



Manajemen Sekuriti yang Efektif untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Platform E-Commerce Lazada

Atika Handayani¹, Idel Eprianto², Achmad Fauzi³, Muhammad Fathul Aziz Al Gifari⁴,
Haikal Dwi Wicaksono⁵, Kalika Waranggani Nyngrum⁶, Mekar Laksana Bunga⁷

¹ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, hatika583@gmail.com

² Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, idel.eprianto@dsn.ubharajaya.ac.id

³ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id

⁴ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, fathulazis31@gmail.com

⁵ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, haikaldwi854@gmail.com

⁶ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, kalikawaranggani@gmail.com

⁷ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi, Indonesia, mkrlksn@gmail.com

Corresponding Author: hatika583@gmail.com¹

Abstract: Effective security management is crucial in enhancing customer trust in e-commerce platforms. Related to the development of e-commerce in Indonesia, security issues have become the main concern affecting consumer trust in making purchasing decisions. From this research, it is hoped that the main obstacles faced by Lazada will be addressed promptly, particularly the implementation investment costs that are a financial burden for the company and the continuously evolving cyber threats that cause concerns, ultimately affecting customer trust in the Lazada e-commerce platform. This research uses a qualitative approach based on a literature review. The research results indicate that the implementation of strict security management, both in data storage and protection of digital transactions, plays a crucial role in enhancing users' sense of security. The research findings show that effective security management can be a key factor in strengthening customer loyalty and supporting the growth of the Lazada e-commerce platform. Therefore, the implementation of effective security management and strategies to strengthen the security system in Lazada's e-commerce is necessary.

Keyword: *Security Management, E-commerce, Customer Trust*

Abstrak: Manajemen Sekuriti yang efektif sangat penting mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan pada platform *e-commerce*. Terkait dengan perkembangan *e-commerce* di Indonesia, permasalahan keamanan menjadi isu utama yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam memutuskan pembelian. Dari penelitian ini diharapkan kendala utama yang ada di Lazada segera diatasi, khususnya biaya investasi implementasi yang menjadi beban finansial bagi perusahaan serta ancaman siber yang berkembang terus menerus sehingga menimbulkan kekhawatiran yang akhirnya memengaruhi kepercayaan pelanggan platform *e-commerce* Lazada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasarkan pada tinjauan literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen sekuriti yang

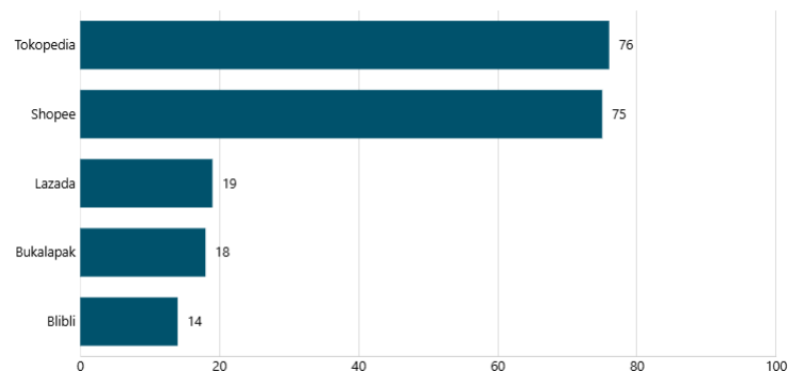
ketat, baik terhadap penyimpanan data, perlindungan terhadap transaksi digital, berperan sangat penting untuk meningkatkan rasa keamanan bagi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen sekuriti yang efektif dapat menjadi faktor kunci untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan platform *e-commerce* Lazada. Oleh karena itu, diperlukan implementasi manajemen sekuriti yang efektif dan strategi untuk memperkuat sistem keamanan di *e-commerce* Lazada.

Kata Kunci: Manajemen Sekuriti, E-commerce, Kepercayaan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan eksponensial adalah *e-commerce*. Platform *e-commerce* Lazada telah menjadi bagian integral dari kehidupan konsumen modern. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas transaksi online, risiko keamanan siber juga semakin kompleks dan beragam. Manajemen sekuriti yang efektif menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan keberlangsungan bisnis platform *e-commerce*.

Lazada Indonesia merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* yang berdiri sejak tahun 2012 dan merupakan salah satu jaringan retail. Lazada Group yang beroperasi di kawasan Asia Tenggara dengan jumlah pengguna 550 Juta (Sumber: [Lazada.co.id](https://www.lazada.co.id)). Lazada kemudian menjalani perubahan yang signifikan oleh kompilasi kelompok alibaba memperoleh sebagian besar sahamnya pada tiap tahap tahun-tahun 2016. Menyajikan berbagai kategori produk, termasuk elektronik, mode, kecantikan, perlengkapan rumah tangga, dan lainnya. Lazada menawarkan aksesibilitas yang mudah melalui situs web dan aplikasi selulernya, memungkinkan pengguna dengan mudah untuk menavigasi berbagai fitur.



Gambar 1. Daftar E-commerce yang Paling Dipercaya UMKM di Indonesia

Kepercayaan bermain peran penting dalam sebuah proses pengambilan keputusan pembelian, karena setiap konsumen seringkali tertarik pada merek yang telah ditentukan, memiliki rasa keleluasaan dan kredibilitas yang kuat (Putri & Saputra, 2023). Permasalahan kepercayaan terhadap platform belanja online Lazada di masyarakat di Indonesia seringkali menghadapi terkait dengan kemampuan lazada dalam memastikan keamanan dan keselamatan proses transaksi online.

Pentingnya manajemen sekuriti dalam konteks keamanan perusahaan menjadi semakin menonjol karena meningkatnya jumlah serangan siber yang terjadi dan dampak yang dapat merusak bisnis. Data sensitif, seperti informasi keuangan, data pribadi pelanggan, dan rahasia dagang, menjadi sasaran utama bagi para penyerang. Kerugian yang ditimbulkan dari kebocoran atau kehilangan data dapat sangat merugikan, baik secara finansial maupun reputasi. Selain itu, keberhasilan manajemen sekuriti juga memiliki dampak langsung pada efisiensi operasional dan produktivitas perusahaan. Dengan sistem yang aman dan terjamin, karyawan,

dapat bekerja dengan lebih percaya diri dan efektif, tanpa harus khawatir akan risiko keamanan yang mengancam. Hal ini membantu meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan dan memperkuat daya saing di pasar yang kompetitif. (Rahmat Irawan et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dari itu rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat keamanan yang diterapkan oleh Lazada saat ini dalam menjaga data dan privasi pelanggan?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap sistem keamanan pada platform *e-commerce* seperti Lazada?
3. Bagaimana penerapan manajemen sekuriti yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap platform Lazada?

Apa saja tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan sistem keamanan di Lazada, dan bagaimana strategi untuk mengatasinya?

METODE

Dengan menggunakan metode penyusunan kualitatif dan tinjauan literatur, artikel ilmiah ini disusun dengan memeriksa interaksi antar faktor-faktor yang ada. Sumber-sumber penelitian, seperti jurnal dan publikasi online termasuk Google Scholar, Mendeley, serta platform digital lainnya, dimanfaatkan sebagai referensi bibliografi. Salah satu pengalaman akademik yang dapat bermanfaat adalah melakukan penelitian literatur mengenai topik tertentu. Terlepas dari bidang ilmunya, penelitian ini harus dipandang sebagai langkah awal yang penting dalam setiap penelitian atau pengembangan yang efektif. Tinjauan literatur dilakukan untuk menghasilkan dasar atau kerangka kerja bagi penelitian yang relevan. (Firmansyah & Dede, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Sekuriti

Manajemen sekuriti terdiri atas dua suku kata yaitu Manajemen dan sekuriti, Manajemen yang berarti kata mengatur atau mengelola (Iskandar & Nurlaila, 2021). Sedangkan Sekuriti sendiri mempunyai arti kata yang bermakna keamanan yang sudah mencakup keamanan secara menyeluruh. Jadi Manajemen sekuriti adalah proses sistematis yang dirancang untuk mengelola keamanan di dalam suatu organisasi, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan di semua aspek keamanan untuk melindungi aset, sumber daya manusia dan informasi dari berbagai ancaman atau resiko. Bagian dari manajemen yang luas dan berfokus pada pengembangan dalam penerapan kebijakan pengamanan yang berguna untuk menciptakan lingkungan yang lebih aman, efisien dan produktif. Bertujuan untuk melindungi aset fisik, seperti gedung dan peralatan. Dalam sumber daya manusia yaitu ada karyawan dan pengunjung, serta dalam sistem informasi terdapat data dan aplikasi dari sebuah ancaman yang dapat menyebabkan kerugian.

Efektif

Efektif berasal dari kata bahasa Inggris yaitu "*effective*" yang artinya adalah berhasil atau sesuatu yang diselesaikan dengan benar. sedangkan secara Istilah efektif merupakan sebuah keberhasilan dan tujuan yang selama ini telah diupayakan. Menurut Supardi (Rizki & Hermawati, 2022) Efektif adalah penggabungan yang teratur melingkupi manusiawi, material, dan keutuhan yang lainnya. Dapat Mengubah suatu tindakan kejalan yang positif dan lebih baik sesuai dengan kemampuan dan perbedaan agar dapat menuju ke pengajaran yang efektif. Dalam hal ini Efektif yang dimaksud merupakan sebuah pencapaian dari suatu tujuan yang dilakukan dengan tindakan-tindakan untuk memperoleh hal-hal tersebut.

Pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat S. (1994:16) yang menyatakan bahwa "Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah

ditentukan sebelumnya.” Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

Pelanggan

Loyalitas pelanggan sangat penting serta suatu hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan terutama dalam bidang jasa belanja online di *e-commerce*. Loyalitas ini juga berhubungan dengan perasaan hati setiap pelanggan yang terasa puas dengan adanya pelayanan dan kualitas yang telah diberikan oleh suatu perusahaan seperti ketepatan waktu dalam pengiriman barang yang dibeli. Sebagaimana juga terdapat pengertian loyalitas pelanggan yaitu menurut (Daga, 2019).

Perasaan puas terhadap seorang pelanggan atas kualitas pelayanan perusahaan sangat berpengaruh dalam merealisasikan loyalitas pelanggan. Apabila pelanggan tersebut terasa puas dan memutuskan untuk menetap pada satu layanan jasa belanja online maka pelanggan tersebut termasuk pelanggan yang loyal. Disatu sisi pelanggan yang merasa puas kemungkinan besar juga akan merekomendasikan jasa belanja online di *e-commerce* tersebut kepada pelanggan yang lain (Warsito, 2018).

Menurut Kotler (dalam Hasan Syarifuddin, 2014) kepuasan merupakan persepsi atau kesan atas kinerja (*adequated*) dan harapan (*desored*), jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas, jika kinerja melebihi target, pelanggan amat puas atau senang. Namun sebaliknya apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas, bahkan sampai sangat tidak puas.

Platform

Platform menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebuah program atau rencana kerja, Sedangkan menurut Cambridge Dictionary platform merupakan cara untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai suatu pemikiran atau pendapat. Menurut (Anggriawan & Hasugian, 2017) platform merupakan perpaduan kerja antara perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software). Dengan arti ini maka platform memberikan berbagai dampak yang baik, sebagai pelengkap seseorang dalam menjalankan sistematisasi perangkatnya

E-Commerce

E-commerce menurut Adi Nugroho (2006) merupakan wadah untuk membeli atau menjual barang lewat jaringan internet. Perdagangan elektronik ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dan layanan produk yang dilakukan melalui sistem elektronik seperti Internet atau bentuk jaringan komputer lainnya. *E-commerce* bukanlah suatu layanan atau produk, melainkan kombinasi layanan dan produk. Perdagangan elektronik dan aktivitas terkait melalui internet dapat menjadi kekuatan pendorong untuk meningkatkan perekonomian domestik dengan meliberalisasi layanan domestik dan mempercepat integrasinya dengan aktivitas manufaktur global.

E-commerce suatu sistem dengan cara pandang baru dalam dunia perbisnisan, yang sudah menggeser pandangan dari yang tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*), dengan kata lain teknologi internet. Penjelasan *e-commerce* secara umum dalam proses membeli, menjual, bahkan baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang diperoleh dari internet. Selain itu, sekian banyak layanan *e-commerce* yang ada di Indonesia, toko online Lazada merupakan salah satu layanan yang paling populer (Budhi, 2016). Didirikan pada tahun 2012, Lazada Indonesia merupakan salah satu dari cabang jaringan ritel online Lazada di Asia Tenggara.

Seiring berkembangnya teknologi digital, *e-commerce* seperti Lazada menjadi pilihan utama konsumen untuk berbelanja. Untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar di Asia Tenggara, Lazada harus mampu mengatasi tantangan dalam menjaga keamanan data pelanggan dan membangun kepercayaan yang kuat. Kepercayaan ini sangat penting karena secara langsung memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di platform mereka. Dalam Manajemen Sekuriti Yang Efektif untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Lazada, kepercayaan pelanggan memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan volume penjualan di platform *e-commerce*. Ketika pelanggan merasa yakin bahwa data pribadi mereka aman, mereka cenderung lebih sering melakukan transaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian saat ini, tetapi juga membentuk fondasi yang kuat untuk hubungan jangka panjang antara pelanggan dan platform (Iskandar & Irfan Bahari Nasution, 2019).

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan dengan judul penelti

No	(Penulis & Tahun)	Judul Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Kesamaan & Perbedaan Artikel
1.	(Dilla Agista Ningrum et al., 2023)	Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti)	Jurnal ini mereview peranan manajemen sekuriti terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee yang bertujuan untuk menyambungkan satu variabel dengan variabel lainnya.	Kesamaannya yaitu sama-sama menjelaskan tentang bagaimana Manajemen Sekuriti yang berperan Terhadap Keputusan Pembelian dan keamanan yang diberikan dari penjual kepada pembeli. Perbedaan Manajemen Sekuriti Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan sedangkan jurnal terdahulu menjelaskan bagaimana cara kerja Manajemen sekuriti yang berperan Terhadap Keputusan Pembelian dan keamanan.
2.	(Kehista et al., 2023)	Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna <i>E-Commerce</i> : Ancaman, Risiko, Strategi Keamanan (Literature Review)	Penelitian menunjukan bahwa ancaman resiko, dan strategi keamanan berpengaruh terhadap keamanan data pribadi ke pengguna <i>e-commerce</i> .	Kesamaan Membahas yang sama yaitu bagaimana Keamanan Data pada pengguna <i>E-commerce</i> untuk menghindari ancaman. Perbedaan pada penelitian terdahulu yaitu Penggunaan <i>e-commerce</i> membawa ancaman dan risiko terhadap keamanan data pribadi pengguna. Sedangkan penelitian ini menjelaskan bagaimana kepercayaan pelanggan terhadap platform <i>e-commerce</i> lazada
3.	(Soesanto et al., 2023)	Peran Manajemen Sekuriti Bank BRI untuk Menjaga Kepercayaan Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan BRI dan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keamanan di bank BRI.	Kesamaan memiliki tentang upaya Bank BRI dalam menjaga kepercayaan nasabah terhadap keamanan perusahaan. Perbedaan pada penelitian ini memiliki perbedaan terhadap upaya dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.
4.	(Kevin Munthe et al., 2024)	Peran Manajemen Sekuriti Terhadap	Penelitian ini menunjukkan	Kesamaannya yaitu sama-sama membahas bagaimana

		Keamanan Data Dan Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Ojek Online	manajemen sekuriti sangat berperan penting dalam meningkatkan keamanan data dan kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi ojek online.	cara kerja manajemen sekuriti bekerja terhadap keamanan data, sedangkan perbedaannya dari penelitian terdahulu yaitu dari sistem peranan manajemen sekuriti terhadap keamanan data dan kepercayaan pelanggan sedangkan peneliti membahas tentang bagaimana efektifitas dalam manajemen sekuriti untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.
5.	(Rahmat Irawan <i>et al.</i> , 2024)	Pengaruh Efektivitas Manajemen Sekuriti Dalam Keamanan Perusahaan	Pada penelitian tersebut didapatkan hasil yaitu efektivitas manajemen sekuriti memiliki peran yang besar dalam meningkatkan keamanan suatu perusahaan ketika menghadapi serangan ancaman <i>cyber</i> .	Persamaan dalam Penelitian ini untuk mengetahui dan mengidentifikasi manajemen security yang efektif terhadap tingkat keamanan perusahaan <i>e-commerce</i> . Sedangkan perbedaannya ialah objek perusahaan yang dikaji lebih objek serta metode penelitian yang digunakan dalam jurnal tersebut menggunakan dua metode penelitian.
6.	(Edy Soesanto <i>et al.</i> , 2023)	Peranan Manajemen Sekuriti Dalam Mengamankan Dan Memecahkan Masalah PT SK Keris Indonesia	Hasil dalam penelitian ini adalah manajemen sekuriti pada perusahaan PT SK keris dapat dikatakan belum dapat berjalan secara optimal dan tidak dapat terstruktur memanfaatkan pihak-pihak yang berkepentingan terkait dengan keamanan seperti aparat setempat.	Pada penelitian ini persamaannya dengan penelitian kami ialah berkaitan dengan perlindungan sistem keamanan (manajemen sekuriti) suatu perusahaan dan metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya ialah objek perusahaan yang diteliti bergerak dibidang manufaktur sementara penelitian kami bergerak dibidang <i>e-commerce</i> serta konsep yang diteliti tidak melibatkan pelanggan didalamnya dan lebih terfokus pada pemecahan masalah terkait keamanan suatu perusahaan.
7.	(Lisdayanti, 2024)	Peran Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Keamanan Data Privasi pada Platform <i>E-Commerce</i> di Indonesia	Hasil dari penelitian terdahulu yaitu menunjukkan bahwa <i>blockchain</i> dapat meningkatkan transparansi, keamanan, dan efisiensi transaksi. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan teknis dan regulasi.	Pada penelitian ini memiliki persamaan tentang meningkatkan kepercayaan dan keamanan data pelanggan pada platform <i>E-commerce</i> . Lalu perbedaan nya adalah penelitian ini membahas tentang teknologi <i>Blockchain</i> .
8.	(Rayhan <i>et al.</i> , 2023)	Implementasi Manajemen <i>Security</i> Dalam Mencegah Terjadinya Kecurangan Transaksi Penjualan	Hasil penelitian ini mengungkapkan implementasi manajemen sekuriti dalam mencegah terjadinya kecurangan transaksi penjualan	Memiliki persamaan yang berkaitan dengan manajemen sekuriti. Perbedaannya yaitu meneliti manajemen sekuriti dalam mencegah kecurangan dalam transaksi penjualan

		Online Di Forum Jual Beli (Facebook)	online di marketplace Facebook yang sudah dilakukan dengan baik.	online di forum jual beli Facebook.
9.	(Nasywa Chintami et al., 2024)	Strategi Peningkatan Keamanan Data Pelanggan dalam Penjualan Online di Tokopedia	Hasil dalam penelitian ini adalah bahwasannya strategi yang para peneliti jurnal ini lakukan dalam melindungi keamanan data pelanggan seperti implementasi enkripsi data, peningkatan kesadaran keamanan pelanggan, penerapan sistem verifikasi ganda, dan kerjasama dengan pihak lembaga keamanan eksternal. beberapa strategi tersebut terbukti dapat meningkatkan keamanan pelanggan dalam melakukan transaksi.	Persamaan dalam penelitian ialah konsep keamanan (manajemen <i>security</i>) terkait dengan pelanggan dalam menggunakan platform <i>e-commerce</i> . sedangkan perbedaannya objek yang diteliti secara spesifik berbeda serta penelitian ini menggunakan konsep strategi untuk memberikan solusi bagi platform <i>e-commerce</i> , sementara penelitian kami lebih merujuk kepada strategi keamanan untuk meningkatkan kepercayaan platform <i>e-commerce</i> itu sendiri dimata para pelanggannya.
10.	(Hasudunga-n dan supriyono, 2022)	garuh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada <i>E-Commerce</i> Lazada di Surabaya	Pada penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan keamanan dalam platform <i>e-commerce</i> Lazada tidak memiliki dampak yang besar bagi para pelanggannya, sedangkan kepercayaan dalam melakukan pembelian seperti kesamaan antara foto produk dengan yang dibeli justru berdampak besar bagi para pelanggan pada platform <i>e-commerce</i> Lazada.	Pada penelitian ini persamaannya ialah objek platform <i>e-commerce</i> yang digunakan yaitu lazada serta konsep yang dipergunakan dengan memperhatikan keterhubungan antara keamanan dan kepercayaan pelanggan dengan keputusan dalam melakukan pembelian pada platform tersebut. Sementara perbedaannya ialah metode penelitian yang digunakan.
11.	(Husniadi, 2023)	Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Wulan Kokula Selama Masa Covid-19	Hasil pada penelitian ini menunjukan bahwa kepercayaan, kualitas, dan keamanan produk memberikan kontribusi yang besar untuk menentukan pembelian pada toko online Wulan Kokula.	Persamaan ialah topik yang dibahas seputar kepercayaan dan keamanan pelanggan dalam melakukan pembelian, Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah metode penelitian serta objek yang diteliti yaitu merujuk pada suatu toko online bukan merujuk pada aplikasi toko online.
12.	(Agustina Resa & Susanti Retno, 2024)	Pengaruh Ulasan Produk, Diskon dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada (Survei Pada	Hasil Penelitian ini melakukan survei terhadap pelanggan Lazada di Karanganyar. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa	Persamaan dalam penelitian ini peneliti ingin menunjukkan keamanan serta kepercayaan pelanggan pada <i>e-commerce</i> Lazada untuk memastikan sebuah pengguna layanan di Lazada dengan dua metode

		Pengguna Lazada di Wilayah Karanganyar)	semua pernyataan yang berkaitan dengan ulasan produk, diskon, keamanan transaksi, dan keputusan pembelian valid dapat diandalkan. Sedangkan hasil analisis dalam penelitian ini regresi linear menunjukkan bahwa variabel ulasan produk, diskon, dan keamanan transaksi berkontribusi positif terhadap keputusan pembeli di Lazada.	yang berbeda. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini peneliti menunjukkan perbedaan yang sedang diteliti dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda.
13.	(Rizky Alvi Hady's Utami, 2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Commerce</i>	Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, dan persepsi resiko terhadap minat beli online dengan menggunakan <i>e-commerce</i> .	Persamaan penelitian ini ingin mengetahui sistem keamanan, kepercayaan terhadap minat menggunakan <i>e-commerce</i> pada online shop. Sedangkan perbedaan penelitian yaitu, merujuk pada sebuah <i>e-commerce</i> nya yang diteliti oleh peneliti adalah Lazada sedangkan peneliti terdahulu meneliti secara umum sebuah <i>e-commerce</i> nya.
14.	(Octa Dita Pangesti <i>et al.</i> , 2023)	Minat Pembelian Kembali : Pengaruh E-Trust Pada Pengguna Market Place Lazada	Penelitian ini bertujuan apakah terdapat pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap online repurchase intention pada pengguna aplikasi lazada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>online repurchase intention</i> pada pengguna aplikasi lazada dan <i>e-trust</i> berpengaruh positif pada <i>online repurchase intention</i> .	Persamaan penelitian ini adalah bagaimana sebuah <i>marketplace</i> lazada dapat dipercaya oleh pengguna platform media belanja online. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ada pada hasil penelitiannya fokus kepada <i>online repurchase intention</i> . Akan tetapi, fokus penelitian kami bagaimana manajemen sekuriti dapat melindungi dan dipercaya oleh pengguna <i>e-commerce</i> Lazada.
15.	(Saripudin & Faihaputri, 2021)	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce JD.ID)	Hasil Penelitian ini ingin menunjukkan bahwa keamanan dan kepercayaan berdampak besar terhadap pengguna layanan aplikasi JD.ID. Peneliti ingin menunjukkan bahwa aplikasi JD.ID juga mempunyai keamanan dan kepercayaan terhadap <i>e-commerce</i> JD.ID.	
16.	(Wahyuni & Dahmiri, 2021)	Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dan persepsi resiko	Pada penelitian ini kesamaannya adalah topik yang diangkat berupa keamanan pada suatu platform

		Implikasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di <i>Marketplace</i> Shopee Kota Jambi	mempunyai peran yang besar dalam memberikan rasa aman kepada konsumen untuk melakukan transaksi serta rasa aman dapat membuat konsumen melakukan minat beli ulang pada suatu <i>marketplace</i> .	dapat memberikan rasa kepercayaan kepada pelanggan pada suatu <i>marketplace</i> . Sedangkan perbedaannya ialah metode penelitian yang digunakan dan objek platform e-commerce yang dibahas secara spesifiknya berbeda.
17.	(Jamil & Purwanto, 2022)	Pengaruh Keamanan dan Online <i>Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Lazada	Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa keamanan pada suatu platform dan <i>customer review</i> berperan besar dalam memberikan pengaruh kepada calon pelanggan untuk melakukan pembelian di <i>marketplace</i> Lazada.	Pada Penelitian persamaannya adalah objek yang dibahas secara spesifik sama yaitu Lazada, Sementara perbedaannya adalah topik yang dituju pada penelitian ini merujuk pada keamanan suatu platform dapat mempengaruhi keputusan pelanggannya dalam melakukan pembelian pada <i>marketplace</i> tersebut serta metode penelitian yang digunakan.
18	(Mahardika et al., 2023)	Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada <i>Marketplace</i> Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti)	Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat dua faktor besar yang berperan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian dari toko online diantaranya yaitu keamanan dari sebuah <i>marketplace</i> dan kepercayaan dari para pelanggan dalam menggunakan <i>marketplace</i> tersebut.	Persamaan dalam penelitian ini adalah topik yang diangkat seputar dengan keamanan suatu <i>marketplace</i> mendapatkan kepercayaan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan serta objek platform e-commerce yang dituju secara spesifiknya berbeda, penelitian ini menggunakan Shopee sedangkan pada penelitian kami menggunakan Lazada.
19.	(Maakarim & Kuswati, 2024)	Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Pembelian Produk Fashion Secara Online	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa rasa kepercayaan pelanggan akan suatu online shop memiliki keterhubungan yang besar dengan rasa aman yang hadir ketika para pelanggan melakukan transaksi untuk membeli suatu produk fashion secara daring.	Pada penelitian ini persamaannya ialah objek yang dibahas yaitu platform e-commerce serta topik yang diangkat berupa kepercayaan pelanggan dengan rasa keamanan yang hadir ketika melakukan transaksi pada suatu platform secara daring. sementara perbedaannya ialah metode penelitian yang digunakan.
20.	(Siti Nur et al., 2022)	Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan <i>Marketplace</i>	Pada Penelitian ini hasil yang didapatkan berupa terdapat hubungan yang erat antara reputasi dan keamanan suatu <i>marketplace</i> dengan kepercayaan pelanggan, begitu pula dengan kualitas hubungan yang dibangun oleh suatu <i>marketplace</i> kepada pelanggan dapat	Persamaan dalam penelitian ini adalah topik yang diangkat berhubungan dengan keamanan suatu <i>marketplace</i> yang dapat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggannya dan subjek yang diangkat yaitu berhubungan dengan platform e-commerce. sedangkan perbedaannya metode penelitian yang digunakan.

mempunyai pengaruh
yang sangat besar bagi
kepercayaan pelanggan.

Efektifitas Manajemen Sekuriti Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan Lazada

Manajemen Sekuriti merujuk pada aspek penting yang mempengaruhi keputusan untuk berbelanja online adalah faktor keamanan dalam aplikasi Lazada, Manajemen sekuriti yang efektif memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, khususnya di era digital yang sarat dengan ancaman keamanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana efektivitas manajemen keamanan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan serta menjaga reputasi perusahaan (Azhari et al., 2024).

Keamanan data pada Lazada telah menggunakan enkripsi data untuk menjaga keamanan informasi sensitif, termasuk detail kartu kredit dan data pribadi pengguna. Langkah ini membuat pelanggan merasa lebih aman ketika melakukan transaksi dan pada otentikasi data yang kuat, termasuk penggunaan kode verifikasi melalui SMS atau email, membantu memastikan hanya pengguna yang berhak yang bisa mengakses akun mereka. Hal ini mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan keamanan pengguna sedangkan penerapan sistem pemantauan transaksi yang canggih memungkinkan deteksi aktivitas mencurigakan secara langsung, memberikan lapisan perlindungan tambahan bagi pelanggan.

Dampak Manajemen Sekuriti memberikan dampak positif pada keputusan pembelian secara online. Dalam konteks Lazada, penelitian mengungkapkan bahwa semakin baik keamanan yang ditawarkan, semakin besar pula peluang konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. (Rahmat Irawan et al., 2024) Kepercayaan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh keamanan tetapi juga oleh kemudahan dan kualitas layanan yang ditawarkan.

Manajemen sekuriti memiliki peran penting, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi yaitu seperti biaya implementasi investasi dalam Pelatihan karyawan dan penerapan teknologi keamanan dapat menjadi beban finansial bagi perusahaan, terutama bagi perusahaan berskala kecil dan ancaman siber terus mengalami perkembangan, sehingga perusahaan perlu secara proaktif memperbarui sistem keamanan mereka untuk menjaga keamanan data pelanggan.

Efektivitas manajemen keamanan di Lazada memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Dengan menerapkan langkah-langkah keamanan yang sesuai, seperti enkripsi data dan pemantauan transaksi, Lazada dapat memperkuat kepercayaan pengguna dan mendukung keputusan pembelian mereka. Namun, tantangan dalam penerapan manajemen keamanan harus dihadapi agar perusahaan tetap kompetitif dan aman di industri *e-commerce* yang terus berkembang.

Penerapan Manajemen Sekuriti Untuk Meningkatkan Keamanan Saat Menggunakan Platform Lazada

Di era digital saat ini, keamanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja online. Sebagai salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia, Lazada dihadapkan pada tantangan besar dalam menjaga keamanan data dan transaksi pengguna. Penerapan manajemen keamanan yang efektif sangat penting untuk meningkatkan keamanan serta membangun kepercayaan pelanggan terhadap penggunaan platform ini. Manajemen sekuriti sudah mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk melindungi data dan transaksi pengguna dari ancaman siber.

Penerapan manajemen sekuriti di Lazada dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis seperti enkripsi data yang sensitif seperti informasi kartu kredit dan data pribadi pengguna harus dienkripsi saat disimpan dan ditransmisikan, ini mencegah akses tidak sah dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan. Lalu penerapan sistem otentikasi multi-faktor (MFA) menjamin bahwa hanya pengguna yang terverifikasi yang bisa mengakses akun mereka. MFA melibatkan penggunaan berbagai elemen keamanan, seperti kata sandi, kode

verifikasi yang dikirim melalui SMS atau email, serta fitur biometrik seperti sidik jari. Dan sistem pemantauan transaksi yang canggih mampu mendeteksi aktivitas mencurigakan secara langsung. Hal ini memungkinkan Lazada untuk segera mengidentifikasi potensi ancaman dan menghindari kerugian bagi penggunanya.

Dampak Penerapan Manajemen Sekuriti terhadap Kepercayaan Pelanggan Keamanan informasi dan perlindungan data terbukti memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Lazada. Semakin baik sistem keamanan yang diterapkan, semakin besar kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi sedangkan keyakinan pelanggan saat pelanggan merasa nyaman saat bertransaksi, mereka lebih cenderung setia dan mau membagikan platform kepada orang lain. Ini tidak hanya meningkatkan jumlah penjualan, tetapi juga memperkuat reputasi Lazada di pasar.

Manajemen sekuriti yang baik dapat mengurangi risiko penipuan dengan adanya Perlindungan ini yang mencakup serangan siber seperti phishing dan pencurian identitas yang sering terjadi saat bertransaksi online. Penerapan manajemen sekuriti yang efektif di platform Lazada sangat diperlukan agar pengguna merasa aman saat berbelanja online. Dengan cara-cara seperti enkripsi data, otentikasi multi-faktor, dan pemantauan transaksi, Lazada dapat memperkuat rasa percaya pelanggan dan mengurangi kemungkinan penipuan. Investasi dalam manajemen sekuriti bisa memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan pelanggan, meski ada beberapa tantangan dalam penerapannya.

Strategi yang Dijalankan oleh Lazada dalam Pengelolaan Keamanan untuk Melindungi Data Pengguna, serta Implementasinya kepada Pengguna Aplikasi Lazada

Lazada yang merupakan salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga data pengguna di tengah ancaman siber yang semakin meningkat. Untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dan memastikan keamanan transaksi, Lazada mengadopsi berbagai strategi pengelolaan keamanan yang menyeluruh. Lazada berkomitmen untuk mengurangi informasi pribadi yang disimpan. Hanya data yang penting yang dapat diakses oleh karyawan, dan tidak semua karyawan mendapat akses ke informasi pelanggan. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menjaga privasi pengguna dan mencegah penyalahgunaan data.

Lazada mempunyai dua aturan utama yang bertujuan untuk memperkuat kepercayaan konsumen pertama yaitu perlindungan pembeli, Lazada memfasilitasi konsumen untuk mengembalikan produk dalam jangka waktu 7 hari. Dan yang kedua adalah jaminan kepuasan, Lazada menyediakan periode 14 hari untuk pengembalian barang tertentu. Aturan ini menjamin pengembalian dana kepada konsumen dan memastikan proses verifikasi penjual. Lazada memiliki dua pusat data di Indonesia, yang berlokasi di Jakarta dan Makassar. Ini dibuat untuk memastikan bahwa tidak ada data yang keluar dari Indonesia dan untuk menyediakan cadangan jika terjadi bencana alam. Pusat data ini dikelola oleh tim keamanan internal Lazada. Pada aplikasi Lazada, aktif mengawasi transaksi dan penjual di platformnya untuk menghindari penipuan. Mereka memiliki sistem untuk memantau harga barang, khususnya barang kesehatan selama pandemi COVID-19, serta mengambil tindakan keras terhadap penjual yang melanggar aturan, seperti melakukan transaksi di luar platform.

Maka dari itu Lazada mengimplementasikan berbagai tindakan perlindungan selama proses pembayaran, termasuk mendorong pemakaian metode pembayaran tanpa uang tunai dan menghindari transaksi kontan di lokasi (COD). Tujuan dari ini adalah untuk menurunkan risiko kecurangan dan meningkatkan kenyamanan bagi pengguna. Melalui berbagai strategi ini, Lazada tidak hanya berusaha melindungi data pengguna tetapi juga memperbaiki pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Dengan menekankan keamanan dan keterbukaan, Lazada bertekad untuk menjadi platform *e-commerce* yang dapat diandalkan oleh pelanggannya.

KESIMPULAN

Keamanan data dan perlindungan transaksi merupakan hal penting yang memengaruhi pilihan pelanggan untuk berbelanja. Tindakan keamanan seperti enkripsi data, autentikasi multi-faktor, dan sistem pemantauan transaksi yang canggih dapat menimbulkan rasa aman dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak hanya berkontribusi pada peningkatan transaksi saat ini, tetapi juga membantu membangun hubungan yang tahan lama dengan platform. Namun, penerapan sistem keamanan menghadapi berbagai tantangan, seperti investasi yang mahal dan ancaman siber yang kian berkembang. Meskipun demikian, keuntungan jangka panjang dari pengelolaan keamanan yang baik, seperti peningkatan kepercayaan pelanggan dan reputasi perusahaan, jauh lebih signifikan dibandingkan tantangan tersebut. Secara keseluruhan, Lazada perlu terus memperbaiki strategi keamanan, baik dari aspek teknologi maupun edukasi pengguna, untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dalam industri e-commerce yang sangat kompetitif.

REFERENSI

- Anggriawan, F., & Hasugian, L. P. (2017). *PLATFORM BUILD-ME : Mempertemukan Stakeholder Bangunan Dengan Konsumen*. 28–36.
- Annur, C. M. (2023, 03 16). *Daftar E-commerce yang Paling Dipercaya UMKM di Indonsia (Juni 2022)*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/130e6742d4c74f4/ini-daftar-e-commerce-yang-paling-dipercaya-umkm-di-indonesia-tokopedia-teratas>
- Artikel, J., & Online, T. (2024). *eCo -Buss*. 1264–1277.
- Azhari, A. R., Kusumayati, A., & Hermawati, E. (2022). Studi Faktor Iklim dan Kasus TB di Kabupaten Serang, Provinsi Banten. *Higeia Journal of Public Health Research and Development*, 6(1), 93–112. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia>
- Dilla Agista Ningrum, Achmad Fauzi, Alif Syaridwan, Imelda Ade Putri, Nanda Meilina Putri, & Shinta Amelia Putri. (2023). Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 732.
- Irawan, C. R., Fauzi, A., Sanjaya, F., Ramadhan, A., Adelia, L., & Toruan, E. P. L. (2024). Pengaruh Efektivitas Manajemen Sekuriti Dalam Keamanan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 59-68.
- Iskandar, D., & Irfan Bahari Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Iskandar, O., & Nurlaila, S. (2021). *Manajemen Sekuriti Edisi ke-1 (Vol. 1)*.
- Iskandar, O., & Nurlaila, S. (2021). *Manajemen Sekuriti Edisi ke-1 (Vol. 1)*. [http://repository.ubharajaya.ac.id/16849/1/BAHAN ANJAR MANAJEMEN SEKURIRI - OKTO ISKANDAR %26 BU SILVIA %281%29.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/16849/1/BAHAN%20ANJAR%20MANAJEMEN%20SEKURIRI%20-%20OKTO%20ISKANDAR%20-%20BU%20SILVIA%20-%281%29.pdf)
- Kadek, I., Jaya, N. A., Ayu, I., & Dewi, U. (2021). Regulasi Keamanan Data Pribadi Pengguna pada E-commerce di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 1-8.
- Keamanan untuk E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.24843/jim.2017.v05.i01.p03>
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 625–632.

- Lisdayanti, A., & Padmanegara, O. H. (2024). Peran Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Keamanan Data Privasi pada Platform E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(2), 347-361.
- Munthe, A. K., Fauzi, A., Utama, A. N., Rahmasari, H., Kambuno, L., Ignesia, A. A., ... & Setiawan, A. (2024). PERAN MANAJEMEN SEKURITI TERHADAP KEAMANAN DATA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PENGGUNA OJEK ONLINE. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(2), 1598-1611.
- Ningrum, D. A., Fauzi, A., Syaridwan, A., Putri, I. A., Putri, N. M., & Putri, S. A. (2023). Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 731-737.
- Putri, N. C. R., Fauzi, A., Ali, M. K., Ramadhan, N. A., Salsabilla, P. J., Cahya, L. J., & Ernawati, F. A. (2024). Strategi Peningkatan Keamanan Data Pelanggan dalam Penjualan Online di Tokopedia. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 54-67.
- Putri, S. Kualitas tinggi E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citramerek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian peri dua jalan kue di kota batam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23 (2), 60–71
- Rahmat Irawan, C., Fauzi, A., Ramadhan, A., Adelia, L., Peronika, E., & Toruan, L. (2024). Pengaruh Efektivitas Manajemen Sekuriti Dalam Keamanan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 59–68. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Rayhan, M., Alfaridzi, M. D., Saputra, I. E., & Sinlae, F. (2023). Implementasi Manajemen Security Dalam Mencegah Terjadinya Kecurangan Transaksi Penjualan Online Di Forum Jual Beli (Facebook). *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1(5), 166-170.
- Saputra, I. G. N. I., Sasmita, G. M. A., & Wiranatha, A. A. K. A. C. (2017). Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.24843/jim.2017.v05.i01.p03>
- Shinta Amelia Putri. (2023). Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 732.
- Similarweb. (2022). Lazada.co.id Traffic May 2022. Similarweb.Com. <https://www.similarweb.com/website/lazada.co.id/>
- Soesanto, E., Salsabilah, F., Abadi, I. C., & Rizky, M. (2023). Peran Manajemen Sekuriti Bank BRI untuk Menjaga Kepercayaan Nasabah. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2).
- Soesanto, E., Masyruroh, A. J., Putri, G. A. M., & Maharani, S. P. (2023). Peranan Manajemen Sekuriti Dalam Mengamankan Dan Memecahkan Masalah PT SK Keris Indonesia. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3), 46-57.