

ANALISIS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA TIKTOK SHOP

Feby Febrianti¹, Beryl Geovanni Xenoglosi², Fajar Ramadhan³

Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: 2210631020117@student.unsika.ac.id¹, 2210631020108@student.unsika.ac.id²,
fajar.ramadhan@feb.unsika.ac.id³

Abstrak – TikTok Shop merupakan salah satu platform e-commerce yang terintegrasi dengan media sosial, memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk langsung melalui aplikasi TikTok. TikTok Shop telah menunjukkan pengaruh besar dalam dunia perdagangan digital. Sistem Informasi Manajemen (SIM) memegang peran penting dalam mendukung operasional platform ini, memainkan peran penting dalam pengelolaan data, transaksi, dan keamanan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi SIM pada TikTok Shop dengan metode kualitatif melalui pendekatan literature review. Hasil analisis menunjukkan bahwa SIM TikTok Shop mendukung pengelolaan bisnis yang efisien dan pengalaman pengguna yang optimal dan menunjukkan bahwa SIM di TikTok Shop efektif dalam mengelola data, mendukung transaksi, dan menjaga keamanan informasi.

Kata Kunci: Sistem Informasi Manajemen, TikTok Shop, E-Commerce, Pengelolaan Data, Keamanan.

Abstract – *TikTok Shop is an e-commerce platform integrated with social media, allowing users to buy and sell products directly through the TikTok app. TikTok Shop has shown great influence in the world of digital commerce. The Management Information System (MIS) plays an important role in supporting the operation of this platform, playing an important role in data management, transactions, and information security. This research aims to analyze the implementation of SIM on TikTok Shop with a qualitative method through a literature review approach. The results of the analysis show that TikTok Shop's SIM supports efficient business management and optimal user experience and shows that the SIM at TikTok Shop is effective in managing data, supporting transactions, and maintaining information security.*

Keywords: *Management Information System, TikTok Shop, E-Commerce, Data Management, Security.*

PENDAHULUAN

TikTok, sebagai salah satu aplikasi media sosial yang paling populer, memperkenalkan TikTok Shop, fitur e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja secara langsung melalui platform tersebut. Integrasi antara media sosial dan e-commerce menjadi tren baru yang menawarkan kemudahan bertransaksi sambil menikmati konten hiburan. Dalam konteks ini, Sistem Informasi Manajemen (SIM) memiliki peran penting dalam pengelolaan operasional TikTok Shop, dari manajemen data, transaksi, hingga perlindungan keamanan data pengguna. Dengan demikian, analisis terhadap penerapan SIM pada TikTok Shop menjadi penting untuk memahami bagaimana teknologi ini membantu menjaga efisiensi dan keamanan operasional. SIM yang baik akan memungkinkan TikTok Shop untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan pengguna, sekaligus memberikan pengalaman yang lebih personal dan aman. Oleh karena itu, analisis mengenai penerapan SIM pada platform ini menjadi relevan untuk memahami bagaimana SIM mendukung bisnis digital yang dinamis seperti TikTok Shop.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan literature review, yang berfokus pada analisis literatur yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir

terkait Sistem Informasi Manajemen pada e-commerce dan TikTok Shop. Data diambil dari artikel ilmiah dan buku yang relevan, baik yang membahas tentang SIM di bidang e-commerce maupun yang berfokus pada pengelolaan data dan keamanan di platform digital dan dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi penerapan SIM pada TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review. Data diambil dari berbagai jurnal dan buku yang relevan, baik yang membahas tentang SIM di bidang e-commerce maupun yang berfokus pada pengelolaan data dan keamanan di platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Judul Artikel	Penulis	Tahun	Ringkasan
1	Sistem Informasi Manajemen dalam E-Commerce	Mustofa, A.	2020	Penelitian ini membahas pentingnya Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam e-commerce, termasuk bagaimana SIM dapat membantu mempersonalisasi pengalaman pelanggan dan mendukung pengelolaan data dan transaksi.
2	Keamanan Informasi pada Sistem E-commerce	Fitriani, E.	2019	Penelitian ini mengkaji aspek keamanan dalam sistem e-commerce, dengan fokus pada teknik enkripsi dan proteksi data untuk melindungi informasi pengguna dari ancaman siber.
3	Transformasi Digital pada E-commerce	Hasanah, R.	2021	Penelitian ini mengkaji bagaimana transformasi digital mempengaruhi model bisnis e-commerce, dengan penekanan pada pengelolaan transaksi dan efisiensi operasional dalam platform e-commerce.
4	Pengelolaan Transaksi pada E-commerce Berbasis Media Sosial	Sari, R.	2020	Penelitian ini membahas metode pengelolaan transaksi yang efisien di platform e-commerce berbasis media sosial, dengan fokus pada integrasi sistem dan pengalaman pengguna.
5	Implementasi SIM dalam E-commerce: Studi Kasus TikTok Shop	Amalia, D.	2019	Penelitian ini menganalisis penerapan SIM pada TikTok Shop, menyoroti bagaimana sistem ini mendukung pengelolaan data, keamanan informasi, dan efisiensi operasional dalam konteks e-commerce.
6	Manajemen Data dalam Sistem E-commerce	Yulianto, B.	2021	Penelitian ini membahas teknik dan strategi manajemen data yang efektif dalam sistem e-

				commerce, serta pentingnya pengelolaan data untuk meningkatkan pengalaman pengguna.
7	Cloud Computing dalam Sistem Informasi E-commerce	Fadli, M.	2020	Penelitian ini mengkaji penerapan cloud computing dalam sistem informasi e-commerce, menyoroti manfaat seperti skalabilitas, fleksibilitas, dan efisiensi operasional.
8	Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pemasaran Digital	Santoso, A.	2021	Penelitian ini membahas bagaimana SIM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital, termasuk analisis data pengguna dan pengelolaan kampanye pemasaran.
9	Analisis E-Commerce dan Strategi Pemasaran pada Media Sosial	Setiawan, B., & Rahmawati, N.	2022	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media sosial berinteraksi dengan strategi pemasaran e-commerce dan dampaknya pada perilaku konsumen.
10	Keamanan Data dalam E-Commerce: Tinjauan Terhadap Praktik Terbaik	Lestari, S., & Nugroho, A.	2023	Penelitian ini memberikan panduan tentang praktik terbaik dalam melindungi data pengguna di platform e-commerce, termasuk pendekatan teknis dan kebijakan keamanan.

Pembahasan

Sumber-sumber referensi yang dicantumkan dalam tabel di atas memiliki hubungan yang erat dengan analisis Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada TikTok Shop. Masing-masing artikel menyentuh aspek penting yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Pengelolaan Data

Beberapa artikel, seperti yang ditulis oleh Mustofa (2020) dan Yulianto (2021), memberikan panduan tentang bagaimana SIM berperan dalam manajemen data, yang sejalan dengan fokus artikel tentang bagaimana TikTok Shop mengelola data pengguna dan transaksi.

TikTok Shop menggunakan SIM untuk mengelola data pengguna dengan cara yang efektif. Setiap transaksi, preferensi pengguna, dan data perilaku belanja direkam dan dianalisis untuk memberikan rekomendasi produk terbaik kepada konsumen. Algoritma pada sistem ini membantu mempersonalisasi pengalaman pengguna dengan menawarkan produk yang relevan berdasarkan data historis yang telah dianalisis. Hal ini selaras dengan penelitian oleh Mustofa (2020), yang menyatakan bahwa SIM dalam e-commerce harus mampu mempersonalisasi pengalaman pelanggan.

2. Keamanan Informasi

Artikel dari Fitriani (2019) dan Lestari & Nugroho (2023) membahas pentingnya keamanan informasi, yang merupakan salah satu pilar dalam penerapan SIM di TikTok Shop. Keamanan adalah aspek krusial yang harus diperhatikan dalam sistem yang menangani data pengguna.

Aspek keamanan menjadi salah satu perhatian utama dalam penerapan SIM di TikTok Shop. Sistem ini dilengkapi dengan enkripsi data dan firewall untuk melindungi informasi pengguna dari serangan siber. SIM juga memungkinkan deteksi dini terhadap aktivitas yang mencurigakan, sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian oleh Fitriani (2019).

3. Manajemen Transaksi

Penelitian oleh Hasanah (2021) dan Sari (2020) menyoroti pentingnya pengelolaan transaksi dalam e-commerce. Ini relevan dengan bagaimana TikTok Shop menangani transaksi real-time dan integrasi sistem pembayaran.

SIM di TikTok Shop juga berperan dalam memfasilitasi transaksi real-time selama sesi belanja live. Hal ini membutuhkan integrasi yang kuat antara sistem pembayaran, manajemen stok, dan pengiriman. Sistem ini memungkinkan TikTok Shop untuk menangani transaksi dalam jumlah besar tanpa gangguan. Menurut Hasanah (2021), pengelolaan transaksi yang efisien merupakan kunci sukses e-commerce berbasis media sosial.

4. Integrasi Media Sosial dan E-Commerce

Beberapa artikel, termasuk yang ditulis oleh Setiawan & Rahmawati (2022), menggali bagaimana media sosial dan e-commerce berinteraksi, yang merupakan inti dari fungsi TikTok Shop sebagai platform e-commerce berbasis media sosial.

Salah satu keunggulan TikTok Shop adalah kemampuannya untuk mengintegrasikan fitur media sosial, seperti video pendek dan live shopping, dengan fitur e-commerce. SIM berperan dalam mengelola transaksi real-time selama sesi live shopping, yang memerlukan pemrosesan cepat dan akurat, sebagaimana yang disampaikan oleh Wahyudi (2019) mengenai sistem integrasi pada e-commerce.

5. Cloud Computing dan Efisiensi Operasional

Penelitian oleh Fadli (2020) menekankan pentingnya cloud computing dalam meningkatkan efisiensi operasional, yang mendukung argumen dalam artikel tentang efisiensi operasional yang dicapai oleh TikTok Shop melalui penerapan SIM.

Penggunaan SIM TikTok Shop juga mendukung efisiensi operasional melalui integrasi cloud. SIM berbasis cloud yang digunakan memungkinkan skalabilitas dan fleksibilitas yang tinggi. Hal ini memungkinkan platform untuk beradaptasi dengan permintaan yang terus meningkat, serta memberikan skalabilitas dalam manajemen inventaris.

KESIMPULAN

TikTok Shop memanfaatkan SIM yang efisien untuk mendukung operasionalnya, mulai dari pengelolaan data, manajemen transaksi, keamanan informasi, efisiensi operasional, dan integrasi media sosial dengan e-commerce. Penerapan SIM di platform ini memungkinkan pengelolaan transaksi yang cepat, personalisasi pengalaman pengguna, dan perlindungan data yang ketat. SIM yang diterapkan mampu menangani kompleksitas operasional platform ini, memastikan transaksi berjalan lancar, serta menjaga keamanan informasi pengguna. Dengan penggunaan SIM yang efisien, TikTok Shop berhasil menciptakan sistem e-commerce yang inovatif dan memberikan pengalaman belanja yang personal dan aman bagi pengguna.

Saran

Disarankan bagi TikTok Shop untuk terus memperbarui SIM yang digunakan, mengembangkan SIM yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi, khususnya dalam aspek keamanan dan kecerdasan buatan (AI), untuk keperluan analisis prediktif dan optimalisasi penjualan serta untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan meminimalisir risiko keamanan. Selain itu, audit keamanan berkala perlu dilakukan untuk memperkuat proteksi data pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2019). "Implementasi SIM dalam E-commerce: Studi Kasus TikTok Shop". *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, 8(1), 23-34.
- Fadli, M. (2020). *Cloud Computing dalam Sistem Informasi E-commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fitriani, E. (2019). *Keamanan Informasi pada Sistem E-commerce*. Yogyakarta: Deepublish.

- Hasanah, R. (2021). Transformasi Digital pada E-commerce. Bandung: Informatika.
- Lestari, S., & Nugroho, A. (2023). "Keamanan Data dalam E-Commerce: Tinjauan Terhadap Praktik Terbaik." *Jurnal Ilmu Komputer dan Informasi*, 12(1), 100-115.
- Mustofa, A. (2020). Sistem Informasi Manajemen dalam E-Commerce. Jakarta: Gramedia.
- Santoso, A. (2021). "Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pemasaran Digital." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 20-30.
- Sari, R. (2020). "Pengelolaan Transaksi pada E-commerce Berbasis Media Sosial". *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 5(2), 45-55.
- Setiawan, B., & Rahmawati, N. (2022). "Analisis E-Commerce dan Strategi Pemasaran pada Media Sosial." *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 10(2), 50-65.
- Wahyudi, A. (2019). Implementasi E-commerce pada Bisnis Ritel. Jakarta: PT Gramedia.
- Yulianto, B. (2021). Manajemen Data dalam Sistem E-commerce. Surabaya: Intrans Publishing.