1,\*</sup>, Indra Wijaya<sup>1</sup>, Muhamad Dafin Al Dzky<sup>1</sup>  
Handika Gita Prasajo<sup>1</sup>, Septian Hadi Prakoso<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Informatika; Fakultas Ilmu Komputer; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; Jl. Raya Perjuangan No.81, Bekasi Utara, (021)88955882, e-mail: [202110715118@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202110715118@mhs.ubharajaya.ac.id), [202110715103@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202110715103@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715241@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715241@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715268@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715268@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715253@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715253@mhs.ubharajaya.ac.id)

\* Korespondensi: e-mail: [202110715118@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202110715118@mhs.ubharajaya.ac.id)

Diterima: 2 Jan 25; Review: 4 Jan 25; Disetujui: 5 Jan 25; Diterbitkan: 6 Jan 25

---

## ABSTRACT

*This study discusses the protection of personal data on e-commerce platform Shopee, as the increasing use of e-commerce services makes data security issues increasingly important. With a qualitative descriptive approach, this study relied on literature analysis and secondary data to assess the implementation of security measures, such as data encryption and two-factor authentication (2FA). The results show that although Shopee has taken fairly good protective measures, there are still 28.26% of respondents who do not fully understand its security policies. The research also provides a number of recommendations to increase user awareness and strengthen security policies at Shopee as well as other e-commerce platforms.*

**Keywords:** Personal Data Security, E-Commerce, Shopee, Data Encryption, Cyber Threats.

## .ABSTRAK

Studi ini membahas perlindungan data pribadi pada platform e-commerce Shopee, seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan e-commerce yang membuat isu keamanan data semakin penting. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengandalkan analisis literatur dan data sekunder untuk menilai penerapan langkah-langkah keamanan, seperti enkripsi data dan autentikasi dua faktor (2FA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Shopee telah mengambil tindakan perlindungan yang cukup baik, masih ada 28,26% responden yang tidak sepenuhnya memahami kebijakan keamanannya. Penelitian ini juga memberikan sejumlah rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran pengguna dan memperkuat kebijakan keamanan di Shopee maupun platform e-commerce lainnya.

**Kata kunci:** Keamanan Data Pribadi, E-Commerce, Shopee, Enkripsi Data, Ancaman Siber.

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan sektor e-commerce secara signifikan, termasuk platform Shopee yang menjadi salah satu yang terpopuler di Indonesia. Dengan banyaknya pengguna aktif, perlindungan data pribadi menjadi isu krusial untuk mencegah penyalahgunaan informasi, seperti detail pembayaran, alamat, dan nama pengguna. Kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data di platform e-commerce juga berpengaruh pada minat mereka untuk berbelanja daring. Namun, rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia tentang perlindungan data pribadi sering kali membuat informasi dibagikan tanpa mempertimbangkan risiko yang ada (Pusponegoro & Tjahyadi, 2023).

E-Commerce terbesar di Indonesia, Shopee, kini memiliki jutaan pengguna yang memanfaatkan layanan ini untuk melakukan transaksi jual beli. Namun, seiring dengan pertumbuhan ini, tantangan terkait keamanan data pribadi pengguna menjadi semakin kompleks dan penting untuk diperhatikan. Data pribadi yang diunggah pengguna, seperti nama, alamat, informasi pembayaran, dan preferensi belanja, memiliki potensi besar untuk disalahgunakan jika tidak dilindungi dengan baik.

Kekhawatiran konsumen mengenai keamanan data pribadi saat berbelanja secara online semakin meningkat, yang dapat berdampak pada tingkat kepercayaan dan niat beli mereka. Keamanan merupakan aspek penting yang sering diperhatikan oleh konsumen ketika berbelanja secara online, karena hal ini dapat memberikan rasa aman dan melindungi informasi pribadi mereka (Achsa & Dewi, 2021), (Mul & Volume, 2024).

Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap perlindungan data pribadi masih rendah. Individu sering berbagi informasi pribadi tanpa pertimbangan di media sosial dan kurang memahami regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi. Tingkat pendidikan dan akses informasi memengaruhi kesadaran ini, dengan individu berpendidikan lebih tinggi lebih memahami pentingnya perlindungan data. Rendahnya kesadaran ini meningkatkan risiko pelanggaran data dan berdampak pada kepercayaan terhadap platform digital (Zahwani<sup>1</sup> et al., 2023).

Penelitian ini akan membahas beberapa aspek penting dalam keamanan data pribadi di Shopee, termasuk metode enkripsi data, autentikasi pengguna, serta perlindungan dari potensi serangan siber. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis literatur dan data sekunder, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat keamanan data pribadi di Shopee serta menawarkan rekomendasi bagi pengguna dan pihak pengelola platform untuk meningkatkan standar keamanan dalam melindungi data pribadi pengguna.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan mengandalkan analisis literatur dan data sekunder yang relevan. Sumber yang digunakan meliputi artikel ilmiah, laporan studi, serta kebijakan privasi Shopee untuk memahami upaya perlindungan data pribadi yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan terhadap penerapan enkripsi data dan autentikasi pengguna, dengan membandingkannya terhadap standar keamanan yang berlaku di industri.

### 2.1 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber yang relevan, seperti artikel jurnal, laporan penelitian, buku, dan dokumen resmi mengenai keamanan data pribadi, enkripsi data, dan autentikasi pengguna pada platform e-commerce. Fokus utama dari studi literatur ini adalah regulasi keamanan data di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), serta kebijakan keamanan data yang diterapkan oleh Shopee. Literatur yang dikaji mencakup teori dasar tentang keamanan data, standar enkripsi, serta praktik terbaik dalam menjaga keamanan data pribadi pada sistem e-commerce. Industri e-commerce di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat berkat tingginya penetrasi internet dan adopsi teknologi seperti IoT serta Big Data. Regulasi, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan rancangan undang-undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP), memiliki peran penting dalam menjaga keamanan data pengguna. Aturan-aturan ini tidak hanya memberikan rasa aman bagi konsumen, tetapi juga mendorong terciptanya ekosistem digital yang sehat dan dapat dipercaya, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia (Palinggi & Limbongan, 2020).

Untuk menjamin keamanan data pribadi konsumen, sangat krusial untuk mengimplementasikan regulasi hukum yang tegas dan jelas. Pemerintah telah menetapkan regulasi mengenai keamanan transaksi e-commerce melalui Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, serta UU ITE, di mana Kementerian Komunikasi dan Informatika berperan dalam pengawasan aktivitas e-commerce (Purnama Ramadani Silalahi et al., 2022), (Agung & Nasution, 2023).

#### a. Analisis Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi terkait kebijakan privasi dan keamanan Shopee, serta berbagai laporan mengenai perlindungan data pribadi di Indonesia. Data ini digunakan untuk menganalisis kebijakan serta tindakan perlindungan yang diterapkan oleh Shopee guna menjaga privasi pengguna. Shopee menggunakan teknologi seperti enkripsi data dan pengaturan akses yang ketat untuk melindungi informasi pribadi dari potensi penyalahgunaan atau akses yang tidak diinginkan. Selain itu, mereka secara rutin melakukan audit keamanan untuk memastikan sistem mereka memenuhi standar yang telah ditetapkan,

meskipun hasil audit tersebut tidak tersedia untuk publik. Shopee juga berupaya mematuhi aturan privasi, termasuk GDPR, di wilayah operasinya yang relevan.

Data sekunder ini juga mencakup informasi mengenai insiden atau pelanggaran privasi yang pernah terjadi, baik di Shopee maupun di platform e-commerce lainnya. Beberapa kasus kebocoran data yang melibatkan e-commerce di Indonesia, seperti kebocoran data pengguna Tokopedia pada 2020, memberikan wawasan mengenai tantangan keamanan yang dihadapi oleh platform e-commerce. Kasus tersebut menyoroti pentingnya proteksi data dan bagaimana pelanggaran semacam itu dapat menimbulkan kerugian bagi pengguna dan merusak kepercayaan konsumen. Meskipun Shopee belum melaporkan insiden kebocoran data besar-besaran, perusahaan mengakui bahwa pengiriman data melalui internet tetap membawa risiko yang tidak dapat sepenuhnya dihilangkan. Shopee terus berupaya meningkatkan sistem perlindungannya untuk mengurangi kemungkinan kebocoran data serupa.

Selain itu, kebijakan privasi Shopee memberikan pengguna kontrol atas data mereka, termasuk kemampuan untuk menghapus informasi pribadi dari platform. Ini merupakan bagian dari upaya Shopee untuk mematuhi peraturan yang berlaku dan menjaga kepercayaan konsumen.

#### **b. Analisis Kualitatif**

Data yang diperoleh melalui studi literatur dan analisis data sekunder dianalisis secara kualitatif untuk mengevaluasi tingkat keamanan data pribadi di Shopee serta mengidentifikasi potensi ancaman. Analisis ini menyoroti bagaimana Shopee menerapkan teknologi enkripsi data, autentikasi pengguna, dan langkah-langkah pencegahan terhadap serangan siber. Berdasarkan kebijakan keamanan dan data sekunder yang ditinjau, Shopee menggunakan protokol enkripsi tingkat tinggi, seperti SSL/TLS, untuk melindungi komunikasi antara pengguna dan server. Protokol ini bertujuan menjaga kerahasiaan informasi pribadi, seperti data pembayaran dan alamat pengguna, terutama dalam transaksi online yang rawan serangan.

Dalam hal autentikasi, Shopee telah mengimplementasikan sistem autentikasi dua faktor (2FA) untuk meningkatkan perlindungan. Pengguna diminta untuk memasukkan kode verifikasi yang diterima di perangkat mereka selain kata sandi, yang memberikan lapisan keamanan tambahan. Sistem 2FA ini selaras dengan standar terbaik di bidang keamanan siber, membantu mengurangi risiko peretasan akun atau penyalahgunaan data.

Shopee juga terus beradaptasi dengan ancaman siber yang berkembang, seperti serangan DDoS dan malware. Platform ini telah mengimplementasikan perangkat lunak dan infrastruktur untuk mendeteksi dan menghalau ancaman tersebut sebelum berdampak pada pengguna. Selain itu, langkah-langkah proaktif lainnya, seperti audit keamanan rutin dan pemantauan aktivitas mencurigakan, dilakukan untuk memastikan bahwa sistem Shopee tetap aman dari eksploitasi dan penyalahgunaan. Meskipun langkah-langkah tersebut sudah signifikan, penelitian ini akan membandingkan tingkat keamanan Shopee dengan standar

industri, seperti standar ISO/IEC 27001 untuk manajemen keamanan informasi, untuk mengevaluasi apakah tindakan yang diambil sudah memadai dalam melindungi data pribadi pengguna.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Sampel Data

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Time stamp	Janis, 2024	Perilaku_Penggunaan_Shopee	Membaca_Kelebihan_Bi	Pemahaman_Kelebihan_Bi	Tahu_Konsep	Caru_Berani	Keft_Konsep	Ragu_Bayi_Ut	Perilaku_Ut	Keperawatan_Bi	Lama_Pengguna_Shopee	Uta_M
2	ZDD-09-07-07:05:00	Wariba	Sehring sekali	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Tidak	Ya	3.30	40	20.0	
3	ZDD-09-07-07:28:57	Wariba	Sangat Sehring	Ya	Kurangmenstrani	ya	Ya	Tidak	Ya	3.30	60	20.0	
4	ZDD-09-07-07:29:09	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Tidak	Ya	3.30	60	20.0	
5	ZDD-09-07-07:33:03	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Ya	Ya	3.30	90	20.0	
6	ZDD-09-07-07:42:16	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Ya	Ya	3.30	20	20.0	
7	ZDD-09-07-07:45:57	plta	Ayah barang	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	6.60	10	20.0	
8	ZDD-09-07-07:46:03	plta	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	4.40	30	20.0	
9	ZDD-09-07-07:47:56	Wariba	hampir setiap hari	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.40	40	25.0	
10	ZDD-09-07-07:52:22	plta	2 kali dalam seminggu	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	6.60	30	20.0	
11	ZDD-09-07-07:57:24	plta	barang	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	6.60	60	20.0	
12	ZDD-09-07-08:05:52	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.30	20.0	20.0	
13	ZDD-09-07-08:06:46	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	4.40	40	6.0	
14	ZDD-09-07-08:07:43	plta	sehring tidak setiap hari	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	6.60	10	20.0	
15	ZDD-09-07-08:08:39	Wariba	sehring sekali	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	3.40	60	20.0	
16	ZDD-09-07-08:50:33	Wariba	Sehring	Tidak	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	3.30	60	20.0	
17	ZDD-09-07-08:50:51	Wariba	barang	Tidak	Kurangmenstrani	ya	Tidak	Tidak	Ya	4.40	20	20.0	
18	ZDD-09-07-08:50:57	plta	sehring hari	Ya	tidak menastri sama sekali	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	6.60	60	8.0	
19	ZDD-09-07-08:54:40	plta	Jarang, hanya sekali	Tidak	tidak menastri sama sekali	Tidak	Ya	Tidak	Ya	6.30	20	20.0	
20	ZDD-09-07-08:58:01	plta	0	Tidak	Kurangmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	3.30	20	6.0	
21	ZDD-09-07-08:58:14	plta	Tidak tahu sehring	Tidak	Okupmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	3.30	7.0	20.0	
22	ZDD-09-07-08:58:52	Wariba	Tidak tahu sehring, sebulan mungkin hanya sekali. Tidak diketahui, terkadang kurang dari 3 kali	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Tidak	Tidak	3.30	7.0	20.0	
23	ZDD-09-07-08:59:06	plta	sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Tidak	Ya	3.40	40	20.0	
24	ZDD-09-07-08:59:39	Wariba	sehring sekali	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.40	40	8.0	
25	ZDD-09-07-09:02:26	Wariba	Kurang sehring	Tidak	Kurangmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	3.30	40	20.0	
26	ZDD-09-07-09:03:02	Wariba	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Ya	Ya	3.30	30	20.0	
27	ZDD-09-07-09:03:46	Wariba	sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Tidak	Ya	4.40	40	20.0	
28	ZDD-09-07-09:05:26	plta	Jarang, beberapa kali	Tidak	Okupmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	4.40	10	20.0	
29	ZDD-09-07-09:09:00	plta	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Ya	Ya	4.40	60	20.0	
30	ZDD-09-07-09:10:20	plta	Kurang	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	3.30	40	20.0	
31	ZDD-09-07-09:10:38	plta	Sehring	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.60	40	20.0	
32	ZDD-09-07-09:11:01	Wariba	Kurang sehring	Ya	Kurangmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	6.60	60	20.0	
33	ZDD-09-07-09:23:23	plta	Tidak pernah	Tidak	tidak menastri sama sekali	ya	Tidak	Tidak	Tidak	3.30		20.0	
34	ZDD-09-07-09:25:01	Wariba	sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Ya	Tidak	Tidak	4.40	60	6.0	
35	ZDD-09-07-09:25:16	Wariba	Kadang kadang	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	3.30	60	20.0	
36	ZDD-09-07-09:25:24	plta	sehring	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	6.60	60.0	20.0	
37	ZDD-09-07-09:25:31	Wariba	sebulan sekali	Ya	Okupmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	4.40	30	9.0	
38	ZDD-09-07-09:25:37	plta	Tidak tahu sehring	Ya	Kurangmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	4.40	20	20.0	
39	ZDD-09-07-09:25:38	plta	Kurang sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.40	40	20.0	
40	ZDD-09-07-09:25:39	Wariba	sangat sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	4.40	60	20.0	
41	ZDD-09-07-09:25:57	Wariba	Kurang sehring	Ya	sangatmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	4.40	80	20.0	
42	ZDD-09-07-09:26:24	Wariba	tidak tahu 1-10, lima kali?	Tidak	Kurangmenstrani	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	3.30	20	8.0	
43	ZDD-09-07-09:29:54	Wariba	Okup sehring	Ya	Okupmenstrani	Tidak	Ya	Ya	Ya	3.30	20.0	8.0	
44	ZDD-09-07-09:30:03	plta	Sehring	Ya	Okupmenstrani	ya	Tidak	Tidak	Ya	6.60		20.0	
45	ZDD-09-07-09:30:39	plta	sehring bulan	Ya	Kurangmenstrani	ya	Tidak	Ya	Ya	6.60	10	6.0	
46	ZDD-09-07-09:34:49	plta	Jarang sekali	Tidak	Kurangmenstrani	Tidak	Ya	Ya	Ya	3.30	10	6.0	
47	ZDD-09-07-09:40:08	plta	Tidak tahu	Tidak	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	3.30	20	6.0	
48	ZDD-09-07-09:41:03	Wariba	Kadang kadang	Tidak	Okupmenstrani	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	4.30	40	20.0	
49	ZDD-09-07-09:41:03	Wariba	9-10	Tidak	Kurangmenstrani	ya	Ya	Ya	Ya	3.30	60	20.0	
50	ZDD-09-07-09:42:55	Wariba	Kurang sehring	Tidak	Okupmenstrani	ya	Tidak	Ya	Tidak	3.30	40	8.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar 1. Sampel Data

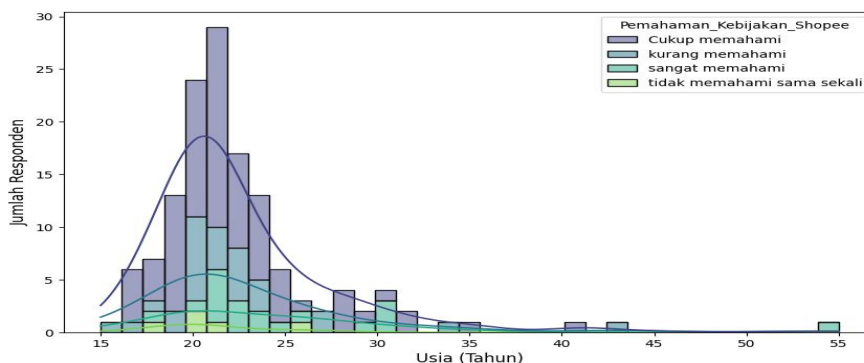
Pada gambar 1 menunjukkan Sampel data.

Tabel 1. Distribusi Usia Responden

No	Rentang Usia	Jumlah	Presentase
0	[15, 18)	7	5.072464
1	[18, 21)	44	31.884058
2	[21, 24)	54	39.130435
3	[24, 27)	14	10.144928
4	[27, 30)	8	5.797101
5	[30, 33)	6	4.347826
6	[33, 36)	2	1.449275
7	[36, 39)	0	0.000000
8	[39, 42)	1	0.724638
9	[42, 45)	1	0.724638
10	[45, 48)	0	0.000000
11	[48, 51)	0	0.000000
12	[51, 54)	0	0.000000
13	[54, 57)	1	0.724638

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Pada tabel 1 menjelaskan mayoritas responden berusia muda, dengan rentang usia [21, 24) (39.13%) dan [18, 21) (31.88%) sebagai yang terbanyak. Usia yang lebih tua, seperti [36, 39) dan [45, 48), hampir tidak terwakili. Lebih dari 70% responden berada di usia [15, 24), menunjukkan dominasi usia muda dalam survei ini.



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar 2. Grafik Distribusi Usia Berdasarkan Pemahaman KebijakanShopee

Pada gambar 2 menunjukkan Pengguna Shopee dengan durasi 1-7 tahun menunjukkan tingkat kepercayaan tinggi terhadap keamanan, terutama pada tingkat 4.0 dan 5.0. Sementara itu, pengguna dengan durasi lebih dari 7 tahun cenderung lebih sedikit, dengan distribusi kepercayaan yang lebih beragam. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman lebih lama dengan Shopee dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan platform.

Tabel 2. Jumlah dan Persentase untuk kolom 'Tahu\_Keamanan'

Tahu_Keamanan	Jumlah	Persentase
Ya	99	71.74%
Tidak	39	28.26%

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Pada tabel 2 menjelaskan sebagian besar responden (71.74%) mengetahui tindakan keamanan yang digunakan oleh Shopee untuk melindungi data pribadi mereka, sedangkan 28.26% tidak tahu.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase untuk kolom 'Data\_Terancam':

Data_Terancam	Jumlah	Persentase
Tidak	95	68.84%
Ya	43	31.16%

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

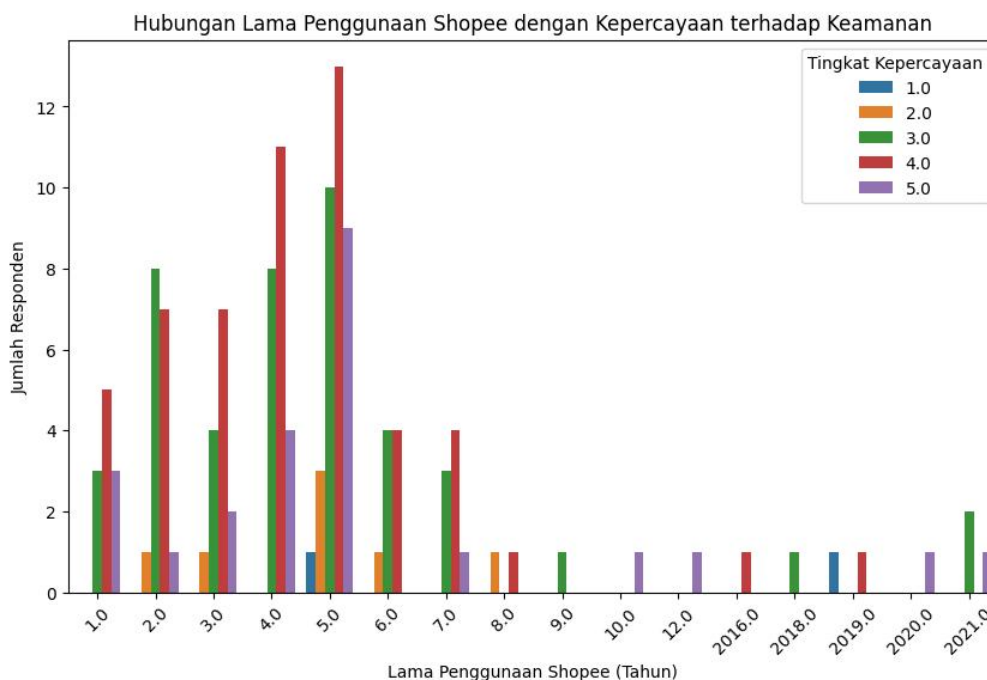
Pada tabel 3 menjelaskan mayoritas responden (68.84%) merasa bahwa data pribadi mereka tidak terancam saat menggunakan Shopee, sementara 31.16% pernah merasa atau mengalami bahwa data pribadi mereka terancam.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase untuk kolom 'Ragu\_Bagi\_Data

Ragu_Bagi_Data	Jumlah	Persentase
Ya	73	52.90
Tidak	65	47.10

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Pada tabel 4 menjelaskan sebagian besar responden (52.90%) ragu membagikan data mereka ke Shopee, sementara 47.10% tidak ragu. Hal ini menunjukkan ketidakpastian atau keraguan terkait keamanan atau penggunaan data pribadi oleh Shopee.



Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Gambar 3. Hubungan Pengguna Shopee Tentang Kepercayaan Terhadap Keamanan

Pada gambar 3 menunjukkan hubungan pengguna Shopee tentang kepercayaan terhadap keamanan.



### 3.2 Distribusi Usia Responden

Mayoritas responden berada di kelompok usia muda, khususnya pada rentang [21, 24) sebanyak 39.13% dan [18, 21) sebanyak 31.88%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Shopee didominasi oleh generasi muda, dengan lebih dari 70% responden berada dalam rentang usia [15, 24). Sementara itu, kelompok usia yang lebih tua, seperti [36, 39) dan [45, 48), hampir tidak terwakili, bahkan ada rentang usia tertentu yang tidak memiliki responden sama sekali.

Dominasi responden usia muda ini dapat menunjukkan bahwa Shopee lebih menarik atau relevan bagi generasi muda, yang kemungkinan lebih sering berbelanja online dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih tua.

### 3.3 Pengetahuan tentang Tindakan Keamanan Shopee

Mayoritas pengguna sudah menyadari adanya langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh Shopee, seperti autentikasi dua faktor (2FA) dan enkripsi data. Namun, masih ada sekitar 30% responden yang mengaku tidak mengetahui atau kurang memahami kebijakan keamanan tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya upaya edukasi yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pengguna terhadap sistem keamanan platform (Nivas Nalla & Reddy, 2023).

### 3.4 Implikasi

Hasil ini mengindikasikan bahwa Shopee telah berhasil memberikan informasi atau komunikasi terkait langkah-langkah keamanannya kepada sebagian besar pengguna. Namun, dengan hampir 30% pengguna tidak mengetahui keamanan platform, Shopee masih memiliki peluang untuk meningkatkan edukasi atau transparansi terkait kebijakan keamanan data kepada seluruh pengguna.

### 3.5 Persepsi tentang Ancaman terhadap Data Pribadi

Sebagian besar responden (68.84%) merasa bahwa data pribadi mereka tidak terancam saat menggunakan Shopee, sedangkan 31.16% pernah merasa atau mengalami bahwa data pribadi mereka terancam.

#### Analisis:

Tingginya persentase responden yang merasa aman (68.84%) mencerminkan keberhasilan Shopee dalam membangun kepercayaan pengguna. Namun, lebih dari 30% masih merasa data mereka terancam, menunjukkan perlunya perbaikan dalam edukasi dan transparansi kebijakan keamanan. Hasil ini sejalan dengan temuan (Fahmi, 2018), yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan merupakan faktor signifikan yang memengaruhi sikap dan niat konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce. Ancaman seperti DDoS, malware, dan pencurian data pribadi menegaskan pentingnya autentikasi dua faktor (2FA), yang telah diterapkan Shopee, meskipun 28.26% responden belum memahaminya secara menyeluruh (Liu et al., 2022).

### 3.6 Keraguan Membagikan Data Pribadi ke Shopee

Sebagian besar responden (52,90%) ragu membagikan data pribadi ke Shopee, sementara 47,10% tidak ragu. Hal ini menunjukkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan informasi pribadi, karena banyak yang secara sukarela memberikan data pribadi tanpa menyadari potensi penyalahgunaannya (Delpiero et al., 2021).

#### **Analisis:**

Hasil ini menunjukkan adanya tingkat ketidakpastian atau ketidakpercayaan terkait bagaimana Shopee menggunakan atau melindungi data pribadi pengguna. Meskipun hampir separuh pengguna tidak merasa ragu, fakta bahwa mayoritas pengguna merasa tidak yakin menunjukkan perlunya peningkatan transparansi terkait kebijakan privasi dan jaminan keamanan data pribadi.

### 3.7 Hubungan Lama Penggunaan Shopee dengan Kepercayaan terhadap Keamanan

Pengguna dengan durasi penggunaan 1-7 tahun lebih percaya terhadap keamanan platform dibandingkan pengguna dengan durasi lebih dari 7 tahun. Ancaman utama dalam e-commerce berupa kejahatan digital yang dapat merusak keamanan data pribadi, mempengaruhi baik pelaku usaha maupun konsumen. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam situasi online karena konsumen tidak dapat mengontrol tindakan penjual secara langsung. Semakin banyak kepercayaan yang dimiliki konsumen, semakin besar pula minat mereka untuk berbelanja online (Nova et al., 2023), (Kehista et al., 2023).

#### **Analisis:**

Durasi pengalaman pengguna dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap keamanan platform. Pengguna yang lebih lama cenderung memiliki pandangan yang lebih beragam, mungkin karena telah mengalami berbagai pembaruan, kebijakan, atau insiden selama menggunakan Shopee. Shopee perlu mempertahankan kepercayaan pengguna jangka panjang ini dengan terus meningkatkan kebijakan keamanan dan memberikan jaminan kepada mereka.

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun Shopee telah mengimplementasikan langkah-langkah keamanan seperti enkripsi data dan autentikasi dua faktor (2FA), upaya peningkatan edukasi pengguna masih diperlukan. Sebanyak 71,74% pengguna mengaku memahami kebijakan keamanan Shopee, tetapi 28,26% lainnya belum memiliki pemahaman yang memadai. Selain itu, meskipun 68,84% responden merasa data pribadi mereka aman saat menggunakan platform Shopee, sebanyak 31,16% tetap merasa khawatir. Rekomendasi untuk Shopee mencakup peningkatan transparansi dalam menyampaikan kebijakan privasi, komunikasi yang lebih efektif untuk memperkuat kepercayaan pengguna, serta edukasi yang lebih komprehensif guna memastikan semua pengguna memahami mekanisme keamanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Agung, S. F. A. T., & Nasution, M. I. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 5–7. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.915>
- Delpiero, M., Reynaldi, F. A., Ningdiah, I. U., & Muthmainnah, N. (2021). Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace Dalam Perlindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data. *Padjadjaran Law Review*, 9(1), 1–22. <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/plr/article/view/509>
- Fahmi, S. (2018). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce, melalui Sikap sebagai Variabel Intervening. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 86. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i1.21>
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 625–632.
- Liu, X., Ahmad, S. F., Anser, M. K., Ke, J., Irshad, M., Ul-Haq, J., & Abbas, S. (2022). Cyber security threats: A never-ending challenge for e-commerce. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.927398>
- Mul, J., & Volume, S. (2024). *Kata kunci: Privasi Data, Keamanan Data, Solusi, E-Commerce*. 3(9).
- Nivas Nalla, L., & Reddy, V. M. (2023). Data Privacy and Security in E-commerce: Modern Database Solutions 1. *International Journal of Advanced Engineering Technologies and Innovations*, 01(03), 3.
- Nova, I., Ningtyas, A., Setyawati, S. M., & Luhita, T. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth dan E-Servicescapes terhadap Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli Online (Studi pada Pengguna E-commerce Shopee). *Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 25(2), 77–87.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1), 225–232. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v4i1.2543>
- Purnama Ramadani Silalahi, Aisy Salwa Daulay, Tanta Sudiro Siregar, & Aldy Ridwan. (2022). Analisis Keamanan Transaksi E-Commerce Dalam Mencegah Penipuan Online. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 224–235. <https://doi.org/10.58192/profit.v1i4.481>
- Pusponegoro, M., & Tjahyadi, R. A. (2023). Peran Manajemen Efektivitas E-commerce

Shopee Di Masa Pandemi Covid-19. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8, 82–97.  
<https://doi.org/10.23917/benefit.v8i1.1945>

Zahwani<sup>1</sup>, S. T., Irwan, M., & Nasution<sup>2</sup>, P. (2023). Analisis Kesadaran Masyarakat Terhadap Perlindungan Data Pribadi di Era Digital. *Analisis Kesadaran Masyarakat (Zahwani, Dkk.) JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(2), 105–109.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.12608751>