

BAB III

GAMBARAN UMUM SHOPEE DAN GAME ONLINE DI SHOPEE

3.1 Sejarah dan Profil Singkat Shopee

3.1.1 Latar Belakang Berdirinya Shopee

Di era globalisasi yang modern ini, segala aktivitas manusia harus dilakukan dengan cepat dan efisien. Aktivitas manusia diminimalisir dengan adanya alat-alat elektronik yang memudahkan pekerjaan manusia (Witono & Hendrayana 2011, 101-111). Model bisnis baru muncul sebagai inovasi dari pemasaran tradisional begeser ke pemasaran modern menggunakan media digital. Munculnya toko online, grup jual beli online, *platform E-Commerce*, dan model e-business lainnya menjadi bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkannya (Ayuni et all. 2019, 129).

Banyak aplikasi belanja online yang menyediakan segala kebutuhan manusia dan banyak digandrungi oleh semua kalangan masyarakat. Aplikasi belanja online yang sedang marak digunakan salah satunya adalah aplikasi Shopee, meskipun sudah banyak aplikasi belanja online di Indonesia yang sudah ada sebelum Shopee, seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. Namun produk-produk dalam aplikasi Shopee telah menjadi daya tarik tersendiri bagi para pemakainya, baik dari menu yang *user friendly*, banyak voucher dan *cashback* serta mudahnya proses pembayaran produk yang akan dibeli.

Aplikasi Shopee sendiri telah memfasilitasi fitur-fitur tertentu, seperti fitur *livestream* yang bertujuan untuk memudahkan bertemunya penjual dan pembeli dalam satu tempat dan berinteraksi secara *real time*. Selain itu terdapat beberapa metode pembayaran, diantaranya yaitu pembayaran COD, transfer menggunakan kartu kredit, transfer menggunakan bank, Shopee Pay, dan Shopee PayLater (Faiza et all. 2022, 78).

Shopee sebagai salah satu *E-Commerce* di Indonesia merespon besarnya potensi dan permintaan pasar Syariah di Indonesia dengan meresmikan fitur

khusus bernama Shopee Barokah. Fitur ini secara khusus menjual ragam produk mulai dari makanan, minuman, fashion Muslim, kecantikan yang seluruhnya bersertifikasi halal, buku-buku Islam, dan lainnya (Mulyawan, 2020). Adapun untuk metode pembayarannya hanya bisa menggunakan Shopee Pay, transfer bank, alfamat atau indomaret, dan COD. Metode pembayaran seperti Shopee PayLater, kartu kredit, dan berbagai layanan kredit lainnya otomatis tidak bisa digunakan (Unknown, 2020).

3.1.2 Perkembangan Shopee di Asia dan Indonesia

Shopee adalah *platform E-Commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya Garena), didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 dan sejak itu diperluas ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Dengan elemen mobile berdasarkan konsep E-Commerce global, Shopee merupakan salah satu dari “5 startup *E-Commerce* paling disruptif” yang diterbitkan oleh Tech In Asia (Yusuf et all. 2020).

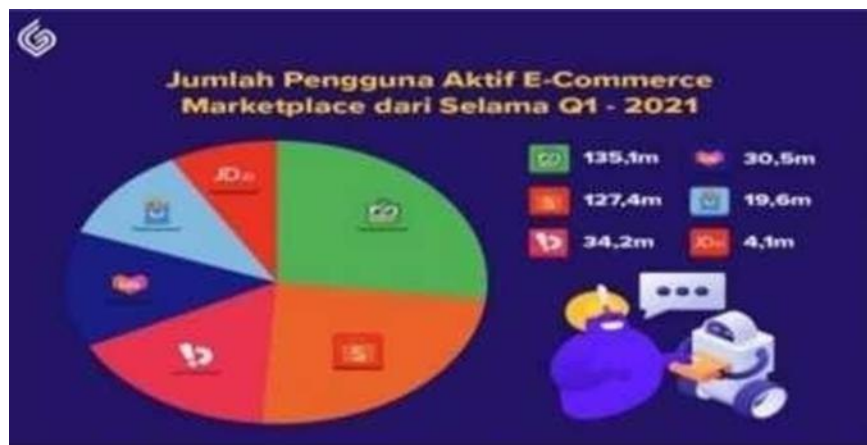
Shopee yang berpusat di Singapura, melakukan ekspansi ke negara-negara ASEAN lainnya dan membuka Shopee Indonesia, Shopee Malaysia, Shopee Thailand, Shopee Taiwan, Shopee Vietnam, dan Shopee Filipina. Awalnya Shopee dimulai sebagai pasar pelanggan (C2C) bagi pelanggan, tetapi telah pindah ke hybrid model yang dari C2C dan Bisnis untuk Pelanggan (B2C) sejak diluncurkannya Shopee Mall, platform toko online untuk menjual merek-merek terkenal. Pada kuartal keempat tahun 2017, total harga eceran (GMV) adalah \$ 1,6 miliar, meningkat 206% dibandingkan tahun sebelumnya (Yusuf et all. 2020).

Keberhasilan Shopee tidak hanya berasal dari negara asalnya Singapura. Namun, juga sampai ke negara-negara tetangga. Seperti Indonesia, Thailand, Filipina, Vietnam, dan Taiwan. Pada awal kemunculannya, Shopee dikenal sebagai Shopee Mall dan menjadi aplikasi toko online yang memiliki merek terkenal, sampai saat ini menggandeng mitra hingga lebih dari 70 penyedia

layanan kurir terbaik di seluruh dunia serta menyediakan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen (Fauziah, 2020).

Dalam perkembangannya, Shopee telah banyak melakukan inovasi yang bertujuan memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi pengguna. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah dengan adanya promo gratis ongkir kirim ke seluruh Indonesia. Berikut ini gambar jumlah pengguna aktif *E-Commerce* sebagai berikut:

Gambar 3.1
Tampilan jumlah pengguna aktif *E-Commerce*



(Sumber: JUPSIM, 2022)

Berdasarkan data di atas, terlihat jelas bahwa selama kuartal pertama tahun 2021 Shopee menjadi *E-Commerce* urutan kedua dengan 127,4 juta pengunjung web per bulan. Menjelang akhir 2021 persaingan industri *E-Commerce* di Indonesia semakin sengit di antara lima nama besar yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Pada kuartal ke tiga, tahun 2021 Shopee mencatat kunjungan rata-rata 961,51 juta kunjungan, dari web 126,99 juta dan aplikasi 834,52 juta.

Ini menjadi *platform E-Commerce* tertinggi jika dilihat dari gabungan pengunjung melalui web dan aplikasi. Sejak aplikasi Shopee dipublikasikan di *Playstore*, lebih dari 100 juta orang telah menggunakan aplikasi Shopee, dengan rating penilaian 4,6 dan terdapat 9,3 juta ulasan. Hal ini sesuai dengan laporan

Map of E-Commerce in Indonesia yang diterbitkan oleh iPrice pada kuartal kedua tahun 2021. Dalam laporan tersebut, Shopee menduduki peringkat pertama menurut peringkat aplikasi di Apple App Store atau Google Play Store. Data App Annie menunjukkan hasil yang serupa, dari awal hingga pertengahan 2021 Shopee tercatat sebagai platform belanja online nomor satu di Indonesia dengan unduhan terbanyak di Google Play Store atau *Apple App* (Prasetya, 2021).

3.1.3 Fitur Utama Shopee sebagai *Platform E-Commerce*

Fitur merupakan fasilitas yang diberikan atau disediakan oleh suatu aplikasi atau produk yang menonjol sehingga menjadi daya tarik. Fitur yang disediakan Shopee bertujuan agar penjual lebih mudah dalam mengelola dan mengakses bisnisnya, dan untuk pengunjung agar lebih tertarik dan mudah dalam berbelanja. Adapun fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan di marketplace Shopee sebagai berikut (Muin 2021, 87):

No.	Fitur-Fitur Marketplace	Penjelasan
1.	Fitur Shopee Seller Center	Shopee Seller Center merupakan fitur yang dirancang khusus untuk mengelola toko melalui komputer. Shopee Seller Center dapat melakukan aktivitas mengatur produk seperti meng Upload, mengedit dan menghapus, mengatur penjualan, penghasilan toko layaknya di aplikasi Shopee. Mengecek dan mengekspos penghasilan toko ke dalam bentuk excel file untuk mempermudah rekonsiliasi, melakukan pengaturan toko dan menambahkan deskripsi toko (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran

2.	Fitur Pengelolaan Pembeli	Pengelolaan pembeli adalah fitur dari aplikasi Shopee dan Seller Center yang memungkinkan penjual untuk dengan mudah mendistribusikan (menyalurkan) voucher ke pengikut yang direkomendasikan melalui chat maupun grup (Shopee, 2021). Fitur ini adalah cara yang efektif untuk memberi penghargaan kepada pembeli terpilih dan meningkatkan pesanan dari toko penjual. Terdapat gambar pada Lampiran
3.	Fitur Bisnis Saya	Bisnis saya adalah portal khusus untuk menganalisis data kinerja toko untuk menentukan produk terlaris, dan menemukan cara untuk meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Fitur ini dapat membantu untuk memahami hal-hal yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan performa penjualan, seperti: a. Memperkirakan trend dan b. Mempelajari lebih dalam mengenai data ditingkatan produk untuk menyesuaikan strategi penjual c. Memahami kriteria penjual dan meningkatkan penjualan. d. Memantau performa bagi penjual secara real time (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran

4.	Fitur Minimum Jumlah Pembelian	Pada tanggal 12 Maret 2021 Shopee merilis fitur baru yakni minimal jumlah pembelian. Namun fitur ini hanya tersedia bagi penjual terpilih. Untuk mendapatkan akses fitur ini penjual dapat menghubungi customer service Shopee untuk mendaftarkan toko. Fitur ini memungkinkan penjual mengatur minimum jumlah pembelian yang diinginkan untuk setiap produk. Nilai minimum jumlah pembelian tidak boleh 0 (kosong) (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
5.	Fitur Asisten Penjual	Fitur asisten penjual adalah fitur yang digunakan penjual untuk memantau toko ketika penjual tidak dapat mengakses Seller Center. Fitur ini dapat memantau toko penjual dimana saja. Adapun konten utama dari asisten penjual di aplikasi Shopee sebagai berikut (Shopee, 2021) : a. Produk Saya Melalui fitur ini penjual tetap dapat mengupdate dimanapun berada. Ketika penjual tidak bisa mengakses Seller Center untuk sementara waktu, penjual tetap dapat memantau penjualan dan stok produk dengan mudah melalui fitur asisten penjual di aplikasi Shopee sehingga penjual dapat

		mengambil tindakan jika diperlukan. Terdapat gambar pada Lampiran b. Pembelian Saya Pembeli saya adalah tampilan dari semua pengguna yang sebelumnya telah membeli produk. Klik nama pelanggan untuk melihat produk mana yang telah di beli (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran c. Fitur Chat Penjual Untuk tetap berkomunikasi dan merespon pembeli di mana saja, penjual dapat mengatur Auto-Reply Chat dan template pesan untuk respon yang cepat dan tanggap (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada lampiran d. Shopee Feed Shopee feed berfungsi untuk berinteraksi dengan calon pembeli, dengan membagikan konten yang menarik tentang produk yang di jual. Shopee feed akan membantu penjual untuk mendapatkan lebih banyak pengikut toko yang mungkin akan berbelanja di toko (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran e. Upload Vidio Produk Upload video produk merupakan rekaman video yang dibuat secara keseluruhan oleh penjual untuk
--	--	---

		menarik pembeli. Jika penjual merekam video produk dari handphone akan sangat mudah untuk langsung meng-Upload video di halaman produk dibandingkan dengan menggunakan komputer desktop (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran.
6.	<i>My Campaign Shopee</i>	<i>My Campaign</i> Shopee adalah fitur yang dapat membuka peluang bagi semua penjual untuk menampilkan produknya di beranda utama. Fitur ini dirancang untuk meningkatkan keuntungan produk yang akan dijual dan menjangkau lebih banyak pembeli (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Terdapat gambar pada Lampiran
7.	<i>Fitur Top Pick Shop</i>	<i>Top Pick Form Shop</i> adalah fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat koleksi produk dan memilih delapan item untuk ditampilkan di bagian depan ataupun atas toko (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Terdapat gambar pada Lampiran
8.	<i>Fitur Flash Sale</i>	Flash Sale adalah fitur yang digunakan oleh penjual untuk memberikan penawaran terbatas yang muncul di halaman beranda utama Shopee, namun ada batasan stok dan waktu selama tampil di halaman utama (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Terdapat gambar pada Lampiran

9.	Fitur Shopee <i>My Ads</i>	Shopee My Ads ialah fitur yang memungkinkan produk penjual lebih sering muncul di hasil pencarian. Jadi apabila pengguna melakukan search engine di Shopee, produk penjual akan masuk ke dalam produk rekomendasi di tampilan utama halaman. Fitur ini memiliki dua opsi yang bisa di pilih yakni: a. <i>Keyword Ads</i> : Penjual dapat memasang kata kunci tertentu, dan iklan akan ditampilkan berdasarkan produk relevan yang dicari pembeli. b. <i>Targeting Ads</i>: Penjual dapat memasang produk serupa, dan iklan akan ditampilkan pada halaman detail produk yang sama untuk dilihat pengunjung Shopee (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Terdapat gambar pada Lampiran
10.	Fitur Shopee <i>MyVoucher</i>	Shopee My Voucher adalah fitur yang memungkinkan anda membuat voucher sendiri untuk produk apa pun ditoko penjual agar lebih menarik bagi pembeli. Misalnya membuat voucher dengan minimal pembelian Rp. 500.000 bisa mendapatkan kupon diskon 30%. Fitur ini dirancang untuk meningkatkan jumlah item yang ditambahkan ke keranjang belanja oleh pengunjung toko, karena mereka hanya bias mendapatkan diskon

		yang dikonfirmasi jika memenuhi persyaratan (Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020). Terdapat gambar pada Lampiran
11.	Fitur Shopee <i>My Discount Promotion</i>	Shopee <i>My Discount Promotion</i> merupakan fitur yang dapat digunakan oleh penjual untuk membuat atau menentukan diskon toko sendiri. Penjual secara penuh memiliki fleksibilitas untuk menentukan periode promosi, nilai diskon dan produk untuk menerapkan promosi diskon (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
12.	Fitur Promo Ongkir Toko	Promo ongkir toko merupakan fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat dan mengatur ketentuan promo gratis ongkir sendiri untuk toko. Selain itu penjual juga dapat mengatur nilai gratis ongkir, minimum pembelian dan periode ongkir dalam pembuatan promo ongkir toko (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
13.	Fitur Dekorasi Toko	Dekorasi toko di situs Shopee adalah fitur Seller Center yang memungkinkan penjual membuat efek visual halaman toko di situs web Shopee untuk mempromosikan toko dan produk mereka. Halaman toko yang menarik dapat meningkatkan interaksi pembeli dengan lebih baik serta menarik mereka untuk melihat lebih banyak produk

		dan promosi toko yang dapat meningkatkan konversi dan penjualan. Penjual juga dapat memperkuat branding toko dengan memiliki desain yang serupa pada halaman toko di aplikasi dan situs Shopee yang dapat membuat pembeli mengenali toko dan produk dengan mudah (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
14.	Fitur Gratis Ongkir	Fitur gratis ongkir adalah program yang diselenggarakan oleh Shopee untuk pembeli, pembeli yang beruntung dapat mengikuti dua pilihan untuk mendapatkan subsidi ongkos kirim yaitu program gratis ongkir Xtra dan program gratis ongkir XL, secara kolektif disebut sebagai program gratis ongkir (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
15.	Fitur <i>Cash On Demand</i>	Cash On Demand adalah cara pembayaran pembeli dengan melakukan pembayaran secara langsung di tempat setelah menerima pesanan dari kurir (Shopee, 2019). Terdapat gambar pada Lampiran
16.	Fitur <i>Cashback</i>	Fitur <i>cashback</i> adalah program yang diselenggarakan oleh Shopee untuk penjual, penjual yang diundang dapat berpartisipasi di dalamnya untuk mendapatkan subsidi cashback, yang kemudian dapat digunakan untuk pelanggan toko sesuai dengan syarat dan

		ketentuan program (Shopee, 2021). Shopee memiliki dua metode cashback yaitu ShopeePay atau Shopee koin. Terdapat gambar pada Lampiran
17.	Fitur Shopee Game S	Shopee Game s merupakan fitur yang berada di dalam aplikasi Shopee, dimana pengguna bisa mendapatkan hadiah berupa koin, voucher belanja dan grand prize dengan memainkan permainan-permainan tersebut (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
18.	Fitur Shopee Paylater	Shopee PayLater merupakan fasilitas kredit cicilan berbelanja di toko online Shopee atau metode pembayaran di mana pembeli akan mendapatkan pinjaman instan olehShopee. Artinya Shopee akan meminjamkan sejumlah uang untuk membeli barang yang dibutuhkan. Namun fitur ini dapat dinikmati bagi pengguna aktif Shopee. Shopee PayLater dapat diangsur sebanyak 3 - 12 kali (Irvindya, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
19.	Fitur Shopee Pinjam	Shopee pinjam merupakan fitur untuk pinjaman online tunai yang ditawarkan bagi pengguna Shopee dengan tenor beberapa bulan dan bunga yang kompetitif dibandingkan dengan aplikasi pinjaman online lainnya. Fitur ini diselenggarakan atas kerjasama Shopee dengan PT Lentera Dana Nusantara sebagai pihak ketiga.

		Namun fitur ini hanya dapat digunakan bagi pengguna Shopee tertentu (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
20.	Fitur Chat Penjual	Chat penjual adalah fitur pesan instan online yang memungkinkan pembeli berinteraksi dengan penjual dengan mudah dan efisien. Fitur chat ini memiliki beberapa fitur yang mendukung untuk berinteraksi antara lain kontak penjual, variasi pesan, template pesan, auto-replay chat, pengaturan pesan (Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
21.	Fitur Penilaian Produk	Fungsi penilaian produk adalah kumpulan penilaian dan ulasan produk tertentu oleh pembeli setelah pesanan selesai. Peringkat produk digunakan untuk mengukur kepuasan pembeli dengan pembelian mereka dan pengalaman berbelanja mereka di toko. Rating produk memberikan referensi penting bagi calon pembeli. Rating produk juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi calon pembeli yang ingin mengetahui apakah suatu produk memenuhi harapan mereka. Peringkat produk berada pada skala 1 hingga 5 bintang, dengan 5 bintang sebagai yang terbaik. Pembeli dapat melihat peringkat produk di halaman hasil pencarian atau halaman detail produk

		(Shopee, 2021). Terdapat gambar pada Lampiran
22.	Fitur Papan Chat	Fitur papan chat merupakan fitur pengiriman pesan instan secara online yang memudahkan penjual untuk berinteraksi dengan pembeli secara efisien. Fitur chat penjual memiliki beberapa fitur yang mendukung penjual dalam memberikan layanan terbaik untuk pembeli, sehingga dapat menarik pembeli untuk berinteraksi, mendapatkan ulasan lebih baik dan mendapatkan loyalitas pelanggan seperti kontak penjual, variasi pesan, template pesan auto-replay chat (Shopee, 2020). a. Kontak penjual merupakan informasi tentang profil dari penjual yang dihubungi b. Variasi pesan dalam chat di shopee dilengkapi dengan fitur multimedia dan interaktif, seperti informasi produk, gambar, stiker. c. Template pesan adalah pesan yang sudah disimpan dan bisa langsung dikirim saat chat. Misalnya saja, kalimat "Hi!, apakah produk ini masih ada?" d. Auto-replay chat adalah pesan otomatis yang dikirim ke pembeli setelah mereka mengirimkan pesan. Penjual biasa membuat auto-replay chat

		yang terdiri hingga 500 karakter. Fitur chat yang diberikan oleh Shopee dengan kelengkapan dapat memberikan rasa kontak manusia dan kehangatan manusia karena dapat menyampaikan pesan emosial yang mendalam melalui variasi pesan yang berupa multimedia, stiker dan juga tamplate pesan. Terdapat gambar pada Lampiran
--	--	---

3.2 Sistem Pembayaran dan Fitur Interaktif di Shopee

3.2.1 Metode Pembayaran (*ShopeePay, SpayLater, COD, dll*)

Pembayaran adalah cara transaksi untuk membeli barang, jasa, melunasi hutang, pajak, dan sebagainya. Ini melibatkan metode pembayaran seperti cicilan, tunai, atau nontunai untuk pembelian dan penjualan (Amelia 2023, 2555-2556). Berikut ini jenis-jenis sistem pembayaran:

1. Pembayaran Tunai

Pembayaran tunai yaitu pembayaran yang dilakukan secara tatap muka dengan memberikan mata uang yang berupa uang kertas dan koin. Contoh pembayaran tunai pada *E-Commerce* Shopee yaitu *Cash On Delivery* dan mitra agen (Alfamart, Indomart, BRILink, dll).

2. Pembayaran Nontunai

Sistem pembayaran nontunai atau digital adalah sistem pembayaran yang dilakukan secara online melalui jaringan internet untuk memungkinkan konsumen melakukan pembelian produk. Contoh pembayaran nontunai yaitu *SPayLater*, *ShopeePay*, *Transfer Bank* dan *Kartu Kredit* atau *Debit* (Amelia 2023, 2555-2556).

Selain sistem pembayaran di atas, Shopee juga mendukung total 13 pilihan ataupun metode pembayaran, yaitu *ShopeePay*, *SPayLater*, *COD* (*Bayar di Tempat*), *Transfer Bank* (*Dicek Otomatis*) atau *Virtual Account*,

Kartu Kredit atau Debit, Cicilan Kartu Kredit, BRI Direct Debit, OneKlik, Mitra Shopee, Agen BRILink, BNI Agen46, Alfamart, dan Indomaret (Shopee, 2025).

No.	Metode Pembayaran	Penjelasan
1.	ShopeePay	Merupakan fitur layanan uang elektronik yang dimiliki oleh Shopee dan sebagai penyelenggara dompet elektronik yang menghadirkan kemudahan akses untuk layanan pembayaran digital. ShopeePay juga diatur dan diawasi oleh Bank Indonesia, dan dapat digunakan untuk transaksi online pada aplikasi atau situs Shopee (Amelia 2023, 2555-2556). Terdapat gambar pada Lampiran
2.	Spaylater	Shopee merupakan platform E-Commerce yang menyediakan fitur PayLater, yaitu opsi pembayaran cicilan atau pembayaran penuh pada waktu jatuh tempo. Fitur ini memungkinkan pelanggan Shopee untuk tidak terhambat saat melakukan proses checkout meskipun tidak memiliki saldo saat itu dan harus menunggu gaji. Shopee PayLater menyediakan berbagai opsi pinjaman, serupa dengan kartu kredit, yang memungkinkan pelanggan untuk membeli sekarang dan membayar nanti melalui layanan PayLater. Fitur ini juga memiliki pendekatan pengiriman uang di mana platform lebih dulu menyimpan tagihan cicilan dari pengguna kepada pengirim, dan pengguna kemudian

		mengelola tagihan tersebut melalui aplikasi (Amelia 2023, 2555-2556). Terdapat gambar pada Lampiran
3.	Cash On Delivery (COD)	Cash On Delivery atau (COD) adalah metode pembayaran E- Commerce di mana pembeli membayar harga barang atau jasa secara tunai kepada kurir saat pesanan sampai di tempat tujuan. Ini melibatkan kesepakatan antara pembeli dan penjual, di mana kurir mengantar barang, pembeli memeriksa, dan pembayaran dilakukan secara langsung (Amelia 2023, 2555-2556).
4.	Transfer Bank (Dicek Otomatis) /Virtual Account	Virtual Account merupakan akun rekening virtual atau rekening bank tidak nyata yang terdiri dari beberapa jumlah nomor ID pelanggan yang dibuat oleh bank yang dipilih sesuai permintaan perusahaan, penjual, maupun lembaga dan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran ataupun transaksi. Pada setiap transaksi yang dilakukan melalui Virtual Account, masing-masing orang akan mendapatkan suatu ID akun atau yang biasa disebut VA number berbeda satu sama lain dan diatur sesuai kebutuhan (Kurniawan, 2022). Terdapat gambar pada Lampiran
5.	Kartu Kredit atau Debit	Pembayaran dengan kartu kredit atau debit diproses oleh pihak ketiga dan hanya kartu dengan 3D secure yang dapat digunakan di Shopee. Maksimum transaksi sebesar Rp.30.000.000 checkout. Pembayaran dengan

		kartu kredit hanya dapat dilakukan pada toko tertentu yang telah mengaktifkan kartu kredit sebagai metode pembayaran (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
6.	Cicilan Kartu Kredit	Pembeli dapat melakukan cicilan produk di Shopee dengan mengangsurnya setiap 3, 6, 12, 18, atau 24 bulan untuk melunasi total pembelian menggunakan kartu kredit. Pembayaran dengan cicilan kartu kredit hanya dapat dilakukan pada toko tertentu yang telah mengaktifkan cicilan kartu kredit sebagai metode pembayaran (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
7.	BRI Direct Debit	Pembayaran belanja online yang menghubungkan antara Shopee dan kartu debit BRI, sehingga proses pembayaran transaksi berlangsung cepat dan sekali proses registrasi. Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional mitra Shopee terdekat. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp.1.000 dan di bawah Rp.10.000.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran.
8.	OneKlik	OneKlik merupakan solusi baru pembayaran belanja online hanya dengan 1 (satu) klik. Cukup registrasi sumber dana dari rekening BCA, OneKlik dapat langsung digunakan untuk melakukan pembayaran belanja di

		Shopee (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
9.	Mitra Shopee	Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional mitra Shopee terdekat. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp.1.000 dan di bawah Rp.10.000.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
10.	Agen BRI Link	Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional Agen BRILink. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp.10.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
11.	BNI Agen46	Pembayaran pesanan di Shopee dapat dilakukan sesuai jam operasional BNI Agen46. Pembeli dapat melakukan pembayaran untuk transaksi dengan nominal di atas Rp.10.000 dan di bawah Rp.50.000.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
12.	Alfamart	Pembayaran dapat dilakukan melalui gerai Alfamart di seluruh Indonesia. Pembayaran untuk transaksi nominal di atas Rp.10.000 dan di bawah Rp.5.000.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
13.	Indomaret	Pembayaran dapat dilakukan melalui gerai Indomaret atau Ceriamart di seluruh Indonesia. Pembayaran untuk transaksi

		nominal di atas Rp.20.000 dan di bawah Rp.5.000.000 (Shopee, 2025). Terdapat gambar pada Lampiran
--	--	--

3.2.2 Sistem Voucher dan Cashback

Sistem voucher pada Shopee dapat digunakan untuk menarik pelanggan baru dan mendorong pembelian pertama. Sementara itu, cashback memberikan nilai tambah yang langsung dirasakan oleh konsumen, meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian berikutnya. Dengan merancang program loyalitas yang menarik dan mudah diakses, perusahaan dapat membedakan diri dari pesaing dan membangun basis pelanggan yang setia (Rininda et al. 2025, 41-42).

3.2.3 Fitur Interaksi Penjual-Pembeli

Berikut ini terdapat beberapa fitur interaksi penjual-pembeli:

1. Fitur Interaksi Penjual Pembeli di Shopee Melalui Chat Penjual

Fitur chat penjual adalah fitur chat yang memungkinkan penjual memberikan pelayanan ke Pembeli baik sebelum dan setelah penjualan. Fitur Chat Penjual dapat diakses melalui aplikasi Shopee (Shopee, 2025).

2. Fitur interaksi penjual-pembeli di shopee melalui Live Streaming

Shopee Live adalah layanan siaran langsung yang memungkinkan penjual berinteraksi dengannya, tanpa harus bertemu secara fisik. Shopee Live mampu memberikan kesempatan tanya jawab dari penjual kepada konsumen secara langsung. Adapun fitur chat selama siaran merupakan akses untuk para pembeli mendapatkan informasi, rekomendasi, atau meminta pengukuran secara detail kepada penjual (Rahayu, 2024). Interaksi penjual-pembeli melalui Shopee Live termasuk dalam kategori direct marketing. Salah satu alat utama dalam direct marketing adalah iklan respons langsung. Dimana mempromosikan suatu produk melalui media dengan tujuan mengajak konsumen berinteraksi langsung dengan produsen dan melakukan pembelian (Anisa et al. 2024, 4).

3.3 Shopee Game dan Virtual Rewards

3.3.1 Pengertian Shopee Game

Shopee Games adalah fitur yang di dalamnya konsumen dapat memainkan permainan yang menarik dan mendapatkan reward. Hal ini dimaksudkan agar terjadi customer engagement sehingga muncul customer loyalty (Molyo et al. 2021, 57).

3.3.2 Tujuan dan Fungsi Shopee Game dalam Strategi Pemasaran

Dari sudut pandang pemasaran, Shopee Games bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (engagement), mendorong loyalitas pelanggan, brand awareness, motivasi pengguna dalam melakukan transaksi jual beli dan meningkatkan visibilitas toko. Disimpulkan bahwa Shopee Games berupaya untuk menyatukan fungsi dan keterlibatan, untuk meningkatkan kegunaan, produktivitas, dan kepuasan pengguna dengan maksud menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan demi mendorong perilaku dan menghasilkan dampak bisnis yang lebih positif bagi penjual (Mausufah 2022, 62).

3.4 Jenis-Jenis Game di Aplikasi Shopee

3.4.1 Spin Reward

Spin Reward adalah fitur permainan dalam aplikasi Shopee yang melibatkan "putar" atau "spin" dalam aplikasi Shopee, seperti reward koin harian, serbu bonus, dan program promosi lainnya. Program ini memberikan pengguna kesempatan untuk mendapatkan koin Shopee, voucher, atau hadiah lainnya secara acak dengan berpartisipasi dalam aktivitas tertentu di aplikasi Shopee (Wibisono 2024, 367-375).

3.4.2 Shopee Capit

Shopee Capit adalah fitur Game yang terdapat dalam aplikasi belanja online Shopee. Fitur ini menawarkan pengalaman bermain yang mirip dengan mesin capit yang ada di pusat perbelanjaan, dengan cara menggerakkan joystick untuk meraih hadiah atau "koin" virtual (Wibisono 2024, 367-375).

3.4.3 Shopee Tanam, Candy, Tebak Kata, Ceki-ceki, dan Check-in Harian

a. Shopee Tanam

Shopee tanam adalah permainan menanam buah di Shopee. Pengguna bisa memilih berbagai bibit untuk menghasilkan banyak koin dan hadiah lainnya. Contohnya, beras, apel, jambu, jeruk hingga voucher cashback (Wibisono 2024, 367-375).

b. Shopee Candy

Shopee candy adalah salah satu permainan seru yang bisa dimainkan di fitur Shopee Games dalam aplikasi Shopee. Permainan ini mengharuskan pengguna untuk menyelaraskan warna permen untuk menyelesaikan misi dan mendapatkan hadiah menarik seperti koin Shopee atau voucher belanja (Wibisono 2024, 367-375).

c. Tebak Kata

Tebak kata Shopee adalah salah satu fitur Game yang disediakan oleh aplikasi belanja online Shopee. Game ini mirip dengan permainan teka-teki silang atau TTS, namun dengan format yang lebih modern dan interaktif. Dalam permainan ini, pemain diberikan sejumlah huruf acak yang harus disusun menjadi kata-kata yang bermakna (Wibisono 2024, 367-375).

d. Shopee Ceki-ceki

Shopee Ceki-ceki adalah Game terbaru dari Shopee yang dirancang untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna di platform. Game ini menggabungkan elemen belanja dengan hiburan, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan berbagai hadiah menarik sambil berbelanja (Wibisono 2024, 367-375).

e. Check-in Harian

Check-in harian di Shopee adalah fitur di aplikasi Shopee yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan koin tambahan dengan melakukan check-in setiap hari. Fitur ini biasanya tersedia di halaman reward koin Shopee. Dengan melakukan check-in harian, pengguna bisa mendapatkan koin yang jumlahnya bertambah setiap hari, dan total koin

yang didapat bisa cukup besar jika check-in dilakukan secara rutin (Wibisono 2024, 367-375).

3.5 Koin Shopee sebagai Alat Diskon

3.5.1 Nilai dan masa berlaku koin Shopee

Nilai satu koin shopee adalah 1 Rupiah. Koin Shopee tidak dapat dicairkan atau ditukar dengan uang tunai. Koin Shopee memiliki batas waktu penggunaan, yaitu hanya dapat digunakan selama 3 (tiga) bulan sejak koin Shopee diperoleh (Lestari et al. 2019, 74).

3.5.2 Kegunaan koin dalam transaksi pembelian

Koin dalam konteks transaksi pembelian sering digunakan sebagai alat potongan harga atau sebagai bentuk apresiasi aplikasi Shopee kepada pelanggan, sehingga dapat mengurangi total pembayaran saat checkout seperti cashback (Situs Shopee, 2025).

3.5.3 Analisis sistematika perolehan dan potensi spekulasi

Jika di analisis sistem perolehan di Shopee, terdapat beberapa diantaranya adalah model bisnis marketplace yang menghubungkan penjual dan pembeli, dengan pendapatan utama dari komisi penjualan (2-5% per transaksi), biaya iklan, fitur premium, serta layanan payment gateway. Kemudian ada namanya perolehan koin dalam Game Shopee tanam, yang merupakan bagian dari sistem insentif yang dapat digunakan sebagai potongan harga saat berbelanja, dan telah dianalisis sesuai akad ju'alah dalam perspektif hukum Islam, menunjukkan mekanisme yang sah dan memberikan manfaat bagi pengguna (Fauziah 2022, 1-20).

Selain perolehan di atas, Shopee juga memiliki potensi spekulasi antara lain, sebagai platform E-Commerce terbesar di Indonesia masih memimpin pasar dengan jumlah pengunjung tertinggi, meskipun ada banyak pemain baru dan spekulasi terkait performa mereka. Kemudian jika dilihat dari saham induk Shopee, Sea Limited, menunjukkan lonjakan signifikan yang dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti potensi revisi regulasi di Indonesia, yang membuka

ruang spekulasi pasar saham terkait masa depan bisnis Shopee. Potensi spekulasi juga muncul dari model bisnis Shopee yang multifaset, termasuk pendapatan dari iklan dan fitur premium yang dapat berubah sesuai dinamika pasar dan regulasi (Fauziah 2022, 1-20).



UIN IMAM BONJOL
PADANG