



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 10441-10455

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pemanfaatan *Big Data* untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee

Bilqiis Hasna Dzakiyyah^{1✉}, Kinanti Dara Putri², Nayla Yasmin Salsabila³,

Talitha Afrah Rafania⁴, Ida Farida Adi Prawira⁵

Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia

Dosen Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia

Email: bilqiishasna@upi.edu^{1✉}

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana Shopee, salah satu pemimpin pasar *e-commerce* di Indonesia dan Asia Tenggara, telah memanfaatkan *big data* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dari berbagai sumber, Shopee telah berhasil merancang strategi promosi yang lebih efektif, dan menghadapi tantangan kompleks dalam dunia *e-commerce*. Pemanfaatan *big data* memungkinkan Shopee untuk memahami perilaku pelanggan, mengidentifikasi tren pasar, dan merancang strategi yang lebih efektif. Artikel ini juga menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan informasi terkait penggunaan *big data* di Shopee. Selain itu, artikel ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, personalisasi, rekomendasi produk, dan analisis perilaku pelanggan. Namun, terdapat pula hambatan dan tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, artikel ini memberikan rekomendasi kepada perusahaan *e-commerce*, termasuk Shopee, untuk memanfaatkan *big data* secara bijak dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kata Kunci: Manfaat, Shopee, *Big Data*, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This article discusses how Shopee, one of the e-commerce market leaders in Indonesia and Southeast Asia, has utilized big data to improve customer satisfaction. By collecting, processing, and analyzing data from various sources, Shopee has managed to design more effective promotional strategies, and face complex challenges in the e-commerce world. The utilization of big data allows Shopee to understand customer behavior, identify market trends, and design more effective strategies. This article also describes the research methods used in gathering information related to the use of big data at Shopee. In addition, this article identifies factors that influence customer satisfaction, such as service quality, product quality, price, personalization, product recommendations, and customer behavior analysis. However, there are also obstacles and challenges that need to be overcome. Therefore, this article provides recommendations for e-commerce companies, including Shopee, to utilize big data wisely to increase customer satisfaction and gain greater profits.

Keyword: *Benefits, Shopee, Big Data, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet telah meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Sama halnya dengan penggunaan internet yang berkembang pesat di Indonesia. Tentu saja, peningkatan pengguna internet merupakan peluang yang besar bagi pemilik bisnis untuk memasarkan barang mereka secara *online*. Tindakan berbelanja *online* pun sudah menjadi tingkah laku masyarakat Indonesia. Dan menurut laporan *wearesocial*, Indonesia menjadi negara yang paling gemar berbelanja *online* dengan jumlah 90% dari pengguna internet di Indonesia yang sudah pernah berbelanja *online* (Kemp & Moey, 2019).

Menurut laporan McKinsey, *e-commerce* sangat berkembang pesat di Indonesia sehingga pada tahun 2022 nilai kapitalisasi industri *e-commerce* di Indonesia telah diprediksi akan mencapai nilai USD 40 miliar. Shopee merupakan salah satu pemimpin pasar *e-commerce* di Indonesia dan Asia Tenggara yang banyak diminati oleh masyarakat. Dengan perkembangan yang mengesankan, Shopee telah memantapkan dirinya sebagai perusahaan utama di bidang *e-commerce* dan memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian regional.

Setiap platform *e-commerce* memiliki pendekatan yang unik dalam mengatur strategi promosi penjualan mereka. Termasuk Shopee, yang dikenal dengan ciri khas warna oranye dalam *marketplace*, memiliki pendekatan khusus dalam mengimplementasikan promosi penjualan mereka. Salah satu aspek penting dalam suksesnya Shopee adalah kemampuannya untuk mengerti pelanggan dengan lebih baik dan memberikan pengalaman berbelanja *online* yang lebih memuaskan. Dalam rangka mencapai tujuan ini, Shopee telah berhasil memanfaatkan *big data* dengan efektif dan efisien.

Salah satu cara yang sangat efektif untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen adalah dengan memanfaatkan potensi besar yang disajikan oleh *big data*. Istilah "*big data*" semakin sering dibahas dan menjadi perhatian utama, baik oleh pemerintah maupun sektor swasta. *Big data* adalah sekelompok data besar dan rumit yang tidak dapat diolah dengan metode konvensional. Dalam konteks Shopee, penggunaan *big data* merupakan suatu strategi yang cerdas untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mengoptimalkan data-data konsumen dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. Seiring dengan terus berkembangnya bisnis dan kemajuan teknologi, peran *big data* dalam dunia pemasaran semakin signifikan.

Pada masa kini, banyak pengusaha lebih cenderung memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menjual produk dan layanan mereka daripada mengoperasikan toko fisik konvensional. Alasannya adalah investasi modal yang diperlukan jauh lebih rendah, sehingga sebagian besar transaksi bisnis dilakukan secara daring. Dalam konteks inilah peran utama *big data* muncul, yaitu dalam pengelolaan data yang berkaitan dengan transaksi secara daring ini.

Big data melibatkan kapasitas, keragaman, dan kecepatan data yang sangat besar. Mayoritas data yang tersimpan adalah data yang bersifat tak terstruktur, seperti data berbentuk teks, audio, gambar, video, dan format lainnya. Karakteristik data yang tidak terstruktur ini tidak memungkinkan analisis dengan pendekatan statistik konvensional, sehingga *big data* memerlukan metode analisis yang khusus.

Melalui analisis *big data*, Shopee dapat merancang strategi promosi yang lebih efektif. *Big data* dapat mengidentifikasi produk yang paling diminati oleh pelanggan dan merencanakan penawaran promosi yang sesuai. Sebagai contoh, jika data menunjukkan bahwa pelanggan tertentu cenderung membeli produk elektronik pada bulan November, Shopee dapat menawarkan penawaran khusus pada saat itu untuk memikat lebih banyak pelanggan.

Penggunaan *big data* juga memberikan kemampuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih pribadi kepada pelanggan. Dengan pemahaman mendalam tentang preferensi dan perilaku pelanggan, Shopee dapat memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan minat masing-masing pelanggan, membuat pengalaman berbelanja lebih personal dan menyenangkan. Di samping itu, *big data* memungkinkan Shopee untuk menjawab tantangan yang kompleks dalam dunia *e-commerce*. Mereka dapat memahami tren pasar saat ini dan memprediksi kebutuhan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, Shopee dapat merencanakan strategi bisnis yang lebih cerdas dan menghadirkan produk yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Big data memainkan peran penting dalam memahami perilaku pelanggan, mengidentifikasi tren pasar, dan merancang strategi yang lebih efektif. Shopee telah berhasil memanfaatkan *big data* dalam berbagai aspek operasional mereka, termasuk personalisasi pengalaman pelanggan, optimasi rantai pasokan, analisis sentimen media sosial, keamanan data, dan pengembangan produk inovatif.

Dalam artikel ini, kami akan menjelaskan dengan lebih rinci bagaimana Shopee telah berhasil menggunakan *big data* dalam berbagai aspek operasional mereka. Hal ini mencakup cara mereka menyajikan pengalaman belanja yang lebih pribadi kepada pelanggan, meningkatkan efisiensi rantai pasokan, memahami bagaimana konsumen merasa tentang produk mereka melalui media sosial, menjaga data pelanggan dengan sangat aman, dan mengembangkan produk baru yang inovatif.

Semua langkah ini memiliki peran penting dalam membantu Shopee untuk terus bersaing dalam dunia *e-commerce* yang kompetitif. Dengan menggunakan *big data* dengan bijak, Shopee tidak hanya membuat pelanggan mereka puas, melainkan mereka juga menciptakan platform *e-commerce* yang tanggap dan siap menghadapi perubahan yang terus muncul dalam dunia bisnis digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan judul “Pemanfaatan *Big Data* Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee” merupakan penelitian kajian literatur melalui pencarian sumber teori yang dihubungkan pada kasus atau persoalan yang ditetapkan. Menurut John Cresswell, W. (2014; 40), tinjauan pustaka adalah kompilasi sistematis artikel dari terbitan berkala, buku, dan dokumen lain yang menguraikan teori dan informasi baik dari masa lalu maupun masa kini. Kemarahan pada pengorganisasian kertas dan dokumen menjadi kertas dan dokumen yang tidak perlu. Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan pustaka. Salah satu cara untuk mengumpulkan informasi atau bahan yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti adalah granulasi literatur. Dengan bantuan profesional analitis yang berkualifikasi, data mentah dianalisis. Untuk memberikan penjelasan dan klarifikasi yang komprehensif lebih cepat dari sekedar deskripsi, metodologi analisis deskriptif mengharuskan fakta dideskripsikan dan diperiksa.

Merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan teknik analisis deskriptif dengan studi kepustakaan dan berupaya menjelaskan suatu fenomena yang ada yang muncul pada masa kini atau masa lampau. Artikel ini berfokus pada gagasan penggunaan *big data* untuk meningkatkan pengalaman pelanggan bagi pengguna Shopee. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis literatur. Data dan informasi terkait

pemasaran digital dan sistem pemasaran dikumpulkan oleh para kontributor data dengan bantuan data arsip peraturan nasional dan internasional serta buku pendukung, terbitan berkala, dan jurnal.

Tinjauan literatur seperti yang dijelaskan oleh Cooper dalam Creswell (2010), bertujuan untuk mengajarkan pembaca tentang temuan penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan, mengintegrasikan penelitian tersebut ke dalam literatur yang ada, dan memiliki beberapa tujuan: Keberuntungan penelitian atau rana. Ulasan, pengelompokan, dan pendapat penulis tentang berbagai jenis bahan pustaka (artikel, buku, gambar, informasi dari Internet, gambar dan data grafik, dll) tentang keadaan dunia saat ini semuanya termasuk dalam pencarian literatur. Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah untuk mengevaluasi dampak dan peran *big data* dalam salah satu strategi menaikkan kepuasan digital aplikasi shopee yang saat ini digunakan.

Kajian ini akan menyentuh beberapa hal, antara lain: peneliti mencari dan mengumpulkan data dari berbagai jurnal serta penelitian lama tentang literasi digital dan penggunaan big data yang dipublikasikan dalam lima hingga sepuluh tahun terakhir. Kemudian, kami mendiskusikan konsep dasar dan temuan dari penelitian sebelumnya. Hasilnya kemudian dianalisis, dan kesimpulan diambil di luar cakupan penelitian aslinya (Djamba & Neuman, 2014). Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini sebelumnya dilakukan dengan menggunakan metodologi studi literature, dan hasilnya dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk laporan penelitian (Akhvlediani & Khutkyy, 2020).

Studi literature adalah suatu kegiatan yang meliputi pencarian, penilaian, dan pembacaan pustaka baik berupa terbitan berkala, buku, maupun bahan lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Atur peserta diskusi sesuai dengan relevansinya dengan pertanyaan penelitian, kemudian tuliskan kembali dan selaraskan konsep penelitian. Oleh karena itu, kesimpulan dari berbagai penelitian sebelumnya dapat diambil untuk mengevaluasi peran *big data* dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan aplikasi Shopee. Analisis literatur adalah komponen penting dari keseluruhan metodologi penelitian. Cooper (Permadin & Herdi, 2021) menyatakan bahwa penelitian sastra memiliki banyak tujuan. Publikasikan hasil penelitian dalam literatur yang ditinjau oleh rekan sejawat, didik pembaca tentang penelitian yang berkaitan erat dengan penelitian yang sedang Anda kerjakan, dan soroti keberhasilan penelitian sebelumnya.

Langkah pertama dalam metodologi ini adalah mencari referensi dan informasi dalam buku, majalah, dan artikel yang membahas pemakaian *big data* dalam menaikkan kualitas pemakai Shopee. Setelah itu, penulis melakukan proses klasifikasi di mana membaca dengan cermat dan mengeluarkan teks-teks yang berkaitan dengan minatnya sendiri atau

penelitiannya. Kemudian, ditulis seluruh hasil bacaan pada huruf yang sesuai dan diapit dengan tanda kurung atau simbol lainnya. Langkah selanjutnya adalah penulis menganalisis teks mana yang digunakan dalam studi penelitian ini dan teks mana yang sesuai dengan alur penelitian. Susun maknanya setelah itu, dengan memperhatikan kemudahan kesimpulan. Penulis kemudian mengambil keputusan berdasarkan temuan penelusuran literatur yang dilakukan. Pada langkah terakhir, penulis melakukan tinjauan terhadap studi literatur yang dilakukan untuk memastikan bahwa temuan penelitian tersebut masuk akal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Tinjauan Pustaka:

Analisis *big data* telah menjadi semakin penting dalam industri *e-commerce*, termasuk di Shopee, untuk memahami perilaku dan preferensi pelanggan, mengoptimalkan proses bisnis, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Shopee menggunakan *big data* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dari berbagai sumber seperti transaksi pelanggan, pemantauan sistem, interaksi media sosial, dan riwayat pencarian pelanggan.

Shopee menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis *big data* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, di antaranya:

1. Metode *E-Service Quality* dan Kartesius

Metode ini digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan pada kualitas layanan elektronik yang diberikan Shopee. Metode ini akan membandingkan persepsi pelayanan *online* Shopee dengan harapan yang dimiliki pelanggan serta bagaimana persepsi pelanggan terkait pelayanan *online* Shopee.

2. Teknik *Data Mining*

Shopee menggunakan teknik *data mining* dengan metode *Naive Bayes* untuk memprediksi kepuasan konsumen, khususnya pada generasi milenial. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam perilaku pengguna dan kemudian menggunakan wawasan tersebut untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran, serta untuk rekomendasi produk berdasarkan riwayat pembelian pada masa lalu.

3. *Structured Query Language* (SQL)

Sebagai analisis data, Shopee menggunakan SQL untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk mendukung keputusan mereka. Data ini digunakan untuk mendukung tim operasi lokal dalam melakukan pekerjaan mereka dengan efektif.

4. *PIECES Framework*

Shopee menggunakan metode *PIECES Framework* dalam menganalisis data untuk mengevaluasi kinerja sistem informasi aplikasi mereka. Metode ini meliputi 6 dimensi variabel kinerja, informasi, ekonomi, kontrol dan keamanan, efisiensi, dan layanan terhadap aplikasi *e-commerce* mereka.

Dengan menggunakan metode-metode tersebut, Shopee dapat mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis *big data* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Data yang diperoleh dari metode-metode tersebut digunakan untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran, memberikan rekomendasi produk, dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan pada pengguna Shopee.

Tren dan praktik terbaru dalam pemanfaatan big data dalam industri *e-commerce* meliputi penggunaan *big data* untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan periklanan, mendesain kampanye pemasaran yang tepat sasaran, meningkatkan layanan konsumen, dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi.

Tren dan praktik terbaru dalam pemanfaatan *big data* dalam industri *e-commerce*, khususnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Analisis Data Pelanggan

Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan dapat memberikan wawasan berharga yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Dengan memahami perilaku belanja, preferensi produk, riwayat transaksi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi penjualan dan meningkatkan pelayanan pelanggan dengan menyediakan layanan *chatbot* atau layanan tanya jawab yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Personalisasi

Big data memungkinkan bisnis untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan banyak kriteria, seperti demografi, pola perilaku, riwayat pembelian, dan minat pribadi. Pemahaman terperinci tentang audiens target ini memfasilitasi bisnis dalam menyesuaikan kampanye pemasaran, pilihan produk, dan konten mereka untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan individu.

3. Pemasaran Tertarget

Perusahaan dapat menggunakan *big data* untuk mengoptimalkan penggunaan bahan baku dan mengurangi sampah dengan memprediksi kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan *big data* untuk mengoptimalkan pemasaran tertarget dengan memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dengan memanfaatkan *big data*, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan mereka dengan memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Faktor-Faktor Penting dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan:

Berdasarkan beberapa literatur yang ditemukan, terdapat beberapa faktor yang secara langsung atau tidak langsung berkontribusi pada meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee, di antaranya:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shopee. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memastikan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Harga dan Promosi

Harga dan promosi juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shopee. Penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan harga dan promosi yang diberikan kepada pelanggan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Personalisasi

Personalisasi merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee. Dengan memahami preferensi pelanggan, Shopee dapat menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan preferensi pelanggan dalam menyediakan layanan dan produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Rekomendasi Produk

Rekomendasi produk juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee. Dengan menggunakan *big data*, Shopee dapat memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan riwayat pembelian pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan riwayat pembelian pelanggan dalam memberikan rekomendasi produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Analisis Perilaku Pelanggan

Analisis perilaku pelanggan juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee. Dengan memahami perilaku belanja, preferensi produk, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, Shopee dapat mengoptimalkan strategi penjualan dan meningkatkan pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan perilaku belanja dan preferensi pelanggan dalam mengoptimalkan strategi penjualan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, Shopee dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Manfaat *Big Data* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan:

Pemanfaatan *big data* dapat memberikan manfaat konkret dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee, di antaranya:

1. Peningkatan Kualitas Layanan

Shopee dapat memperoleh informasi yang lebih akurat tentang preferensi pelanggan dan perilaku belanja mereka. Hal ini memungkinkan Shopee untuk menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

2. Peningkatan Pengalaman Pengguna

Shopee dapat memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan riwayat pembelian pelanggan. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk menemukan produk yang mereka butuhkan dengan lebih mudah, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna.

3. Peningkatan Retensi Pelanggan

Shopee dapat memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan retensi pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

4. Personalisasi

Shopee dapat menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

5. Rekomendasi Produk

Shopee dapat memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan riwayat pembelian pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Dengan memanfaatkan *big data*, Shopee dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih personalisasi, memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan riwayat pembelian pelanggan, dan menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan retensi pelanggan.

Tantangan dan Hambatan:

Berikut adalah beberapa hambatan dan tantangan yang terkait dengan pemanfaatan *big data* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Shopee:

1. Isu Privasi

Pemanfaatan *big data* dapat menimbulkan isu privasi yang dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Penggunaan teknologi *big data* yang tidak bijak rawan akan isu privasi data. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan privasi data pelanggan dan memastikan bahwa data pelanggan tidak disalahgunakan.

2. Keamanan Data

Pemanfaatan *big data* juga dapat menimbulkan risiko keamanan data. Penggunaan aplikasi pelacakan muncul dengan risiko peningkatan privasi dan risiko keamanan individu dan komunitas. Oleh karena itu, Shopee perlu memastikan bahwa data pelanggan aman dan terlindungi dari ancaman keamanan.

3. Kekurangan Sumber Daya

Pemanfaatan *big data* membutuhkan sumber daya yang cukup, seperti infrastruktur dan tenaga ahli. Kurangnya sumber daya dapat menjadi hambatan dalam memanfaatkan *big data* secara optimal. Oleh karena itu, Shopee perlu memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk memanfaatkan *big data* secara optimal.

4. Masalah Hukum

Pemanfaatan *big data* juga dapat menimbulkan masalah hukum terkait dengan hak cipta dan kepemilikan data. Shopee perlu memperhatikan aturan dan peraturan yang

berlaku terkait dengan cara perusahaan menyimpan, mengakses, dan berbagi informasi pribadi. Oleh karena itu, Shopee perlu memastikan bahwa mereka mematuhi aturan dan peraturan yang berlaku.

Dengan memperhatikan hambatan dan tantangan tersebut, Shopee dapat memastikan bahwa pemanfaatan *big data* dilakukan dengan bijak dan dapat memberikan manfaat yang optimal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Shopee perlu memperhatikan privasi dan keamanan data pelanggan, memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup, dan mematuhi aturan dan peraturan yang berlaku terkait dengan penggunaan *big data*.

Implikasi dan Rekomendasi:

Temuan literatur yang telah diidentifikasi dapat memberikan implikasi yang signifikan bagi Shopee dan industri *e-commerce* pada umumnya. Berikut adalah beberapa implikasi yang dapat diambil:

1. Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat meningkatkan laba dan keuntungan bagi perusahaan. Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia dapat memanfaatkan teknologi *e-commerce* untuk meningkatkan laba dan keuntungan mereka.
2. Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat mempengaruhi perilaku belanja dan kebiasaan konsumtif masyarakat. Oleh karena itu, Shopee perlu memperhatikan dampak dari teknologi *e-commerce* terhadap perilaku belanja dan kebiasaan konsumtif masyarakat.
3. Pemanfaatan *big data* dapat membantu Shopee dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan retensi pelanggan.
4. Shopee perlu memperhatikan isu privasi dan keamanan data pelanggan dalam memanfaatkan *big data*. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan dapat mempengaruhi reputasi perusahaan.
5. Shopee perlu memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk memanfaatkan *big data* secara optimal. Kurangnya sumber daya dapat menjadi hambatan dalam memanfaatkan *big data* secara optimal.
6. Shopee perlu memperhatikan aturan dan peraturan yang berlaku terkait dengan cara perusahaan menyimpan, mengakses, dan berbagi informasi pribadi. Hal ini dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan dapat menimbulkan masalah hukum.

Dengan memperhatikan implikasi-implikasi tersebut, Shopee dan industri *e-commerce* pada umumnya dapat memanfaatkan teknologi *e-commerce* dan *big data* secara optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Namun, perlu diingat bahwa pemanfaatan teknologi *e-commerce* dan *big data* juga dapat menimbulkan risiko dan tantangan yang perlu diatasi dengan bijak dan hati-hati.

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada Shopee atau perusahaan *e-commerce* lainnya dalam meningkatkan pemanfaatan *big data* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Memperhatikan privasi dan keamanan data pelanggan dalam memanfaatkan *big data*. Shopee perlu memastikan bahwa data pelanggan aman dan terlindungi dari ancaman keamanan dan memperhatikan privasi data pelanggan agar dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. Memperhatikan isu kekurangan sumber daya dalam memanfaatkan *big data*. Shopee perlu memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk memanfaatkan *big data* secara optimal.
3. Memperhatikan aturan dan peraturan yang berlaku terkait dengan cara perusahaan menyimpan, mengakses, dan berbagi informasi pribadi. Shopee perlu memastikan bahwa mereka mematuhi aturan dan peraturan yang berlaku agar dapat meminimalkan risiko masalah hukum.
4. Memperhatikan preferensi pelanggan dalam menyediakan layanan dan produk. Dengan memahami preferensi pelanggan, Shopee dapat menyediakan layanan yang lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Memperhatikan riwayat pembelian pelanggan dalam memberikan rekomendasi produk. Dengan menggunakan *big data*, Shopee dapat memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan riwayat pembelian pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan rekomendasi-rekomendasi tersebut, Shopee atau perusahaan *e-commerce* lainnya dapat memanfaatkan *big data* secara optimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Namun, perlu diingat bahwa pemanfaatan *big data* juga dapat menimbulkan risiko dan tantangan yang perlu diatasi dengan bijak dan hati-hati.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *big data* telah signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada *e-commerce*. Faktor seperti kualitas pelayanan, produk, harga, personalisasi, rekomendasi produk, serta analisis perilaku pelanggan dapat ditingkatkan melalui *big data*. Namun, ada hambatan seperti privasi, keamanan data, sumber daya yang terbatas, dan masalah hukum. Dengan adanya hambatan tersebut dapat disarankan bahwa *e-commerce* menggunakan *big data* untuk mengatasi dan memperbaiki hambatan tersebut.

Penelitian yang dilakukan berhasil mengidentifikasi faktor pengaruh kepuasan pelanggan dan bagaimana *big data* meningkatkannya, dan menyoroti pentingnya manajemen data yang bijak untuk kesuksesan di era *e-commerce* berbasis teknologi dan *big data*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhvlediani, T., & Khutky, D. (2020). Digital Literacy in times of the COVID-19 in the Eastern Partnership Countries. Civil Society Forum.
- Alenda, D. A., Ramilah, S., Aprilda, G. P., & Yusuf, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ShopeePay. *Accounting and Management Journal*, 5(2), 1-8.
- Amaludin, I. (2020). Strategi Promosi yang Diterapkan pada PT Shopee Indonesia. *Yogyakarta: Program Studi Manajemen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia*.
- Berlianto, M. P. (2020). Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengalaman dan Kepuasan Pelanggan Perkotaan dalam Pembelian Melalui M-Commerce. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(2), 78-87.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design* pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: *pustaka pelajar*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Diah Pranasari, & Ahmad Nurafif Sidqi. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 18 No. 02
- Djamba, Y. K. (2002). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380.

- Goar, V. K., & Yadav, N. S. (2022). Business decision making by big data analytics. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 10(5), 22-35.
- Hant, M. I. P., & Hendry, H. (2022). Data Mining Technique Using Naïve Bayes Algorithm to Predict Shopee Consumer Satisfaction Among Millennial Generation. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 829-838.
- Hidayat, H., Mamuaya, N. C., Damanik, D., & Akbarina, F. (2023). Multichannel Digital Marketing Optimization through Big Data Analysis in the Tourism Industry. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.1).
- Hindepeya, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Kaum Lelaki pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area.
- Islah, K. (2018). Peluang Dan Tantangan Pemanfaatan Teknologi Big Data Untuk Mengintegrasikan Pelayanan Publik Pemerintah. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 5(2), 130-138.
- Ismawati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar.
- Melinda, P., Jaya, J. N. U., & Hermawansyah, A. (2022). Evaluasi Kinerja Sistem Informasi Aplikasi Shopee Menggunakan Metode PIECES Framework. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 436-442.
- Mubarok, R. R., Wicahyani, W. T., Priantika, S., Wea, M. Y. B., & Susanti, R. (2022). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Pendekatan Big Data Pada PT. Telkom Indonesia (Persero). *SNHRP*, 759-764.
- Muktafin, E. H., Kusriani, K., & Luthfi, E. T. (2020). Analisis Sentimen pada Ulasan Pembelian Produk di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan Natural Language Processing. *Jurnal Eksplora Informatika*, 10(1), 32-42.
- Nugraha, D., Hilda, M., Khadafi, N. M. M., & Auliyah, V. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Permadin, M. L. P., & Herdi, H. (2021). Asesmen Kebutuhan Konseli Dalam Perencanaan Program Bimbingan dan Konseling di Sekolah Menengah Pertama. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 7(1), 27-33.

- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 18*(02), 12-31.
- Pratiwi, M. (2022). Teknik Data Mining Menggunakan Algoritma Naive Bayes untuk Memprediksi Kepuasan Konsumen Shopee Dikalangan Generasi Milenial (Doctoral dissertation).
- Rizal, M., & Setyoningsih, E. V. (2023). Perlindungan Konsumen dalam Pemanfaatan Big Data oleh Pelaku Bisnis di Indonesia: Tinjauan Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis. *Jurnal Penegakan Hukum dan Keadilan, 4*(1), 75-85.
- Robin, P., & Priscila, G. (2021). Pengaisan Big Data & Dunia Kesehatan: 'Analisis Penyalahgunaan Big Data Dalam Usaha Pemerintah Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19,'. *J. Public Corner Fisip Univ. Wiraraja, 16*(1), 37-57.
- Sarinah, S. (2021). "Analisis Perbandingan Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi dalam Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online"(Studi Kasus Pada Penjual yang menggunakan Situs "Shopee dan Bukalapak") (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Sila, M. A. *Dampak E-Commerce Terhadap Perubahan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Indonesia (Studi Kasus: Pembeli Online Di Platform E-Commerce Shopee)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(2), 7524-7532.
- Syafrina, A. E. (2018). Ancaman Privasi dalam Big Data. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 22*(2), 132-143.
- Wijaya, O. (2023). E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 16*(1), 41-47.