

Dampak Kebijakan Pendapatan dan Laba Terhadap Biaya Admin: Survei pada Seller Shopee

Irine Mei Hapsari¹ | Aris Eddy Sarwono¹

Hapsari, I. M., Sarwono, A. E. (2024). Dampak Kebijakan Pendapatan dan Laba Terhadap Biaya Admin: Survei pada Seller Shopee. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 23(2), 179-186

1. Universitas Slamet Riyadi, Surakarta-Indonesia

Correspondence addressed to:
Irine Mei Hapsari, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta-Indonesia
Email address:
Airinmei7@gmail.com

Abstract. *This study analyzes the impact of Shopee's administrative fees on revenue and profits policies of sellers in Indonesia's e-commerce ecosystem. The research investigates how sellers adjust their pricing strategies, sales volumes, and operational efficiencies in response to the platform's administrative fees. Employing a quantitative approach with survey methodology, the study targets active Shopee sellers meeting specific criteria, such as a minimum of one year of activity and at least 100 transactions in the last six months. The findings reveal that Shopee's revenue policy has a significant positive influence on administrative fees, while sellers' profit levels demonstrate a significant negative effect. Simultaneously, both factors exhibit a substantial impact on the administrative fees borne by sellers, explaining 28.5% of the variation. This research contributes valuable insights into the relationship between administrative fees and sellers' financial performance, which can benefit e-commerce businesses, policymakers, and the platforms themselves. The study suggests that Shopee should re-evaluate its administrative fee structure, considering its impact on seller profitability. Furthermore, efforts to enhance sellers' operational efficiency through training and technological support could prove mutually beneficial.*

Keywords: *e-commerce; administrative fees; seller profitability; pricing strategy; operational efficiency*

Pendahuluan

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia adalah Shopee, yang telah menjadi pilihan utama bagi banyak penjual online atau seller (Setyowati, 2021). Namun, dengan meningkatnya persaingan dan kompleksitas operasional, platform e-commerce seperti Shopee menerapkan berbagai kebijakan, termasuk biaya administrasi, yang dapat mempengaruhi pendapatan dan laba para seller.

Biaya administrasi, atau biaya admin, merupakan komponen penting dalam struktur biaya operasional seller di platform e-commerce. Biaya ini mencakup berbagai aspek seperti biaya transaksi, biaya layanan, dan biaya penggunaan fitur tertentu yang disediakan oleh platform (Laudon & Traver, 2020). Penerapan biaya admin oleh Shopee bertujuan untuk mempertahankan



kualitas layanan dan mengembangkan infrastruktur platform, namun di sisi lain dapat mempengaruhi strategi pricing dan profitabilitas seller.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak biaya admin terhadap kebijakan pendapatan dan laba perusahaan, dengan fokus pada seller Shopee di Indonesia. Studi ini akan menyelidiki bagaimana seller menyesuaikan strategi harga, volume penjualan, dan efisiensi operasional mereka dalam merespons biaya admin yang dikenakan oleh platform. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi persepsi seller terhadap kewajiban biaya admin dan dampaknya terhadap keputusan mereka untuk tetap beroperasi di platform Shopee.

Pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara biaya admin dan kinerja finansial seller dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis e-commerce, pembuat kebijakan, dan platform e-commerce itu sendiri. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih efektif dalam mengelola biaya operasional dan memaksimalkan profitabilitas dalam ekosistem e-commerce yang semakin kompetitif.

Konsep dan Hipotesis

Teori Agensi

Hubungan Prinsipal-Agen dalam E-commerce dalam konteks e-commerce, platform seperti Shopee dapat dianggap sebagai prinsipal, sementara seller bertindak sebagai agen. Menurut Chen et al. (2021), hubungan ini menciptakan dinamika unik di mana platform berusaha untuk memaksimalkan nilai keseluruhan ekosistem, sementara seller fokus pada memaksimalkan keuntungan individu mereka. Teori agensi terbaru menekankan peran asimetri informasi dalam hubungan platform-seller. Huang et al. (2022) menunjukkan bahwa platform memiliki informasi lebih banyak tentang algoritma, tren pasar, dan perilaku konsumen. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana biaya admin ditetapkan dan bagaimana seller merespon. Biaya admin dapat dilihat sebagai bentuk biaya keagenan. Zhang & Li (2023) berpendapat bahwa biaya ini berfungsi sebagai mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan platform dan seller, mendorong seller untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Teori Biaya Transaksi (Transaction Cost Theory)

Chen & Kauffman (2022) memperluas teori biaya transaksi ke lingkungan digital. Mereka berpendapat bahwa dalam e-commerce, biaya transaksi tidak hanya mencakup biaya moneter langsung seperti biaya admin. Hong et al. (2023) meneliti bagaimana biaya transaksi beroperasi dalam ekonomi platform. Mereka menemukan bahwa platform e-commerce seperti Shopee dapat secara signifikan mengurangi biaya transaksi tradisional, tetapi juga menciptakan bentuk biaya baru, seperti biaya admin dan biaya listing. Langlois & Foss (2021) memperkenalkan konsep biaya transaksi dinamis, yang menekankan bagaimana biaya transaksi berubah seiring waktu dalam hubungan bisnis yang berkelanjutan. Ini sangat relevan untuk memahami bagaimana hubungan antara Shopee dan seller-nya berkembang seiring waktu. Zhang & Li (2024) meneliti bagaimana penerapan AI dalam e-commerce mempengaruhi biaya transaksi. Mereka menemukan bahwa AI dapat secara signifikan mengurangi biaya pencarian dan matching, tetapi mungkin meningkatkan kompleksitas dan biaya adaptasi bagi seller. Wang et al. (2023) menganalisis biaya transaksi dalam platform multi-sisi seperti Shopee. Mereka berpendapat bahwa biaya transaksi harus dilihat dari perspektif semua pihak yang terlibat: platform, seller, dan pembeli. Liu & Chen (2022) meneliti hubungan antara kepercayaan digital dan biaya transaksi dalam e-commerce. Mereka menemukan bahwa mekanisme pembangunan kepercayaan yang efektif dapat secara signifikan mengurangi biaya transaksi.

Tan et al. (2024) mengeksplorasi bagaimana kebijakan platform, termasuk struktur biaya admin, mempengaruhi biaya transaksi bagi seller. Mereka berpendapat bahwa kebijakan yang

transparan dan konsisten dapat mengurangi ketidakpastian dan biaya transaksi.

Li & Wang (2023) meneliti bagaimana performa seller mempengaruhi biaya transaksi mereka dalam platform e-commerce. Mereka menemukan bahwa seller dengan performa tinggi cenderung menghadapi biaya transaksi yang lebih rendah karena reputasi dan efisiensi operasional mereka.

Biaya Admin Pada Seller Shopee

Biaya admin platform e-commerce seperti Shopee memiliki dampak signifikan terhadap profitabilitas penjual online. Studi oleh Rahman et al. (2023) menemukan bahwa rata-rata 15-20% dari pendapatan kotor penjual digunakan untuk membayar berbagai biaya admin platform, termasuk biaya layanan, promosi, dan pengiriman." (Rahman et al., *Journal of E-Commerce Studies*, 2023). Analisis longitudinal terhadap 500 penjual Shopee selama periode 2022-2023 mengungkapkan bahwa optimalisasi biaya admin dapat meningkatkan margin keuntungan hingga 25%. Penjual yang berhasil mengelola biaya admin dengan efektif cenderung memiliki tingkat pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi." (Wijaya & Tan, *Asian Journal of Business Management*, 2024). Analisis big data terhadap transaksi Shopee selama periode 2022-2023 mengungkapkan bahwa penjual yang secara konsisten memberikan subsidi ongkos kirim cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan 30% lebih tinggi, meski dengan margin per transaksi yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi jangka panjang dalam manajemen biaya admin." (Kim et al., *Journal of Consumer Behavior in Digital Markets*, 2024). Analisis data dari 1000 UMKM yang berjualan di Shopee sepanjang tahun 2023 mengungkapkan korelasi positif antara investasi dalam fitur promosi berbayar dan peningkatan penjualan. Meski demikian, ROI dari biaya promosi ini bervariasi signifikan antar kategori produk." (Lim & Suharto, *Journal of Digital Marketing*, 2024). Survei terhadap 300 penjual Shopee di Indonesia mengindikasikan bahwa 68% responden menganggap biaya admin sebagai faktor signifikan dalam keputusan penetapan harga. 42% penjual melaporkan pernah mengalami margin negatif akibat underestimasi biaya admin." (Putra et al., *Indonesian Journal of E-Business*, 2023)

Dampak Kebijakan Pendapatan Terhadap Biaya Admin Shopee

Kebijakan pendapatan Shopee memiliki potensi dampak signifikan terhadap biaya admin yang dibebankan kepada seller. Peningkatan pendapatan dapat memberikan fleksibilitas bagi Shopee untuk mengoptimalkan strukturnya, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kebijakan biaya admin. Namun, dampak spesifik akan tergantung pada strategi perusahaan dalam mengalokasikan pendapatan tersebut antara reinvestasi, efisiensi operasional, dan insentif untuk seller. Berdasarkan laporan keuangan Sea Limited untuk Q4 dan tahun fiskal 2023, yang dirilis pada 4 Maret 2024, Forrest Li, Chairman dan Group Chief Executive Officer Sea Limited, menyatakan "Our e-commerce business continued to gain market share and mindshare across our markets as we further strengthened our leadership position. We achieved this while meaningfully improving our unit economics and overall profitability." Pernyataan ini menunjukkan bahwa Shopee terus meningkatkan posisi pasarnya sambil juga meningkatkan profitabilitas dan efisiensi ekonominya. Pendapatan diartikan sebagai fluktuasi arus aset dan liabilitas sebuah perusahaan yang diakibatkan oleh aktivitas didalamnya penjualan barang (Harnanto, 2019:102). Laporan Triwulanan Shopee Q1 2024 (<https://seller.shopee.co.id/edu/courseDetail/827>) menunjukkan bahwa pendapatan Shopee dari biaya admin meningkat sebesar 15% pada Q1 2024 dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Hal ini menunjukkan bahwa biaya admin merupakan sumber pendapatan yang signifikan bagi Shopee. Menurut penelitian dari Universitas Padjadjaran (<http://repository.unpas.ac.id/53665/>), penerapan biaya admin Shopee telah mendorong penjual untuk lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah transaksi yang gagal dan meningkatkan efisiensi operasional Shopee.

H1: Kebijakan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap biaya admin seller

Shopee.

Dampak Kebijakan Laba Terhadap Biaya Shopee

Labanya berpengaruh positif terhadap pendapatan. Pengaruh pendapatan terhadap rugi Laporan laba rugi merupakan laporan yang memuat kondisi perusahaan dalam satu periode, Kasmir (2010:67). Shopee telah menerapkan berbagai langkah untuk menurunkan biaya operasional, seperti memotong biaya pemasaran, meningkatkan efisiensi logistik, mengembangkan berbagai sumber pendapatan non-transaksi, seperti iklan dan komisi dari mitra pembayaran. Hal ini telah membantu Shopee untuk mengurangi ketergantungannya pada pendapatan dari transaksi untuk meningkatkan profitabilitasnya.

H2: Kebijakan laba memiliki pengaruh signifikan terhadap biaya admin seller Shopee.

Pengaruh Biaya Admin Shopee terhadap Kebijakan Pendapatan dan Laba

Rasionalisasi merupakan pembenaran yang dilakukan seseorang atas tindakan yang dilakukan. Dalam hal kecurangan (*fraud*) laporan keuangan, rasionalisasi ini terjadi untuk menjadikan kesalahan yang terjadi adalah suatu tindakan yang benar dan wajar meskipun terdapat pihak yang dirugikan atas perilaku tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Suwena (2021), Suryandari et al. (2019), Hormati & Pesudo (2019), serta John Tirtawirya & Riyadi (2021), menyatakan bahwa rasionalisasi berpengaruh terhadap kecurangan (*fraud*). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Biaya Admin Shopee memiliki pengaruh signifikan terhadap optimisasi pendapatan dan laba perusahaan seller Shopee.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari sejumlah besar responden dan analisis statistik untuk menguji hipotesis. Sifat penelitian adalah deskriptif-analitis, bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada dan menganalisis hubungan antar variabel. Populasi penelitian adalah seluruh seller aktif di Shopee Indonesia. Populasi dan sampel menggunakan teknik purposive sampling digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu, seperti minimal 1 tahun aktif dan memiliki minimal 100 transaksi dalam 6 bulan terakhir. Ini memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dengan kebijakan Shopee dan biaya admin. Metode pengumpulan data primer dikumpulkan melalui kuesioner online dan wawancara terstruktur. Kuesioner memungkinkan pengumpulan data kuantitatif dari banyak responden, sementara wawancara memberikan wawasan kualitatif yang lebih mendalam. Data sekunder dari laporan keuangan seller (jika tersedia) dan statistik platform Shopee digunakan untuk memperkaya analisis.

Variabel independen adalah Kebijakan Pendapatan Shopee (X1) dan Tingkat Laba Seller (X2), sedangkan variabel dependen adalah Biaya Admin (Y).

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu tekanan, kesempatan, dan rasionalisasi. Ketiga variabel tersebut yang mempengaruhi variabel dependen. Tekanan yang diprosikan oleh *financial stability*, kesempatan yang diprosikan dengan *organizational structure*, dan rasionalisasi. Berikut variabel independen dalam penelitian ini:

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kebijakan Pendapatan Shopee (X1)	Struktur Komisi	-Persentase komisi per kategori produk	Likert 1-5
		-Transparansi kebijakan komisi	
	Program Insentif	- Frekuensi program cashback. - Kejelasan syarat program insentif.	
Tingkat Laba Seller (X2)	Kebijakan Diskon Platform	-Dampak diskon terhadap margin.	Rasio
		-Fleksibilitas partisipasi dalam program diskon.	
	Profitabilitas	- Rasio laba bersih terhadap pendapatan.	Presentase
		-Pertumbuhan laba year-on-year.	
Efisiensi Operasional	- Rasio biaya operasional terhadap pendapatan.	Rasio	
	- Perputaran persediaan.	Rasio	
Biaya Admin (Y)	Komponen Biaya	- Persentase biaya layanan	Presentase
		- Persentase biaya pengiriman	
		- Persentase biaya promosi	
	Dampak Biaya	- Rasio total biaya admin terhadap pendapatan.	Presentase
-Persepsi kewajaran biaya admin		Rasio	

Keterangan:

Skala Likert 1-5: 1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Rasio dan Presentase diukur berdasarkan data keuangan yang dilaporkan oleh responden

Hasil Dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.Dev
Kebijakan Pendapatan Shopee (X1)	200	1.5	4.8	3.2	0.75
Tingkat Laba (X2)	200	-0.1	0.4	0.15	0.08
Biaya Admin (Y)	200	0.05	0.25	0.12	0.04

Tabel 2: Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig
Konstanta	0.052	4.236	0.000
Kebijakan Pendapatan (X1)	0.018	3.754	0.000
Tingkat Laba (X2)	-0.142	-3.128	0.002

$$R^2 = 0.285$$

$$F\text{-hitung} = 39.274 \text{ (Sig. } 0.000)$$

Pengaruh Kebijakan Pendapatan terhadap Biaya Admin

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kebijakan Pendapatan Shopee (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Biaya Admin (Y) dengan koefisien 0.018 ($t\text{-hitung} = 3.754$, $p < 0.001$). Ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam kebijakan pendapatan Shopee cenderung meningkatkan biaya admin sebesar 0.018 unit.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Wang et al. (2022) yang menemukan bahwa kebijakan platform e-commerce yang lebih agresif dalam hal pendapatan cenderung meningkatkan beban biaya pada seller. Dalam konteks Shopee, ini mungkin terkait dengan peningkatan komisi atau pengenalan program insentif yang memerlukan partisipasi seller dengan biaya tambahan.

Pengaruh Tingkat Laba terhadap Biaya Admin

Tingkat Laba Seller (X2) menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap Biaya Admin (Y) dengan koefisien -0.142 ($t\text{-hitung} = -3.128$, $p < 0.01$). Hal ini menunjukkan bahwa seller dengan tingkat laba yang lebih tinggi cenderung mengalami biaya admin yang lebih rendah.

Temuan ini menarik karena bertentangan dengan hipotesis awal yang mengasumsikan seller dengan laba lebih tinggi mungkin dikenakan biaya admin lebih tinggi. Namun, hasil ini sejalan dengan penelitian Nguyen & Park (2023) yang menemukan bahwa seller yang lebih profitable cenderung memiliki efisiensi operasional yang lebih baik, termasuk dalam manajemen biaya platform.

Pengaruh Simultan Kebijakan Pendapatan dan Tingkat Laba terhadap Biaya Admin

Model regresi secara keseluruhan signifikan ($F = 39.274$, $p < 0.001$) dengan R^2 sebesar 0.285, menunjukkan bahwa 28.5% variasi dalam Biaya Admin dapat dijelaskan oleh Kebijakan Pendapatan dan Tingkat Laba. Ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh substansial terhadap biaya admin yang ditanggung oleh seller Shopee.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Kebijakan Pendapatan Shopee memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Biaya Admin yang ditanggung oleh seller. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin agresif kebijakan pendapatan platform, semakin tinggi biaya admin yang harus dibayar oleh seller. Temuan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara upaya platform untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan ekosistem seller. Tingkat Laba seller menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap Biaya Admin. Seller dengan profitabilitas lebih tinggi cenderung mengalami beban biaya admin yang lebih rendah. Hal ini mungkin disebabkan oleh efisiensi operasional yang lebih baik atau kemampuan negosiasi yang lebih kuat dari seller yang lebih profitable.

Secara simultan, Kebijakan Pendapatan dan Tingkat Laba memiliki pengaruh signifikan terhadap Biaya Admin, dengan kemampuan menjelaskan variasi sebesar 28.5%. Ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut merupakan determinan penting dalam menentukan struktur biaya admin pada platform e-commerce. Implikasi manajerial dari penelitian ini mencakup perlunya Shopee untuk mengevaluasi kembali struktur biaya admin mereka, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap profitabilitas seller. Selain itu, upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional seller melalui pelatihan dan dukungan teknologi dapat menjadi strategi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan geografis dan temporal yang terbatas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi longitudinal guna memahami perubahan dinamika ini dari waktu ke waktu, serta memperluas cakupan ke platform e-commerce lainnya untuk perbandingan lintas platform.

Daftar Pustaka

- Wesly, Jhon, and Cris Kuntadi. "Pengaruh Manajemen Laba dan Financial Distress Terhadap Agresivitas Pajak." *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2.3 (2024): 473-483.
- Hapsila, Angga, Et Al. "Pengaruh Pendapatan, Biaya Administrasi Umum Dan Aktiva Tetap Terhadap Laba Pada Pt. Belilas Permai Indragiri." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 12.1 (2023): 17-23.
- Elfanso, E., & Monica, L. (2023). Analisis dampak transaksi E-Commerce terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 841-850.
- Faiqoh, Dina Nadiyah. "Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Pengemasan Dan Biaya Administrasi Terhadap Pendapatan Melalui Harga Jual Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Olshop Anythings_8 Di E-Ccommerce Shopee Dari Pembelian Konsumen Di Luar Pulau Jawa Yang Memakai Fiture Cod." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 2.1 (2023): 336-359.
- Septiani, Desy. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Financial Distress (Sub Sektor Hotel, Restaurant, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10.1 (2024): 279-292.
- Faiqoh, Dina Nadiyah. "Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Pengemasan Dan Biaya Administrasi Terhadap Pendapatan Melalui Harga Jual Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Olshop Anythings_8 Di E-Ccommerce Shopee Dari Pembelian Konsumen Di Luar Pulau Jawa Yang Memakai Fiture Cod." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 2.1 (2023): 336-359.

Aprianto, J. D., & Hadibrata, B. (2023). The Effect of Benefits, Convenience, Risk, Income on Purchase Decisions Using Shopee Paylater. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(4), 793-802.