

Pengaruh Negatif Perkembangan Tiktokshop Melalui Sistem Informasi Manajemen

Neha Chintya¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

^{1&2}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : neha.chintya23@gmail.com

Abstract: *Tiktokshop is a shop that operates in the field of online sales of goods such as clothes, shoes, trousers, skincare, bags and others. Many Indonesian product brands collaborate with TikTok to sell their products through this TikTokshop. Tiktokshop is now more widely known by the public starting from 2021 until now. Tiktokshop has many customers from various regions and islands such as Sumatra, Kalimantan, Java, some even from Papua and Marauke. The sales or marketing method carried out by TikTokshop is by promoting the products being sold through showing videos by someone who is attractive so that customers feel interested in buying the product. By including a shopping basket or what is called a yellow basket, consumers can buy the products they want easily without having to go to an offline shop. Extensive marketing techniques have made TikTok shop widely known to the public today. People now shop more through TikTok shop because of the goods sold by TikTok shop. cheaper than the price of goods in offline stores or markets. Apart from that, the transactions provided by TikTok Shop are also very easy for people, by using the M-Banking transfer system, digital wallets such as funds or paying via Indomaret and Alfamarat. Even TikTok Shop also has a cash on delivery (COD) transaction system where this system does not require us to pay. product first. But not when consumers have several problems related to the goods they ordered which are damaged due to the shop's lack of efficiency in protecting the products so that the products sent often experience damage such as tears, leaks and even some broken. Apart from that, some individuals who work for the expedition are also not responsible for the products sent, they just throw things at will without paying attention to the goods. But even so, many people still use TikTok as a shopping medium.*

Keywords: *Ordering goods; Tiktokshop; Management Information System*

Abstrak: Tiktokshop merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan barang berbasis online seperti baju, sepatu, celana, skincare, tas dan lain - lain. Banyak brand – brand produk Indonesia yang bekerja sama dengan tiktok untuk menjualkan produk mereka melalui tiktokshop ini. Tiktokshop sekarang lebih banyak dikenal luas oleh masyarakat mulai dari sejak tahun 2021 hingga sekarang. Tiktokshop memiliki banyak pelanggan dari berbagai wilayah dan pulau seperti Sumatera, Kalimantan, Jawa, bahkan beberapa ada yang dari papua dan marauke. Cara penjualan atau marketing yang dilakukan tiktokshop adalah dengan cara mempromosikan produk yang dijual melalui penayangan video oleh seseorang yang menarik sehingga membuat pelanggan merasa tertarik membeli produk tersebut. Dengan mencantumkan keranjang belanja atau disebut keranjang kuning konsumen bisa membeli produk yang diinginkan dengan mudah tanpa harus pergi ke toko offline. Teknik marketing yang luas membuat tiktokshop banyak dikenal masyarakat saat ini, masyarakat sekarang lebih banyak berbelanja melalui tiktok shop ini dikarenakan barang yang dijual oleh tiktokshop lebih murah dibandingkan harga barang di toko offline atau pasar. Selain itu transaksi yang diberikan tiktok shop juga sangat mempermudah masyarakat, dengan melalui sistem transfer secara m-

banking, dompet digital seperti dana ataupun bayar melalui indomaret dan alfamarat bahkan tiktok shop juga memiliki system transaksi bayar ditempat(COD) dimana system ini tidak mengharuskan kita membayar produk terlebih dahulu. Tetapi tidak kala konsumen memiliki beberapa permasalahan terkait barang pemesanan mereka yang mengalami kerusakan dikarenakan kurangnya efisiensi toko dalam melindungi produk sehingga produk yang dikirim sering kali mengalami kerusakan seperti koyak,bocor bahkan sampai ada yang pecah. Selain itu beberapa oknum yang bekerja pada pihak ekspedisi juga tidak bertanggung jawab atas produk yang dikirim, mereka dengan sesuka hati melempar barang tanpa memperhatikan barang tersebut. Tetapi walaupun begitu masih banyak yang menggunakan tiktokshop sebagai media belanja.

Kata kunci: Pemesanan Barang; Tiktokshop; Sistem Informasi Manajemen

PENDAHULUAN

Sistem informasi adalah suatu sistem didalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan konsumen mulai dari transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan yang diperlukan(Nurmanto & Gunawan, 2020). Kemajuan teknologi telah banyak merubah yang mengakibatkan peningkatan terhadap aksesibilitas informasi dan komunikasi yang awalnya konvensional menjadi digital secara luas dan cepat.

Adanya internet pada saat ini sangat memudahkan siapapun untuk mendapat informasi tanpa Batasan ruang dan waktu (Siagian, Martiwi and Indra, 2020). Jangkauan pasar yang sangat luas adalah salah satu hal yang penting pada bidang usaha penjualan di era sekarang. kemajuan teknologi dalam dunia bisnis adalah dengan terbentuknya sistem informasi bisnis berupa E-commerce, yaitu suatu perdagangan elektronik atau proses transaksi jual beli secara digital dengan bantuan internet dan suatu sistem informasi (Sa'adah dkk, 2022).

Salah satu *E-commerce* yang saat ini popular di kalangan masyarakat Indonesia adalah Tiktok Shop. Penelitian yang penulis lakukan adalah perkembangan serta permasalahan tiktok shop di era sekarang. Pada perkembangan saat ini memunculkan peluang untuk meningkatkan suatu penjualan dilakukan dengan cara online.

Tiktokshop ini merupakan *social commerce* inovatif yang dapat menjangkau penjual, pembeli dan creator untuk pengalaman berbelanja yang lancar,menyenangkan dan nyaman. Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah dampak negative tiktokshop membuat pedagang offline dipasar merasa terugikan karena masyarakat yang dulunya berbelanja secara konvensional sekarang lebih memilih berbelanja dirumah melalui online dari pada harus mendatangi pasar, karena menurut masyarakat berbelanja online lebih efektif dikarenakan selain menghemat waktu juga dapat menghemat keuangan sehingga kegiatan jual beli dipasar konvensional terancam meredup.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dampaktiktokshop melalui sistem informasi manajemen ini adalah metode kualitatif serta dilakukan secara *online* yakni dimana melakukan pengumpulan data dari artikel dan jurnal berdasarkan hasil yang valid dan relevan dari berbagai sumber yangterpercaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi dan internet telah mengubah cara kita berbelanja secara dratis. Salah satu inovasi terbaru yang mencerminkan perubahan ini adalah tiktokshop. Tiktokshop adalah platform belanja yang berintregasi dengan aplikasi media social tiktok yang sangat popular. Platfrom ini memungkinkan penggunanya untuk menjelajahi dan membeli produk langsung dari video – videonya.

Sistem informasi manajemen (SIM) adalah fondasi dari platform tiktokshop ini. Dengan sim yang kuat, tiktokshop mampu mengelola berbagai aspek bisnisnya, termasuk persedian, pelacak pemesanan, analisis data dan manajemen pelanggan.

Pemerintah telah menyikapi tren tiktok yang menjadi platform *e-commerce* terbaru. Pemerintah juga mengambil tindakan tentang dampak negative tiktokshop ini. Pemerintah memutuskan untuk menstop atau menutup tiktok shop ini agar pusat perbelanjaan secara konvensional menjadi ramai kembali. Pada 4 Oktober 2023, Tiktok shop menghilangkan fitur jual beli pada aplikasinya. Hal tersebut diatas dasar larangan dari menteri perdagangan. Penutupan tiktokshop oleh pemerintah tersebut dilakukas atas desar mempertimbangkan banyak sekali keluhan- keluhan pedagang konvensional soal serbuan barang murah asing ditanah air.

Tiktok juga melanggar peraturan perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) pada sebuah platform layanan digital. Aturan ini tercantum dalam peraturan menteri perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang perizinan berusaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usah dalam perdagangan melalui sistem elektronik.

Menurut data yang telah dirilis oleh kementerian perdagangan Indonesia, sebelum tiktok shop ditutup, terdapat lebih dari 500.000 penjual aktif dan lebih dari 10 Juta pembeli yang menggunakan tiktokshop ini secara rutin. Tindakan inilah yang telah secara drastis mengurangi tingkat aktivitas di Negara ini. Dalam waktu sebulan setelah penutupan tiktokshop ini, penurunan penjualan online mengalami penurunan sebesar 30%. Pencabutan tiktokshop ini tentu membawa dampak positif terhadap beberapa sector diindonesia khususnya pedagangkonvensional.

Namun, Tiktokshop membawa banyak dampak positif dalam perkembangan e-commerce dijaman sekarang tetapi tiktokshop juga memmbawa dampak negative, berikut adalah hasil paparan dampak negative dari tiktok shop ini :

1. Ketergantungan Pada Teknologi

Bersamaan dengan adanya integrasi teknologi kedalam belanja, membuat pengguna tiktokshop semakin bergantung kepada perangkat dan koneksi internet yang bisa menyebabkan ketergantungan yang berlebihan pada perangkat seluler dan bisa menyebabkan seseorang mengalami gangguan kesehatan mental dan social.

2. Keamanan Data

Pengguna tiktokshop sering diminta memberikan informasi pribadi seperti alamat rumah, nomor telepon, dan data pembayaran. Maka jika data ini di salah gunakan atau dibocorkan, pengguna dapat menjadi korban pencurian identitas atau penipuan online.

3. Kecanduan Belanja Online

Kemudahan berbelanja melalui e-commerce seperti tiktokshop ini bisa menyebabkan kecanduan berbelanja. Beberapa orang mungkin menghabiskan terlalu banyak waktu dan uang untuk pembelian implusif.

4. Hilangnya Pengalaman Berbelanja Konvensional

Dampak negatif lainnya adalah potensi hilangnya pengalaman berbelanja secara fisik atau tatap muka. Toko-toko konvensional dan pusat pemberian mungkin menghadapi penurunan jumlah pengunjung, yang menyebabkan penurunan perikonomian lokal dan interaksi sosial pada masyarakat.

5. Munculnya Konten Iklan Yang Tidak Pantas

Tiktok shop sering menampilkan iklan. Terkadang, iklan yang muncul tidak pantas atau manipulative yang dapat mencapai pengguna, terutama yang lebih muda serta dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja.

6. Masalah Lingkungan

Meningkatnya aktivitas *e-commerce* dapat berkontribusi pada masalah lingkungan, seperti peningkatan emisi karbon akibat penerimaan barang. Selain itu, pembungkusan plastik limbah elektronik dari produk-produk yang dibeli secara online juga dapat menjadi masalah peningkatan limbah di Indonesia.

Dalam melihat dampak negatif, penting untuk mengakui bahwa teknologi membawa tantangan dan peluang. Penting bagi pengguna bisnis dan regulator untuk bekerja sama mengatasi dampak negatif ini sambil memaksimalkan manfaat positif dari perkembangan *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan artikel jurnal tentang pengaruh negative tiktokshop dapat disimpulkan bahwa :

1. Sistem informasi manajemen yang terbentuk saat ini membuat mempermudah akses internet produk dan memperluas jangkauan pasar produk-produk di Indonesia.
2. Tiktokshop memanfaatkan sistem informasi manajemen untuk mengelola investaris, pesanan dan data pelanggan lebih efisien serta memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan proses bisnis.
3. Tiktokshop juga mengakibatkan pasar konvensional mengalami penurunan konsumen karena konsumen lebih memilih berbelanja online di bandingga berbelanja secara konvensional.
4. Tiktokshop juga membuat masyarakat kehilangan pengalaman dalam berbelanja konvensional serta tiktokshop juga dapat memberikan dampak pada kesehatan mental dan social seseorang.

Dengan demikian penggunaan sistem informasi manajemen dalam tiktokshop dapat memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, pertumbuhan penjualan, pengambilan keputusan yang lebih baik dan pengalaman yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Doni Riswanda, A. T. (2021). Analisis dan Perencanaan Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Barang Berbasis Online. *Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 95.
- Larasati.Hwihanus, D. (2023). Upaya Pengembangan dan Peran Sistem Informasi Manajemen dalam E- Commerce Shopee. *Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*.
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477-1491.
- Miwan Kurniawan Hidayat, R. C. (2017). Sistem Informasi Penjualan Online Pada Toko Yusuf Bekasi. *Jurnal Komputer dan Teknologi Informasi*.
- Siagian, S. P. (2006). Sistem informasi manajemen. Jakarta: Trikora.