

## Pengaruh *E-commerce* Shopee Terhadap Ekonomi Indonesia di Masa Pandemi

Laras Putri Olifiani<sup>1</sup>, Moh. Talabul Amal<sup>2</sup>, Fany Anggun Abadi<sup>3</sup>

Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Tanjungpura, Indonesia<sup>1</sup>

Hubungan Internasional Program Magister, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia<sup>2</sup>

Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Peradaban, Indonesia<sup>3</sup>

[Laras.po@fisip.untan.ac.id](mailto:Laras.po@fisip.untan.ac.id)<sup>1</sup>, [talabulamal@gmail.com](mailto:talabulamal@gmail.com)<sup>2</sup>, [fannyanggunabadi@peradaban.ac.id](mailto:fannyanggunabadi@peradaban.ac.id)<sup>3</sup>

### Kata kunci

*Shopee, Ekonomi, Pandemi*

### Abstrak

Penelitian ini membahas terkait pengaruh *e-commerce* terhadap ekonomi Indonesia, dimana kasus yang diambil terkait Shopee. Shopee merupakan perusahaan teknologi multinasional Singapura, dimana pertama kali dimulai sebagai pasar *consumer-to-consumer* (C2C) yang berpindah menjadi model hibrid C2C dan *business-to-consumer* (B2C). Dalam meneliti kasus ini, penulis menggunakan teori liberal untuk meninjau pengaruh yang diberikan perusahaan tersebut terhadap kemajuan ekonomi Indonesia terutama dalam situasi pandemi. Penelitian ini berpacu pada metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan dalam meneliti kasus tersebut membutuhkan pengamatan secara kualitatif dimana hasil dari penelitian dengan memanfaatkan media baru yang di adopsi ke dalam fitur-fitur media chanel yang dimiliki oleh Shopee.

### Keywords

*Shopee, Economic, Pandemic*

### Abstract

This study discusses the influence of *e-commerce* on the Indonesian economy, where the case taken is related to Shopee. Shopee is a Singaporean multinational technology company, which first started out as a *consumer-to-consumer* (C2C) market that shifted to a hybrid C2C and *business-to-consumer* (B2C) model. In examining this case, the author uses liberal theory to review the influence that the company has on the country's economic progress, especially in a pandemic situation. It is known that the changing pattern of people's lives has led to an increase in online sales, where there is also an increase in foreign investors from various countries to cooperate. Therefore, this research will be based on a case study research method with a qualitative approach. This is because researching the case requires qualitative observations where the results of the research use new media that are adopted into the channel media features owned by Shopee.

## PENDAHULUAN

*Novel Corona Virus Disease* sebut saja COVID-19 tidak hanya memberikan dampak terhadap sektor kesehatan secara global, namun secara langsung juga memberikan dampak dan tekanan yang cukup besar terhadap perekonomian negara-negara di dunia sehingga menyebabkan goncangan akan stabilitas negative perekonomian global (Szmigiera, 2022). Tidak sedikit didapati sektor-sektor perekonomian maupun penunjang ekonomi setiap negara juga terpukul dikarenakan dampak dari pandemi ini dan bahkan telah terjadi fluktuasi ekonomi yang terus melonjak dalam cakupan global pada kuartal pertama di tahun 2020 baik menyinggung sektor keuangan dan juga nilai tukar emas (Burhanuddin, Chairul Iksan, Muhammad Nur Abdi, 2020).

Merebaknya virus corona di dunia secara masif telah memberikan perubahan terhadap tren ekonomi global saat ini. Seperti yang kita tahu bahwa di era globalisasi dan di era pandemi COVID-19 perkembangan teknologi menjadi primadona dalam meningkatkan keefektifan usaha maupun pekerjaan yang ada (Sinha, 2021). Adanya Covid-19 membuat masyarakat berlomba-lomba memasarkan produk secara online. Shopee menjadi salah satu *marketplace* yang digandrungi oleh banyak orang dalam transaksi jual beli dikarenakan transaksi di Shopee sebagai sebuah perusahaan *e-commerce* memiliki konsep jual-beli pada suatu usaha melalui jaringan elektronik sebagai medianya. Shopee merupakan sebuah platform belanja online dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan yang kita perlukan dan memudahkan pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi pembayaran, *voucher* dan lainnya. Shopee memiliki konsep bisnis C2C dan B2C sehingga dengan kemampuan digital saat ini sangat mudah bagi masyarakat untuk berbelanja menggunakan shopee dengan tinggal klik.

Shopee menjadi salah satu *marketplace* yang digandrungi oleh banyak orang dalam transaksi jual beli dikarenakan transaksi di Shopee sebagai sebuah perusahaan *e-commerce* memiliki konsep jual-beli pada suatu usaha melalui jaringan elektronik sebagai medianya. Shopee juga memiliki citra perusahaan yang baik sebagai *marketplace* dan merupakan situs perbelanjaan online yang berada pada peringkat pertama dan terpopuler sebagai *top of mind brand* di bandingkan situs-situs belanja online lainnya di beberapa negara (Putri, Nur Afifah Rosnadia, Sri Setyo Iriani, 2019).

Saat ini shopee sudah beroperasi di 14 negara salah satu nya Indonesia (Shopee). Shopee berdiri pada tahun 2009 dan diluncurkan beberapa tahun kemudian di Singapura menjadikan shopee sebagai perusahaan terbesar yang sukses menguasai pasar mancanegara di bawah SEA Group (Official, 2022). Secara sederhana definisi *E-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli dalam berbagai macam produk secara online atau elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Rie, 2014). Dengan meningkatnya efektifitas belanja menggunakan teknologi saat ini dapat memberikan cara baru dalam menjawab tantangan perekonomian ke depan.

Peran Shopee terhadap pelaku UMKM Indonesia sangat dibutuhkan untuk pertumbuhan ekonomi digital dan dampak positif yang ditimbulkan. Peran pemerintah juga bersinergi mendukung pendekatan berbasis digital dan pendekatan literasi digital untuk UMKM (Nurchayani, 2019). Hadirnya Shopee di Indonesia akan memperkuat perekonomian mikro dengan inovasi dan kreatifitas tinggi.

Seperti kita lihat satu sisi didapati fakta bahwa perekonomian saat ini menurut Sri Mulyani mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu mengalami kontraksi minus 3,2 persen akibat Covid-19 yang kemudian disertai pembatasan mobilitas, perdagangan internasional mengalami kemerosotan karena *lockdown* (nug/mr/hpy, 2021). Namun di lain sisi juga terdapat peningkatan akan perekonomian khususnya pada bidang perdagangan dengan basis teknologi salah satunya seperti situs perbelanjaan online Shopee (Ayu, Sandra, Ahmad Lahmi, 2020).

Menurut Jokowi transformasi digital adalah pintu masuk agar UMKM bisa masuk dalam marketplace digital dan bisa menjadi bagian dari *supply chain* nasional maupun global sekaligus menegaskan bahwa 15 persen ekonomi digital mengalami peningkatan (Prihatin, 2021). Selain itu, ASEAN juga menyepakati perjanjian *ASEAN Agreement on Electronic Commerce* yang mengatur kerjasama ecommerce di negara ASEAN. Menetapkan prinsip dan aturan umum untuk mempromosikan pertumbuhan *e-commerce* di Kawasan. Sejak pecahnya pandemi, *e-commerce* telah tumbuh secara eksponensial dan menjadi kekuatan pendorong utama dalam transformasi digital. ASEAN berada di jalur untuk menjadi ekonomi digital senilai US\$1 triliun pada tahun 2030, didorong oleh basis konsumen dan pedagang digital yang tumbuh cepat, percepatan dalam *e-commerce*, dan pengiriman makanan (ASEAN, 2021).

Kerjasama Internasional mulai terjalin kerjasama dengan Jepang dalam hal transaksi pembayaran di situs perbelanjaan online. *Shopee Pay* adalah fitur baru layanan uang elektronik yang dapat digunakan dalam platform ini untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi jual beli online (Shaid, 2022). Shopee juga terintegrasi dengan QRIS untuk mendukung pembayaran UMKM dan inklusi finansial sehingga dapat menjangkau masyarakat di seluruh Indonesia (Andi, 2021).

Dapat dikatakan bahwa *e-commerce* seperti Shopee dengan aksesnya yang mudah dilakukan, jangkauan pemasaran yang cukup luas dengan adopsi teknologi digital memberikan cukup banyak manfaat dari gaya hidup online selama pandemi salah satunya untuk menghindari interaksi langsung antara penjual dan pembeli dapat dijadikan revolusi bisnis yang mampu menopang perekonomian semasa pandemi COVID-19 (Utami, 2021). Shopee menduduki peringkat pertama di Indonesia dari sisi jumlah kunjungan perbulan dan pendapatan terbesar shopee berasal dari Indonesia (Burhan, 2021). Banyaknya transaksi yang terjadi dalam situs perbelanjaan seperti Shopee ini juga akan membuka peluang besar untuk menjadi *marketplace* global dan peningkatan investasi asing sehingga secara insidental dan situasional juga akan berdampak terhadap pelaku-pelaku bisnis dan membantu memperbaiki perekonomian nasional suatu negara seperti UMKM.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori liberalisme ekonomi. Teori liberal membuat beberapa asumsi tentang sistem antarnegara, sifat manusia dan masyarakat domestik. Faktanya, institusionalis liberal fokus pada sifat manusia, sedangkan pasifis komersial menekankan masyarakat domestik, dan yang terakhir namun tidak kalah pentingnya adalah internasionalis liberal berkonsentrasi pada sistem antarnegara (Russett, 2016). Namun, kita cenderung melihat kaum neoliberalis menerima argumen realis bahwa negara adalah aktor rasional kesatuan utama dalam politik dunia di mana anarki adalah kekuatan pembentuk utama untuk preferensi dan tindakan negara. (Grieco, 1990).

Pertanyaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah Kenapa Shopee berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia selama masa pandemi Covid 19? Shopee dengan kepopulerannya dapat menjadi *marketplace* global dan mampu menjadi penopang perekonomian negara-negara yang masuk ke dalam jangkauannya terutama ditengah keberlangsungan pandemi COVID-19.

Menurut Strange (1982), Viotti, dan Kauppi (1993), Liberalis, berkonsentrasi pada politik domestik, saling ketergantungan, pengambilan keputusan, transnasionalisme serta rezim. Kaum liberal percaya bahwa lembaga internasional memainkan peran kunci dalam kerjasama antar negara. Dengan institusi internasional yang tepat dan meningkatnya saling ketergantungan (termasuk pertukaran ekonomi dan budaya), negara memiliki peluang untuk mengurangi konflik.

Preferensi negara memberi pemerintah kepentingan mendasar dalam masalah internasional yang mereka hadapi. Karena konteks sosial domestik dan transnasional di mana negara dilekatkan sangat bervariasi antar ruang dan waktu, begitu pula preferensi negara (Moravcsik, 2010).

Penganut ekonomi liberal seperti Adam Smith atau French Physiocrats menganggap bahwa kebebasan adalah proses alami yang ada dalam setiap individu. Sistem ekonomi harus bergerak menuju pasar bebas dan tanpa ada Batasan dari pemerintah untuk mendukung globalisasi. Langkah ini bertujuan untuk menghilangkan kebijakan ekonomi proteksionisme yang identic dengan peran negara dalam ekonomi (Keynes, 1921). Era modern revolusi 4.0 menuju digital telah membuktikan bahwa perusahaan yang bebas tanpa dibatasi oleh pemerintah akan maju dan mencatatkan keuntungan.

Pertanyaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah Kenapa Shopee berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia selama masa pandemi Covid 19? Shopee dengan kepopulerannya dapat menjadi *marketplace* global dan mampu menjadi penopang perekonomian negara-negara yang masuk ke dalam jangkauannya terutama ditengah keberlangsungan pandemi COVID-19.

## PEMBAHASAN

### Prospek Perusahaan *Start-Up* Shopee dalam Perekonomian Internasional.

Pada era globalisasi saat ini, pertumbuhan teknologi dan informasi semakin berkembang sehingga mampu mempermudah segala bentuk kegiatan termasuk perdagangan. Destiana berpendapat bahwa teknologi terus berkembang hingga mendorong pertumbuhan perusahaan *start-up* yaitu perusahaan rintisan yang memiliki basis pemanfaatan teknologi sebagai platformnya (Destiana, 2019). Perusahaan *start-up* dapat memberikan peluang baru terhadap para perintis perusahaan muda yang dapat berupaya dalam penyesuaian model bisnis tradisional menjadi bisnis yang berbasis online dan inventarisasi melalui pemanfaatan teknologi (Fitriyadi, Enjah Pipit, 2020). Negara juga dapat melakukan hubungan kerjasama dalam peningkatan PDB di masing-masing negara karena Shopee memiliki peluang yang besar dalam menopang para pelaku UMKM yang mulai mengambil alternatif untuk melanjutkan dan meningkatkan produktivitas usahanya melalui situs ini selama masa pandemi COVID-19. (Wasli, 2020).

Perusahaan *start-up* memainkan peran yang penting bagi pertumbuhan ekonomi dan memiliki dampak positif bagi sektor perdagangan, konstruksi, layanan kesehatan serta sektor lainnya (Westlund, Hans. Larsson, Johan P. & Olsson, Amy Rader, 2014). Berdasarkan data pada *Genom Start-up* (2020) dalam Laporan Ekosistem *Start-up* Global 2020, menunjukkan bahwa perusahaan *start-up* mampu menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan di dalam suatu negara daripada perusahaan besar lainnya. Shopee bahkan telah membantu sebanyak 20.000 pelaku UMKM Indonesia untuk melakukan ekspor ke Malaysia dan Singapura, dimana hal ini secara tidak langsung memperlihatkan peran yang dilakukan Shopee terhadap perekonomian domestik di suatu negara.

Tabel 1.

Rangkuman keuntungan setiap tahun Shopee

No	Tahun	Revenue
1	2018	US\$1.048,7 juta
2	2019	US\$909,1 juta
3	2020	US\$1,6 miliar
4	2021	US\$3,2 miliar
5	2022	US\$ 8,9 miliar

Keterangan: Data diatas menunjukkan bahwa *E-commerce* Shopee memiliki pengaruh terhadap perekonomian negara. Data diatas rangkuman keuntungan setiap tahun Shopee.

Wiens & Jackson berpendapat bahwa peran strategis *start-up* yaitu menawarkan inovasi, menjadi sumber utama dalam terciptanya adanya lapangan pekerjaan utamanya bagi para pekerja serta sebagai instrumen bagi perkembangan ekonomi yang baru (Triono, 2021). Untuk lebih lengkapnya, prospek yang didapatkan dari perusahaan *start-up* Shopee akan dipetakan dalam tabel berikut.

Tabel 2

Prospek Perusahaan *Start-up* Shopee dalam Upaya Pertumbuhan Ekonomi Global

No	Peluang	Penjelasan
1	Terciptanya lapangan pekerjaan	Shopee mampu menciptakan sebagian besar pekerjaan baru yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang.
2	Peningkatan standar hidup masyarakat	Shopee mampu menciptakan inovasi dan teknologi untuk meningkatkan taraf kehidupan bagi masyarakat melalui kemampuan perusahaan start-up dalam memicu kreativitas masyarakat, memberikan kontribusi dalam mengubah nilai yang ada di masyarakat serta menciptakan pola pikir baru.
3	Terciptanya kekayaan bagi suatu negara	Para investor dari dalam maupun luar negeri akan mendukung perkembangan perusahaan start-up yang akan menguntungkan bagi masyarakat, dimana pengalokasian keuangan dalam masyarakat akan menciptakan peningkatan kekayaan bagi suatu negara.
4	Peningkatan PDB (Produk Domestik Bruto) suatu negara	PDB yang ada pada suatu negara menjadi instrument fundamental bagi peningkatan pembangunan ekonomi. Dengan banyaknya dukungan serta dorongan terhadap perusahaan start-up seperti Shopee diyakini akan memberikan potensi yang sangat besar bagi perekonomian suatu negara.
5	Kontribusi terhadap Penelitian dan Pengembangan	Shopee dapat berkontribusi besar pada penelitian dan pengembangan karena di dalam perusahaan start-up ini akan sering didapati urusan dengan teknologi tinggi serta layanan yang memiliki basis pengetahuan.
6	Peningkatan inovasi	Shopee memberikan kontribusi terhadap dinamisme ekonomi, yaitu mampu meningkatkan inovasi serta penemuan-penemuan baru. Melalui inovasi serta ide ide baru, start-up dapat memantu masyarakat lebih kreatif dan mendorong persaingan yang lebih positif.

Sumber : (Rafique, 2020)

### Strategi Shopee dalam Menaikan Kepopulerannya

Shopee merupakan salah satu perusahaan *start-up* yang berbentuk *marketplace* dan berhasil memimpin pertumbuhan *e-commerce* di wilayah Asia Tenggara. Shopee muncul sebagai model bisnis yang berbentuk *customer to customer*, namun Shopee terus berkembang hingga berubah menjadi bentuk *business to customers*. Shopee menawarkan konsep *the mobile sentries market* yang akan memudahkan pengguna dalam mengeksplorasi produk, belanja dan berjualan dimana pun dan kapan pun serta memiliki akses kemudahan dalam pembayaran (Safitri, 2020).

Sejak pertama didirikan pada tahun 2015 di negara Singapura, Shopee terus melakukan perluasan jaringannya ke berbagai wilayah di Asia Tenggara hingga terakhir Shopee telah berhasil membuka jaringannya pada wilayah Amerika Selatan tepatnya di negara Brasil pada tahun 2019 (Jao, 2021). Shopee mampu menjadi *e-commerce* teratas di wilayah Asia Tenggara dimana populasinya mencapai hingga 650 juta orang dengan pertumbuhan internet tercepat di dunia dalam beberapa tahun terakhir.

Di dalam Business Insider (2020) disebutkan bahwa dalam wilayah Asia Tenggara, sektor perusahaan *e-commerce* pada tahun 2019 memiliki nilai hingga lebih dari \$ 38 miliar, hal ini mengalami kenaikan yang semula bernilai \$ 5,5 miliar pada tahun 2015 menurut hasil laporan dari Google yang berkolaborasi dengan Bain and Company. Laporan tersebut memperkirakan bahwa nilai perdagangan elektronik di wilayah Asia Tenggara akan melampaui \$ 100 miliar pada tahun 2025. (O'Neill, How 5-year-old startup Shopee is leading e-commerce growth in Southeast Asia, 2020)

Menurut Michael O'Neill terdapat beberapa faktor strategis utama yang mendorong perjalanan Shopee dalam upaya menjadi *marketplace* teratas di kawasan Asia Tenggara hingga memiliki peluang menjadi *marketplace* pilihan teratas secara global (O'Neill, How 5-year-old startup Shopee is leading e-commerce growth in Southeast Asia, 2020). empat faktor tersebut dipaparkan sebagai berikut:

a. Pendekatan yang memprioritaskan seluler

Shopee mengatakan bahwa lebih dari 95% pesanan di platformnya dilakukan di perangkat seluler dengan aplikasi, pembeli bisa menjelajahi produk, memesan produk, melakukan pembayaran serta mengecek status pengiriman secara online. Disamping itu Shopee juga menyediakan fitur lengkap lainnya bagi para penjual yang memungkinkan untuk dapat mengambil foto produk, memantau kinerja toko, membuat daftar produk, menerima pembayaran, serta melacak pengiriman dan alat pembayaran yang terintegrasi.

b. Melakukan pendekatan hiper-lokal

Strategi Shopee yaitu mengambil pendekatan yang sangat terlokalisasi di setiap wilayah pasarannya dalam menghadirkan pengalaman belanja online, dengan memunculkan kantor serta tim lokal di setiap wilayah ataupun negara pemasarannya membantu terciptanya lokalisasi pasar dalam kategori produk maupun kampanye pemasaran. Seperti di Indonesia, Shopee meluncurkan event Shopee Barokah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan bagi para pengguna muslim di dalam bulan ramadhan.

c. Memberikan fitur-fitur yang lebih dari sekedar belanja bagi para pelanggan

Shopee menciptakan pengalaman yang lebih mengesankan dengan membangun komunitas yang dapat memudahkan interaksi antar pengguna. Fitur yang dihadirkan antara lain yaitu Shopee Live, Shopee Games, Umpan Shopee, dan Shopee Live Chat. Selain itu Shopee juga menyediakan dompet seluler yang terintegrasi seperti ShopeePay dan AirPay yang bisa digunakan oleh pengguna dengan nyaman dan aman.

d. Memberikan dukungan bagi para pedagang dan inklusi digital

Shopee memiliki komitmen untuk memperkuat ekosistem pedagang mitranya. Shopee menghadirkan berbagai fitur yang mampu mempermudah para penjual dalam kegiatannya. Dalam hal pemasaran, Shopee membantu meningkatkan penjualan dengan menghadirkan alat visualisasi seperti voucher dan alat promosi lainnya bagi penjual. Berbagai merk di Shopee juga diluncurkan melalui Google Ads sehingga mampu mendorong penjualan secara online. Shopee meluncurkan Paket Dukungan Penjual dan melalui Shopee University mereka melakukan survey online para penjual.

Program Shopee yang bernama *#ShopeeDariRumah* berhasil mencatatkan kenaikan transaksi yang besar hingga 4 kali lipat. Kepiawaian Shopee menyampaikan informasi melalui media sangat terarah kepada target pasar dan Shopee dianggap oleh masyarakat sebagai terobosan baru dengan banyak melakukan promosi diskon. Hal ini sejalan dengan tingkah laku orang Indonesia yang sangat aktif dengan memegang handphone dan bermedia social membuat penggunaan Shopee meningkat tajam.

### **Peran Shopee dalam Meningkatkan Perekonomian Digital Pada Masa Pandemi COVID-19**

Pada awal pandemi hingga saat ini, berbagai bidang ekonomi mengalami penurunan yang drastis. Meski begitu penjualan secara digital mengalami pertumbuhan yang positif, salah satunya terlihat pada data Bank Indonesia (BI) dengan peningkatan penjualan 26% dan konsumen 51%. Usaha *e-commerce* yang menjadi alternatif masyarakat saat pandemi membuat peningkatan peminat sebesar 40,6% (Situmorang, 2020). Dengan adanya fakta ini, pelaku bisnis memanfaatkan hal ini untuk meningkatkan kualitas dan promosi mereka. Pemerintahan juga melihat keadaan ini sebagai jalan untuk membantu memperbaiki ekonomi nasional dan menjadi revolusi bisnis selama pandemi sehingga pemerintahan juga berupaya melakukan kerjasama asing dengan perusahaan-perusahaan *e-commerce*.

Salah satu *e-commerce* yang menjadi incaran adalah Shopee. Shopee menjadi perusahaan *e-commerce* asing yang banyak digemari konsumen. Shopee menjadi *e-commerce* dengan pertumbuhan pesat hingga mencapai angka 86 juta transaksi perbulannya. Diketahui bahwa pada periode II, 2020 Shopee mengalami peningkatan sebesar 130% dari tahun lalu dengan catatan transaksi 2,8 juta perhari dan mencapai 260 juta transaksi di kuartal kedua. (Wuryasti, 2020). Dengan hasil yang menjanjikan Shopee dapat menjadi alat yang digunakan negara dalam meningkatkan penjualan di dalam negeri, ekspor barang ke sesama negara dalam jangkauan Shopee, sehingga dapat dikatakan bahwa Shopee memberikan peran yang sangat besar pada negara yang terdampak Covid-19.

*E-commerce* seperti Shopee memiliki kapabilitas dan peran untuk membantu memulihkan pertumbuhan ekonomi nasional. Layaknya pangsa pasar dengan akses yang cukup sulit mulai dapat dijangkau melalui ekonomi pada teknologi digital perusahaan *e-commerce* Shopee. Adanya dorongan yang didapat dari Shopee terhadap pelaku usaha mikro kecil, dan menengah ketika pandemi memberikan distribusi yang penting kepada



Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara. Dengan target pasar yang luas, Shopee memberikan peluang bagi negara untuk melakukan kerjasama pada bidang ekonomi dengan akses yang lebih mudah menggunakan kemajuan teknologi digital yang ada.

Salah satu penawaran dari shopee melalui programnya adalah pembayaran berkualitas dalam Shopee 9.9. Perusahaan melihat adanya perubahan perilaku masyarakat yang berdampak terhadap pertumbuhan transaksi ekonomi. Shopee sangat menyadari situasi di tengah wabah pandemi dan menjadikan momentum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan yang paling penting untuk menjaga berputarnya roda ekonomi Indonesia termasuk UMKM. Menteri perdagangan Indonesia menyampaikan bahwa di saat pandemi seperti ini dibutuhkan sinergi dan kerjasama yang era tantara berbagai pihak untuk mewujudkan pemulihan ekonomi Indonesia sebagai contoh tersedianya fasilitas jual beli melalui berbagai transaksi baik di pasar rakyat maupun di platform online (Nisriyana, 2020).

Shopee mampu mendongkrak penambahan 40 juta pengguna digital baru pada tahun 2021 dan mencatat bahwa seller shopee diluar kota meningkat 70 persen dari tahun ke tahun sementara pengguna shopee tumbuh 40 persen dan membantu 180 ribu UMKM lokal untuk mengeksport produknya ke berbagai negara asia tenggara dan amerika latin (Noviyanti, 2022).

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa selama Pandemi, pemerintah dan pelaku ekonomi sebagian besar menggunakan layanan kerja online pada situs atau aplikasi dengan jangkauan yang luas, pelaku bisnis harus melakukan berbagai kegiatan yang berbasis teknologi atau digital, hal ini juga berdampak pada sistem kerja ekonomi, seperti kerjasama internasional yang dilakukan negara-negara berbasis digital. Pelaku usaha mulai fokus pada bidang *e-commerce* sebagai prasarana untuk menyediakan kerjasama internasional antara negara. Liberalisme ekonomi berbasiskan teknologi digital melalui *e-commerce* menjadi pilihan relaven untuk dilakukan. Adanya peningkatan penjualan melalui *e-commerce* akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara salah satunya dari sektor Pajak Pertambahan Nilai (PPN) perusahaan *e-commerce* tersebut.

Liberalisme membuktikan bahwa ditengah gempuran Covid tetap bisa bertahan dan menjadi kekuatan ekonomi. Shopee yang saat ini mengalami peningkatan penjualan mendapati peningkatan investor dari berbagai negara untuk melakukan kerjasama sebagai bentuk dalam memperbaiki perekonomian negara yang merosot tajam akibat pandemi ini. Pelayanan secara digital dengan berlandaskan kepercayaan penjual dan konsumen menjadikan shopee menjadi *e-commerce start-up* yang sangat membantu diberbagai negara yang melakukan kerjasama, bahkan sebelumnya Shopee telah melebarkan jaringan kerjasama di negara Filipina, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan juga di Amerika Selatan yaitu Brazil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Pratama Afrianto & Irwansyah. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 425-444.
- Andi, D. (2021, Agustus 2). *Shopee terus berupaya dorong pertumbuhan ekonomi digital*. Retrieved from newsetup: <https://newssetup.kontan.co.id/news/shopee-terus-berupaya-dorong-pertumbuhan-ekonomi-digital>
- Apriansyah, Hari, Fachrizal Bachri. (2006). Analisis Hubungan Kausalitas Antara Investasi Pemerintah Dengan Pertumbuhan Ekonomi Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 4 No.2, 73-92.
- ASEAN, O. (2021, Desember 3). *ASEAN Agreement on Electronic Commerce officially enters into force*. Retrieved from ASEAN: <https://asean.org/asean-agreement-on-electronic-commerce-officially-enters-into-force/>
- Ayu, Sandra, Ahmad Lahmi. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Vol. 9 No.2, 114-123.
- Burhan, F. A. (2021, Maret 5). *Pendapatan Shopee Diprediksi Rp 67 Triliun, Mayoritas dari Indonesia* Artikel ini telah tayang di [Katadata.co.id](https://katadata.co.id) dengan judul "Pendapatan Shopee Diprediksi Rp 67 Triliun, Mayoritas dari Indonesia" , <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6041bdb5244>. Retrieved from Digital E-Commerce: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6041bdb52448e/pendapatan-shopee-diprediksi-rp-67-triliun-mayoritas-dari-indonesia>
- Burhanuddin, Chairul Iksan, Muhammad Nur Abdi. (2020). Ancaman Krisis Ekonomi Global Dari Dampak Penyebaran Virus Corona (COVID-19). *AkMen Jurnal Ilmiah*. Volume 17 Nomor 1 : e-ISSN : 2621-4377 & p-ISSN : 1829-8524, 90-98.
- Destiana, R. Y. (2019). Peran Pemerintah Dalam Perkembangan Startup Teknologi E-Commerce Di Surabaya: Studi Kasus Startup Alidien. *Doctoral dissertation, Universitas Airlangga*, (KKB KK-2 FIS P 57/19 Des p).
- Dianari, R. G. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi*, 45-65.
- Fitriyadi, Enjah Pipit. (2020). Inovasi E-Commerce Dan Startup Sebagai Tantangan Masyarakat Industri 4.0. *ESIT*. Vol. 14. No. 3, 34-39.
- Grieco, J. (1990). *Cooperation among Nations*. Princeton: Princeton University Press.
- Hasanah, L. (2019). Kerjasama Indonesia-Jepang dalam Joint Credit Mechanism (JCM) pada Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia. *Padjadjaran Journal of International Relations* Vol. 1 No.2, 142-155.
- Jao, N. (2021, March 2). *Is Shopee a threat to MercadoLibre's dominance in Brazil*. Retrieved from <https://www.techinasia.com/shopee-threat-mercadolibres-dominance-brazil>
- Keynes, J. M. (1921). *A Treatise on Probability*. London: Harper & Row.

- Lina Ayu Safitri & Chriswardana Bayu Dewa. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E - Commerce Shopee. *Daya Saing : Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 117-125.
- Moravcsik, A. (2010). Retrieved from <https://www.princeton.edu/~amoravcs/publications.html>
- Nisriyana, N. A. (2020, September 2). *Peran Shopee dalam Menjaga Roda Ekonomi Indonesia di Tengah Pandemi*. Retrieved from [gadgetdiva.id/https://gadgetdiva.id/ecommerce/14017-peran-shopee-dalam-menjaga-roda-ekonomi-indonesia-di-tengah-pandemi/](https://gadgetdiva.id/ecommerce/14017-peran-shopee-dalam-menjaga-roda-ekonomi-indonesia-di-tengah-pandemi/)
- Noviyanti, S. (2022, Maret 31). *Wujudkan Ekonomi Digital yang Dinamis dan Inklusif, Begini Kontribusi Shopee Selama 2021*. Retrieved from Kompas.com Money Whats New: <https://money.kompas.com/read/2022/03/31/214912326/wujudkan-ekonomi-digital-yang-dinamis-dan-inklusif-begini-kontribusi-shopee?page=all>
- nug/mr/hpy. (2021, Agustus 31). *Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi, namun Tetap Waspada terhadap Pandemi COvid*. Retrieved from [www.kemenkeu.go.id:https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid/](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-upayakan-pemulihan-ekonomi-namun-tetap-waspada-terhadap-pandemi-covid/)
- Nurchayani, I. (2019, Desember 20). *Peran Shopee dalam mendukung perkembangan ekonomi digital*. Retrieved from [antaranews.com:https://www.antaranews.com/berita/1199815/peran-shopee-dalam-mendukung-perkembangan-ekonomi-digital](https://www.antaranews.com/berita/1199815/peran-shopee-dalam-mendukung-perkembangan-ekonomi-digital)
- Nurlela. (2021). E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Simki Economic, Volume 4 Issue 1*, 47-56.
- Official, G. (2022, Januari 30). *All Important Information About Shopee You Need To Know*. Retrieved from [ginee.com: https://ginee.com/ph/insights/where-shopee-originated/](https://ginee.com/ph/insights/where-shopee-originated/)
- O'Neill, M. (2020, November 17). *How 5-year-old startup Shopee is leading e-commerce growth in Southeast Asia*. Retrieved from Insider: <https://www.businessinsider.com/shopees-digital-inclusion-strategy-e-commerce-growth-in-southeast-asia-2020-11>
- O'Neill, M. (2020, November 17). *How 5-year-old startup Shopee is leading e-commerce growth in Southeast Asia*. Retrieved from Insider logo The word "Insider". : <https://www.businessinsider.com/shopees-digital-inclusion-strategy-e-commerce-growth-in-southeast-asia-2020-11>
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21 – 34.
- Prihatin, I. U. (2021, Februari 25). *Jokowi Sebut Penjualan Online Selama Pandemi Meningkat Hingga 15 Persen*. Retrieved from [merdeka.com:https://www.merdeka.com/uang/jokowi-sebut-penjualan-online-selama-pandemi-meningkat-hingga-15-persen.html](https://www.merdeka.com/uang/jokowi-sebut-penjualan-online-selama-pandemi-meningkat-hingga-15-persen.html)

- Putri, Nur Afifah Rosnadia, Sri Setyo Iriani. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. Vol. 8 No. 2, 69-77.
- Rafique, A. (2020, Februari). *The Role of Startups in Economic Prosperity of Developing Countries*. Retrieved from sentientso.com: <https://sentientso.com/the-role-of-startups-in-economic-prosperity-of-developing-countries/>
- Rie. (2014, Desember 19). *E-Commerce*. Retrieved from bpptik.kominfo.go.id: <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>
- Russett, B. (2016). Liberalism. In T. Dunne, M. Kurki, & S. Smith, *International Relations Theories* (pp. 68-86). Oxford: Oxford University Press.
- Safitri, L. A. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dayasaing* 22.2 , 117-125.
- Septiana Sulistiyawati & Anna Widayani . (2020). Marketplace Shopee sebagai media promosi penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran KOMPETITIF*, 133-142.
- Setiawati, Priyo Suswanto & Sri Dewi. (2020). strategi komunikasi pemasaran shopee dalam membangun positioning di tengah pandemi covid -19 di Indonesia. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16-29.
- Shaid, N. J. (2022, Januari 22). *Cara Mengaktifkan ShopeePay dengan Mudah, Bisa Langsung Dipakai*. Retrieved from Kompas.com Money Spend Smart : <https://money.kompas.com/read/2022/01/21/080000426/cara-mengaktifkan-shopeepay-dengan-mudah-bisa-langsung-dipakai?page=all>
- Shopee, O. (n.d.). *Welcome to Shopee*. Retrieved from shopee.com: <https://shopee.com>
- Sinha, R. K. (2021, Mei 5). How COVID-19 is Pushing INDUSTRIES towards the DIGITAL World. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 355-357.
- Situmorang, A. P. (2020, July 6). *Berkah di Tengah Pandemi, Transaksi E-Commerce Naik 26 Persen*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4297591/berkah-di-tengah-pandemi-transaksi-e-commerce-naik-26-persen>
- Szmigiera, M. (2022, Juny 21). *Impact of the coronavirus pandemic on the global economy - Statistics & Facts*. Retrieved from Economy & Politics>Economy: [https://www.statista.com/topics/6139/covid-19-impact-on-the-global-economy/#topicHeader\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/6139/covid-19-impact-on-the-global-economy/#topicHeader_wrapper)
- Taufikurrahman. (2021). Analisis penjualan online ditengah pandemi covid-19. *Kinerja - Jurnal Ekonomi & Manajemen* , 440-445.
- Triono, S. P. (2021). Memahami Kinerja Startup : Studi Pada Startup Di Jawa Barat". *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 297-316.
- Utami, F. A. (2021, Mei 29). *Bos Shopee Buka-bukaan Soal Pendapatan, Paling Moncer dari Pasar Indonesia!* Retrieved from WartaEkonomi.co.id:

- <https://wartaekonomi.co.id/read342022/bos-shopee-buka-bukaan-soal-pendapatan-paling-moncer-dari-pasar-indonesia>
- Wasli, A. (2020, September 8). *Sejarah Awal berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli dan JDID*. Retrieved from teknologi.id/: <https://teknologi.id/tekno/sejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid>
- Westlund, Hans. Larsson, Johan P. & Olsson, Amy Rader. (2014). Start-ups and Local Entrepreneurial Social Capital in the Municipalities of Sweden. *Regional Studies*, 974-994.
- Wuryasti, F. (2020, September 2). *E-Commerce Panen di Masa Pandemi* . Retrieved from Ekonomi: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/341479/e-commerce-panen-di-masa-pandemi>
- Yunfeng Shang, Haiwei Li and Ren Zhang. (2021, Maret 12). *Effects of Pandemic Outbreak on Economies: Evidence From Business History Context*. Retrieved from Articles: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.632043/full>
- Zaenal Arifin, S. T. (n.d.). *Pengertian dan Ruang Lingkup Infrastruktur Teknologi Informasi*. Retrieved from MSIM4304, Edisi 1, Modul 1: <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/MSIM4304-M1.pdf>