

Implementasi Nilai-Nilai Kebangsaan Berbasis Pancasila Dalam Mengacu Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Perilaku Konsumen Pada Pengguna Marketplace Tiktok Shop

Syahdina Damayari Syira¹ Edy Soesanto² Dewi Puspita Sari³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Jakarta

Email: syhdndsyr@gmail.com¹, edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id², dewipuspitasari095@gmail.com³

Abstract:

Security Management is a systematic process for managing and protecting organizational assets from various threats, both internal and external. TikTok Shop is a marketplace that is integrated with the TikTok social media platform, which has experienced rapid growth in the number of users and transactions. However, data security and consumer privacy are still key issues that have a significant influence on consumer behavior. This research aims to analyze how big a role security management plays in consumer behavior among users of the TikTok Shop marketplace based on the values contained in Pancasila. This research uses a qualitative method which is carried out by conducting a literature review of scientific articles, journals and books. The research results show that Pancasila has an important role, which refers to security management having an important role in shaping consumer perceptions and trust in TikTok Shop. The dimensions of data security and privacy, as well as ease of access to security information, are the main factors influencing consumer behavior. There are Pancasila values that play a role in Security Management and influence consumer behavior, such as; Security and Protection, Justice and Welfare, Order and Discipline, as well as Cooperation and Unity. By integrating Pancasila values in creating a better environment for TikTok Shop users. Increasing the transparency of security information and easy access to privacy information can increase consumers' positive perceptions of the platform.

Abstrak:

Manajemen Sekuriti adalah suatu proses yang sistematis untuk mengelola dan melindungi aset organisasi dari berbagai ancaman, baik internal maupun eksternal. TikTok Shop merupakan marketplace yang terintegrasi dengan platform media sosial TikTok, telah mengalami pertumbuhan pesat dalam jumlah pengguna dan transaksi. Namun, keamanan data dan privasi konsumen masih menjadi isu utama yang memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar peran manajemen sekuriti terhadap perilaku konsumen pada pengguna marketplace TikTok Shop dengan basis nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan melakukan literatur review dari artikel ilmiah, jurnal, maupun buku. Hasil penelitian menunjukkan pancasila memiliki peran penting yang mengacu bahwa manajemen sekuriti memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap TikTok Shop. Dimensi keamanan data dan privasi, serta kemudahan akses informasi keamanan, menjadi faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen. Terdapat nilai-nilai Pancasila yang berperan dalam Manajemen Sekuriti dan mempengaruhi perilaku konsumen, seperti; Keamanan dan Perlindungan, Keadilan dan Kesejahteraan, Ketertiban dan Kedisiplinan, maupun Kerja sama dan Persatuan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila ini dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi pengguna TikTok Shop. Peningkatan transparansi informasi keamanan dan kemudahan akses informasi privasi dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap platform.

 <https://doi.org/10.5281/zenodo.11210118>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media sosial bukan lagi hal asing bagi masyarakat karena hampir semua kalangan usia — mulai dari anak kecil, remaja, dewasa, maupun orang tua mengetahui adanya media sosial. Media sosial dikenal sebagai alat bertukar informasi yang paling cepat dan mudah untuk digunakan. Salah satu media sosial yang sering digunakan pada generasi Z (Gen Z) adalah TikTok,

aplikasi buatan negara China pada September 2016 ini menarik perhatian banyak orang dengan menampilkan audio visual berupa video pendek durasi 15 detik sampai dengan 3 menit. Tidak hanya sebagai hiburan, banyak pengguna aplikasi TikTok juga yang melakukan transaksi perdagangan seperti *review* produk, afiliasi, hingga menjual produk. Aplikasi TikTok pun menyediakan fitur untuk melakukan *live* yang banyak digunakan untuk melakukan penjualan *online* dilengkapi fitur TikTok *Shop* yang bersimbol keranjang kuning yang sempat bermasalah dengan perizinan namun kemudian bekerja sama dengan Tokopedia dalam memproses transaksinya sehingga dapat beroperasi kembali. TikTok *Shop* telah menjadi pilihan *marketplace* populer bagi pengguna TikTok di Indonesia dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat (Nurlatifah, Ubaidiah, Patmawati, Sahbani, & Nugraha, 2022).

Keberadaan teknologi yang diiringi munculnya aplikasi-aplikasi *online* yang semakin banyak memunculkan persaingan antar perusahaan digital dalam mengembangkan produk perusahaan masing-masing. Salah satu aspek yang paling penting adalah aspek kemudahan pengguna. Semakin sulit dimengerti dan digunakan oleh pengguna maka semakin berkurang minat pemakaian aplikasi tersebut, dalam hal ini maka akan mempengaruhi minat pengguna untuk melakukan belanja *online*. Selain itu, aspek yang tidak kalah penting yaitu keamanan data privasi pengguna, dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan keamanan bertransaksi *online*. Kemampuan perusahaan dalam memantau dan menjaga data privasi pengguna dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna maka semakin tinggi minat pengguna dalam melakukan transaksi *online* pada aplikasi tersebut. Sejauh ini TikTok *Shop* masih tergolong aman dalam melakukan transaksi belanja *online* dikarenakan TikTok *Shop* memiliki sistem privasi dan keamanan yang melindungi informasi pengguna dan selalu berupaya mencegah ancaman keamanan yang terus-menerus berkembang.

Berbelanja *online* merupakan salah satu dampak globalisasi yang positif dan memberikan efisiensi bagi masyarakat sehingga dapat melakukan transaksi perdagangan dimanapun dan kapanpun, serta dapat menghemat waktu dan biaya yang perlu dikeluarkan (Nasution, Prayoga, & Halim, 2022). Hal ini menyebabkan naiknya angka pertumbuhan ekonomi karena kegiatan transaksi perdagangan *online* di Indonesia berkembang pesat. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan di tengah perkembangan pesat *marketplace* adalah keamanan dalam bertransaksi. Hal ini tentunya akan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen yang sangat berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan bisnis *online*.

Manajemen Sekuriti adalah sebuah praktik mengatur, mengelola, serta menjaga keamanan data agar tidak dengan mudah diakses oleh orang yang tidak berwenang serta memastikan tidak adanya penyalahgunaan terkait data informasi sensitif. Manajemen Sekuriti meliputi berbagai aspek diantaranya adalah keamanan fisik, keamanan logis, keamanan informasi, manajemen resiko, dan pengendalian akses. Dalam hal ini Manajemen Sekuriti memiliki peran penting dalam menjaga keamanan *marketplace*. Manajemen Sekuriti berperan menjaga data pribadi sampai dengan informasi keuangan pengguna TikTok *Shop*, serta mencegah terjadinya penipuan dan *cybercrime* (Soesanto, Rupelu, Rupelu, & Saputra, 2023).

Pengelolaan *marketplace* yang aman dan terpercaya dapat berpedoman pada nilai-nilai Pancasila. Pancasila yang terdiri atas lima bahasan pokok yakni nilai ketuhanan, nilai kemanusiaan, nilai kesatuan, nilai kerakyatan, dan nilai keadilan. Pancasila tidak hanya sebagai pedoman negara, ideologi negara, tetapi juga sebagai pandangan hidup yang mengatur tatanan kehidupan sehari-hari. Pancasila merupakan kebutuhan dalam berpegangan hidup yang harus datang dari dalam diri sendiri (Ardhani M. D., Utaminingsih, Ardana, & Fitriyono, 2022). Dengan menjadikan Pancasila sebagai panduan dalam setiap keputusan dan tindakan, *marketplace* dapat menjadi wadah yang mempromosikan perdamaian, persatuan, dan keadilan dalam interaksi ekonomi digital, mencerminkan semangat kebangsaan yang tercermin dalam jiwa Pancasila. Salah satu caranya adalah dengan membiasakan nilai-nilai Pancasila dalam segala aspek pengelolaan *marketplace*, termasuk dalam perlindungan data pribadi dan informasi keuangan konsumen, pencegahan penipuan dan *cybercrime*, penyelesaian sengketa konsumen, pengembangan budaya *e-commerce* yang sehat.

Pada akhir tahun 2023, TikTok *Shop* memiliki pengaruh yang signifikan di Indonesia sehingga besar kemungkinan untuk melakukan monopoli dan memutuskan harga sepihak tanpa memikirkan *marketplace* lain, hal ini tentunya akan menimbulkan masalah ekonomi baru bagi negara, akibatnya pemerintah mengambil tindakan tegas dan menutup atau memberhentikan fitur TikTok *Shop* (Muslim, Muktar, & Diamsah, 2023). Kemudian, TikTok melakukan kerjasama bersama perusahaan teknologi Indonesia untuk mengatasi masalah perizinan tersebut, sehingga pada awal tahun 2024 fitur TikTok *Shop* hadir kembali berkolaborasi dengan Tokopedia. Sesuai dengan Sila ke-5 yaitu “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”, TikTok *Shop* mengimplementasikan Sila tersebut dengan cara menyediakan program pelatihan dan edukasi bagi para UMKM untuk meningkatkan kemampuan dalam berbisnis *online* (Ardhani M. D., Utaminingsih, Ardana, & Fitriono, 2022). Sehingga UMKM terbantu untuk memasarkan produk mereka kepada khalayak luas tanpa perlu takut bersaing dengan bisnis dari negara lain dan memiliki jaminan karena telah bekerja sama dengan Tokopedia.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang mana bersumber dari buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun sumber terpercaya lainnya yang berhubungan dengan teori-teori yang mengangkat masalah yang sedang diteliti. Pendekatan studi literatur ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai kebangsaan berbasis Pancasila dapat diimplementasikan dalam mengacu peran manajemen sekuriti terhadap perilaku konsumen pada pengguna *marketplace* TikTok *Shop*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis terhadap buku elektronik maupun artikel ilmiah yang kemudian disitasi dengan bantuan *Google Scholar*, Mendeley, maupun aplikasi edukasi *online* lainnya. Hasil riset kemudian dikumpulkan dalam bentuk non-numerik, gambaran, serta analisis tulisan. Dalam penelitian ini terdapat penjelasan mengenai peran nilai-nilai kebangsaan yang mempengaruhi perilaku konsumen pada *marketplace* TikTok *Shop*.

Tabel 1. Rekap penelitian terdahulu

No	Author, Tahun	Hasil dan Kesimpulan Penelitian	Persamaan Dengan Riset Ini	Perbedaan Dengan Riset Ini
1.	(Muslim, Muktar, & Diamsah, 2023)	Pada penelitian ini ditemukan adanya implikasi hukum dari penutupan Tiktok <i>Shop</i> . Ditekankan perlu adanya kerangka kerja yang mudah beradaptasi responsif dan dilengkapi untuk mengatasi tantangan yang diciptakan model bisnis baru di era digital.	Tiktok <i>Shop</i> memiliki pengaruh yang signifikan di indonesia.	Tidak adanya paparan implikasi hukum dari penutupan Tiktok <i>Shop</i> .
2.	(Sa'adah, Rosma, & Aulia, 2022)	Berdasarkan penelitian diketahui bahwa gen z sangat tertarik dengan fitur tiktok <i>Shop</i> karena memberikan kemudahan dalam penggunaannya manfaat dalam bertransaksi dan kecilnya tingkat risiko dalam penggunaan.	Tiktok <i>Shop</i> memberikan manfaat dalam bertransaksi bisnis.	Tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.
3.	(Nasution, Prayoga, & Halim, 2022)	Dalam penelitian ini dijelaskan melalui uji validitas, reliabilitas, multikolinearitas bahwa kemudahan penggunaan, privasi, keamanan, efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Adanya pengaruh kemudahan pengguna terhadap keputusan berbelanja pada Tiktok <i>Shop</i> .	Tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.

		keputusan berbelanja menggunakan Tiktok <i>Shop</i> .		
4	(Soesanto, Rupelu, Rupelu, & Saputra, 2023)	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sekuriti tidak hanya terpaku pada teknologi tetapi juga terdapat faktor manusia PT BCA harus menjaga kepercayaan nasabah dengan cara meningkatkan keamanan sistem dan kesadaran karyawan.	Peran manajemen sekuriti dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.	Objek yang diteliti adalah PT BCA tbk.
5	(Tusanputri & Amron, 2021)	Pada penelitian ini dilakukan Uji Validitas, Reliabilitas, Analisis jalur, R Square, Uji T, dan Uji F ditemukan bahwa program gratis ongkir lebih mempengaruhi keputusan pembelian dari pada program iklan.	Adanya pengaruh program gratis dan iklan terhadap keputusan pembelian pada Tiktok <i>Shopee</i> .	Tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.
6	(Nurmalasari & Latifah, 2023)	Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini telah dilakukan Uji Validitas, Reliabilitas, Analisis regresi berganda, Analisis korelasi ganda, Analisis determinasi, Uji F dan Uji T. Bahwasannya keamanan, kualitas informasi, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.	Adanya pengaruh keamanan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian.	Tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.
7	(Ardhani, Utaminingsih, Ardana, & Fitriyono, 2022)	Dalam penelitian ini diketahui bahwa pancasila merupakan pedoman hidup masyarakat indonesia sehingga seluruh warga negara wajib mengimplementasikan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari hari	Pancasila sebagai pedoman hidup masyarakat indonesia.	Tidak adanya faktor tiktok <i>Shop</i> dalam kehidupan masyarakat indonesia.
8	(Anggraeni, 2023)	Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa Tiktok memiliki pengaruh yang signifikan dalam dunia bisnis online. Hal ini membuat fitur Tiktok <i>Shop</i> dapat menguasai pasar dan menetapkan harga secara diskriminatif oleh karena itu pemerintah mengambil keputusan secara tegas terkait pemberhentian fitur Tiktok <i>Shop</i> .	Adanya pengaruh yg signifikan aplikasi tiktok di indonesia.	tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.

9	(Nurlatifah, Ubaidiah, Patmawati, Sahbani, & Nugraha, 2022)	Pada penelitian ini dikemukakan bahwa aplikasi tiktok sangat digemari oleh semua kalangan umur. Aplikasi Tiktok memiliki dampak positif dan negatif, hal ini tentu berhubungan dengan nilai-nilai pancasila, masyarakat perlu memilah konten yang sesuai dengan nilai nilai pancasila.	Adanya dampak positif dan negatif tiktok terhadap nilai pancasila di masyarakat indonesia	Tidak adanya pengaruh pancasila terhadap perilaku konsumen pengguna Tiktok Shop.
10	(Mokodompit, Lopian, & Roring, 2022)	Berdasarkan hasil penelitian telah dilakukan uji secara parsial dan secara simultan mengenai pengaruh online customer rating, pembayaran cash on delivery dan online customer review terhadap keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa sistem pembayaran cash on delivery lebih berpengaruh dibanding variabel yang lain dalam uji secara simultan, sedangkan online customer review tidak berpengaruh secara signifikan dalam uji secara parsial.	Adanya pengaruh customer rating dan customer review terhadap keputusan pembelian pengguna tiktok.	Tidak adanya pengaruh pancasila terhadap perilaku konsumen pengguna tiktok Shop.
11	(Mahardhika, Fauzi, Supu, Purnama, Fadilah, & Airani, 2023)	Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pengguna <i>Shopee</i> sangat dipengaruhi oleh keamanan dan kepercayaannya.	Adanya pengaruh keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap keputusan pembelian.	Objek yang diteliti adalah marketplace <i>Shopee</i> .
12	(Ningrum, Fauzi, Syaridwan, Putri, Putri, & Putri, 2023)	Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa aplikasi <i>Shopee</i> memiliki tampilan sederhana sehingga mudah dipahami, alur pemesanan dan pembayaran juga terjamin, tersedianya keberagaman produk pada <i>Shopee</i> dan testimoni pelanggan sebagai bentuk dukungan kepada marketplace. Oleh karena itu <i>Shopee</i> mendapatkan kepercayaan penggunanya.	Adanya pengaruh keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap keputusan pembelian.	Objek yang duteliti adalah marketplace <i>Shopee</i>
13	(Putri, Prasetya, Handayani, & Fitriani, 2023)	Dalam penelitian ini diketahui bahwa banyak generasi z menggunakan tiktok <i>Shop</i> karena dipengaruhi oleh kepercayaan secara emosional pada konten promosi produk sehingga melakukan keputusan pembelian.	Adanya pengaruh kepercayaan pengguna pada konten promosi terhadap keputusan pembelian.	Tidak adanya pengaruh pembahasan nilai pancasila terhadap generasi z.

14	(Sitohang, et al., 2023)	Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa aplikasi tiktok memberikan pengaruh negatif terhadap generasi muda untuk melakukan internalisasi nilai-nilai Pancasila	Adanya pengaruh negatif aplikasi tiktok terhadap nilai Pancasila pada generasi muda.	Tidak adanya pengaruh Tiktok Shop terhadap nilai Pancasila di masyarakat.
15	(Julianto, 2022)	Dalam penelitian ini diketahui bahwa media sosial tiktok dapat menjadi sarana perwujudan profil pelajar Pancasila dengan cara pemberian nasihat, sikap toleransi tinggi, tidak adanya sikap disiplin dan rasa nasionalisme dalam bermasyarakat karena aplikasi ini menyediakan fitur yang efektif, interaktif, dan juga menarik minat generasi muda.	Adanya pengaruh positif tiktok terhadap nilai Pancasila di masyarakat.	Tidak adanya pengaruh Pancasila.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Kebangsaan Pancasila Dalam Peran Manajemen Sekuriti Tiktok Shop

Pancasila merupakan dasar negara dan ideologi negara dimana Pancasila harus dijadikan landasan pokok dan landasan fundamental bagi setiap warga negara. Hal ini menjadikan nilai-nilai Pancasila memiliki peran penting dalam manajemen sekuriti untuk menjaga persatuan di tengah masyarakat. Dalam menjaga persatuan diperlukan adanya komponen keamanan seperti manajemen sekuriti (Ardhani, Utaminingsih, Ardana, & Fitriyono, 2022). Manajemen Sekuriti harus dapat mengelola dan menjaga keamanan data suatu organisasi. Manajemen Sekuriti Tiktok Shop perlu menjaga keamanan data pribadi maupun transaksi keuangan yang dilakukan oleh pengguna. Keamanan *marketplace* dapat meningkatkan kepercayaan pengguna yang mana sangat mempengaruhi keputusan pembelian (Nasution, Prayoga, & Halim, 2022). Pengelolaan keamanan *marketplace* dapat berpedoman pada nilai-nilai Pancasila dengan cara memahami dan menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan masyarakat seperti menghormati, toleransi, dan mengembangkan sikap terhadap hak asasi manusia. Dalam era globalisasi saat ini Manajemen Sekuriti merupakan hal yang penting karena terus mengalami pengembangan dan membutuhkan adaptasi. Perubahan dalam era globalisasi yang mempengaruhi Manajemen Sekuriti di antaranya (Putra, et al., 2023):

1. Teknologi: Era globalisasi membawa teknologi yang semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari, yang membuat resiko yang lebih kompleks dan berubah-ubah
2. Kerjasama International: Era globalisasi membawa kerjasama internasional yang lebih banyak dan kompleks, artinya manajemen sekuriti harus mengadaptasi dan mengelola risiko yang mungkin terjadi.
3. Perubahan Pemerintahan: Perubahan sistem dalam pemerintah mempengaruhi manajemen sekuriti, dimana manajemen sekuriti harus mengikuti perubahan dalam sistem tersebut.
4. Pengembangan Strategi: Memerlukan pengembangan strategi yang lebih adaptif agar tidak tertinggal dan menyesuaikan dengan era pada saat itu.
5. Pengembangan Kepribadian: Memerlukan pengembangan kepribadian yang lebih baik sehingga menghasilkan kualitas SDM yang bermutu.

Implementasi Nilai Pancasila dalam Perilaku Konsumen Pengguna Tiktok Shop

Perkembangan teknologi semakin pesat menjadikan banyak platform *e-commerce* bermunculan yang membawa dampak pada perilaku konsumen. Kegiatan transaksi bisnis dengan menggunakan bantuan teknologi informasi dalam meningkatkan efisiensi, fleksibilitas, keamanan, produktivitas, dan tentunya profit disebut *e-commerce*. Hadirnya platform *e-commerce* di Indonesia

memudahkan masyarakat sebagai konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli karena dinilai sangat praktis sehingga dapat menghemat waktu, tenaga, serta biaya. Salah satu *marketplace* yang digemari saat ini adalah TikTok *Shop*, yang mana merupakan salah satu fitur integrasi dari aplikasi TikTok.

Dampak positif dari perkembangan teknologi, konsumen tidak perlu lagi mengunjungi toko untuk melihat produk yang diinginkan, terdapat katalog yang dapat diakses setiap saat dengan harga yang langsung tertera, serta terdapat *Consumer Rating* maupun *Consumer Review* sehingga membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Mokodompit, Lopian, & Roring, 2022). Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja selama terhubung dengan jaringan internet. Strategi marketing yang digunakan oleh TikTok *Shop* sangatlah beragam, seperti potongan harga, gratis biaya pengiriman, dan yang menjadi ciri khas TikTok yaitu video promosi berdurasi singkat. Dalam video singkat tersebut dapat dilampirkan tombol *action* berupa keranjang kuning yang akan langsung terhubung dengan laman TikTok *Shop* (Tusanputri & Amron, 2021). Terdapat fitur *Live* TikTok yang mana membantu konsumen untuk dapat berinteraksi langsung dengan penjual yang juga disertai tombol *action* keranjang untuk melakukan pembelian. Selain itu, *e-commerce* bukan hanya memberikan manfaat bagi UMKM di Indonesia saja, tetapi juga dapat membantu menerapkan nilai Pancasila pada masyarakat, yakni dalam menanamkan nilai “Persatuan Indonesia”. Seperti dalam kegiatan transaksi tersebut terbentuk sifat gotong royong pada masyarakat baik antara *customer*, penjual, maupun kurir, sehingga produk dari penjual dapat dengan aman sampai ke tangan pembeli tanpa harus melakukan pertemuan fisik secara langsung. Hal ini juga dapat memberikan keadilan sosial bagi UMKM agar mampu bersaing dalam dunia bisnis sehingga dapat meraih target pasar seluas mungkin tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Dapat dikatakan TikTok *Shop* menerapkan nilai Pancasila, yaitu “Keadilan Sosial bagi seluruh rakyat Indonesia” (Ardhani M. D., Utaminingsih, Ardana, & Fitriyono, 2022).

Platform media sosial TikTok sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, dapat dikatakan bahwa TikTok telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bangsa Indonesia. Kini media sosial tersebut tidak hanya menampilkan hiburan, akan tetapi membuka peluang dalam berbisnis dan bertransaksi secara *online*. Tentunya pemerintah perlu memastikan bahwa hadirnya TikTok dapat menyebarkan nilai positif dan dapat membantu membangun ekosistem dunia digital yang positif, mengingat nilai Pancasila merupakan ideologi negara dan panduan hidup masyarakat Indonesia sehingga perusahaan asing tersebut perlu menjalankan platformnya sesuai dengan pedoman tersebut (Julianto, 2022). Berikut ini merupakan manfaat dari mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila pada TikTok *Shop* yaitu:

1. Membangun Kepercayaan Pengguna, penerapan nilai-nilai Pancasila dapat membangun kepercayaan pengguna terhadap platform TikTok *Shop* sehingga dapat meningkatkan transaksi pengguna dalam melakukan keputusan pembelian (Nurmalasari & Latifah, 2023).
2. Meningkatkan Etika Bisnis, penerapan nilai-nilai Pancasila memberikan dorongan pada pelaku bisnis di TikTok *Shop* untuk menjunjung tinggi nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan sehingga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkesinambungan (Putri, Prasetya, Handayani, & Fitriani, 2023).
3. Memperkuat Persatuan Bangsa, platform ini dapat menjadi sarana dalam menyebarkan konten edukatif dan inspiratif sehingga membantu menyebarkan nilai-nilai Pancasila dan memperkuat persatuan bangsa Indonesia (Julianto, 2022).
4. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, platform ini membantu masyarakat dalam promosi produk-produk UMKM dan membantu pengusaha kecil untuk berkembang sehingga TikTok *Shop* berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nurlatifah, Ubaidiah, Patmawati, Sahbani, & Nugraha, 2022).

Adapun tantangan yang harus dihadapi oleh TikTok *Shop* dalam menerapkan nilai-nilai Pancasila, yaitu (Sitohang, et al., 2023):

1. Konten yang Tidak Pantas, platform TikTok perlu lebih memperhatikan mengenai konten kebencian, SARA, dan pornografi agar dapat segera disaring dan diblokir karena tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila.

2. Penyalahgunaan Platform, Platform TikTok dapat disalahgunakan dalam penyebaran berita hoax yang mana dapat membahayakan persatuan dan kesatuan bangsa.
3. Kurangnya Pemahaman tentang Pancasila, masyarakat yang belum memahami nilai-nilai Pancasila dengan baik dapat memberikan kesulitan pada platform ini.
4. Ketidaktepatan tentang Interpretasi Pancasila, ada berbagai perbedaan masyarakat dalam berpendapat yang mana hal ini dapat memicu perdebatan dan kesenjangan perbedaan pendapat.

TikTok Shop dapat menjadikan platformnya sebagai sarana dalam menyebarkan nilai-nilai Pancasila terutama dalam membantu mempromosikan produk UMKM masyarakat agar dapat meraih target pasar seluas mungkin, akan tetapi karena berintegrasi dengan fitur TikTok lainnya sehingga terdapat tantangan dalam menerapkan nilai persatuan bangsa.

Implementasi Pancasila dalam Hukum dan Regulasi TikTok Shop

Isu hukum yang terjadi pada TikTok Shop pada akhir tahun 2023 yang mengenai tentang privasi data, kepatuhan perpajakan, dan perlindungan konsumen memberikan dampak yang sangat signifikan pada hukum Indonesia di masa depan. Pemerintah melakukan tindakan tegas dengan melakukan penutupan fitur TikTok Shop yang menjadi kesatuan dalam aplikasi TikTok. Perusahaan TikTok Shop melakukan perbaikan untuk mengatasi isu tersebut dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan Indonesia yaitu Tokopedia, yang mana Tokopedia akan menaungi segala transaksi yang dilakukan dalam TikTok Shop agar sesuai dengan regulasi yang ada di Indonesia (Muslim, Muktar, & Diamsah, 2023). Mengingat TikTok Shop bukan berasal dari Indonesia, dengan menyesuaikan operasional yang berlaku sesuai dengan pedoman hidup bangsa Indonesia yakni Ideologi Pancasila akan memberikan dampak positif bagi Perusahaan agar dapat mengenal lebih dekat penggunaannya. Berikut beberapa regulasi TikTok Shop yang menyesuaikan dengan penerapan nilai Pancasila dalam kehidupan masyarakat:

1. Berdasarkan Sila ke-1: TikTok Shop melarang adanya konten yang mengandung SARA, penistaan agama, dan pornografi; mewajibkan penjual untuk mencantumkan informasi terkait kandungan dalam produk; bekerja sama dengan lembaga terkait memastikan keamanan serta kehalalan produk yang dijual (Nurmalasari & Latifah, 2023).
2. Berdasarkan Sila ke-2: TikTok Shop mengintegrasikan keamanan aplikasi untuk melindungi data pribadi pengguna; menyediakan fitur pemblokiran dalam melaporkan pelanggaran, seperti *bullying*, pelecehan, maupun peng-eksploitasian; memberikan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran tentang etika dan keamanan dalam era Digital (Putri, Prasetya, Handayani, & Fitriani, 2023).
3. Berdasarkan Sila ke-3: TikTok Shop memberikan wahana bagi UMKM di Indonesia untuk memasarkan produk bisnis mereka; membantu pemerintah dalam program literasi digital dan ekonomi kreatif; menjadi sarana bagi masyarakat Indonesia agar saling bertukar informasi (Julianto, 2022).
4. Berdasarkan Sila ke-4: TikTok Shop menyediakan fitur *Customer Service* untuk membantu pengguna yang mengalami masalah/kendala; menyediakan fitur *Rating* dan *Review* produk sehingga dapat membantu pengguna dalam memilih produk yang tepat; memberikan promo berupa potongan harga dan pembebasan ongkos kirim bagi seluruh pengguna (Tusanputri & Amron, 2021).
5. Berdasarkan Sila ke-5: Dalam bertransaksi pada TikTok Shop terdapat larangan monopoli dan diskriminasi produk sesama UMKM; mengintegrasikan keamanan dalam bertransaksi akan pembayaran produk yang hendak dibeli; semua pengguna diberikan kesempatan yang sama dalam berjualan dan mendapatkan keuntungan (Anggraeni, 2023).

SIMPULAN

Perkembangan teknologi memberikan dampak positif, salah satunya terciptanya platform *e-commerce* yang mana mempermudah konsumen dalam melakukan kegiatan jual-beli lebih efisien dan efektif dari segi biaya, tenaga, maupun waktu. Salah satu *marketplace* yang digemari masyarakat Indonesia saat ini adalah TikTok Shop, fitur yang terintegrasi dalam aplikasi TikTok ini memiliki strategi marketing yang sangat inspiratif bagi *marketplace* lainnya, adanya fasilitas video berdurasi

singkat sampai *Live* TikTok yang cukup menarik minat penggunanya karena timbulnya perasaan mengenal lebih dekat dengan produk sehingga memberikan jaminan kepercayaan pengguna yang mana memiliki pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian. Kepercayaan pengguna dapat terbentuk melalui keamanan data pribadi dan informasi keuangan pengguna. Dalam hal ini Manajemen Sekuriti berperan penting dalam mengelola dan menjaga keamanan data perusahaan. Pengelolaan keamanan *marketplace* dapat berpedoman pada nilai-nilai Pancasila dengan cara memahami dan menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa hadirnya TikTok *Shop* sangat membantu pemilik usaha bisnis yang baru merintis untuk dapat meraih target pasar yang luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Hal ini tentunya dapat menjadi kekuatan bisnis sekaligus merupakan bentuk dari penerapan nilai-nilai Pancasila terutama dalam nilai persatuan dan keadilan sosial. Dalam menerapkan nilai-nilai Pancasila pada sistem operasional dan regulasi yang berlaku pada TikTok *Shop* tentunya memiliki manfaat dan tantangan tersendiri yang mana Pancasila merupakan ideologi negara sekaligus panduan kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat TikTok merupakan perusahaan asing yang ingin berkembang di Indonesia maka hal ini dapat membuka peluang diterimanya TikTok *Shop* dengan baik oleh masyarakat luas.

Disetiap perkembangan teknologi tentunya terdapat dampak positif dan dampak negatif. Tentunya TikTok *Shop* mempunyai peran besar pada dunia bisnis digital di Indonesia, namun tidak dapat dipungkiri terdapat beberapa tantangan yang masih harus diatasi oleh TikTok *Shop* agar dapat meningkatkan keamanan, kenyamanan, serta kemudahan bagi pengguna. Beberapa tantangan tersebut ialah konten tidak pantas maupun penyalahgunaan platform yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai nilai Pancasila dalam kehidupan. Diharapkan TikTok *Shop* dapat lebih memperhatikan nilai-nilai Pancasila dalam sistem operasionalnya dan memperhatikan kepatuhan terhadap regulasi di Indonesia sehingga dapat menjadi masyarakat dapat mengenal fitur TikTok *Shop* lebih dekat.

REFERENSI

- Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Menumbuhkembangkan Kesadaran Masyarakat Dapat Meningkatkan Ketahanan Pangan Nasional. (2012). *Faculty of Law Patimura University*.
- Adam, B. (2018). *Peranan Manajemen Strategi dan Manajemen Operasional Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi Kasus di SMPN 13 Depok, Jawa Barat)*. Jakarta: Jurnal Tahdzibi : Manajemen Pendidikan Islam.
- Anggraeni, L. A. (2023). Tantangan Kompetisi dan Risiko Monopoli dalam Transformasi Digital E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Aprilia, Y., Khilmia, A., & Ahmad, Z. I. (2022). *Manajemen Risiko Operasional Pada Perbankan Syariah: Bibliometrik*. Madura: Faculty of Islamic Economic and Business (IAIN Madura).
- Ardhani, M. D., Utaminingsih, I., Ardana, I., & Fitriyono, R. A. (2022). IMPLEMENTASI NILAI-NILAI PANCASILA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI. *Jurnal Gema Keadilan*.
- Augustina, N. (2020). Nilai-Nilai Pancasila. *Tim Redaksi newsletter Lemhannas RI*, 3.
- Iskandar, O., & Nurlaila, S. (2021). *Bahan Ajar Mata Kuliah Manajemen Sekuriti Edisi ke -1 (Untuk Kalangan Sendiri) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*. Bekasi Utara: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Julianto, I. R. (2022). Potensi Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran Berintegrasi Profil Pelajar Pancasila Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Metamorfosa*, 71 - 82.
- Mahardhika, W. T., Fauzi, A., Supu, A. L., Purnama, L. G., Fadilah, S., & Airani, V. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop pada Marketplace Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*.
- Muslim, S., Muktar, & Diamsah, S. (2023). Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 952-963.
- Nasution, R. A., Prayoga, Y., & Halim, A. (2022). The Influence of Ease of Use, Privacy, Security and Efficiency on Shopping Decisions Using the TikTok Shop. *Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*.

- 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*.
- Nurmalasari, & Latifah. (2023). Pengaruh Keamanan, Kualitas Informasi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*.
- Putra, R. G., Fauzi, A., Prasetyo, E. T., Pratama, S. R., Ramadhan, I. D., Febriyanti, et al. (2023). Pentingnya Manajemen Sekuriti di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*.
- Putri, N., Prasetya, Y., Handayani, P. W., & Fitriani, H. (2023). TikTok Shop: How trust and privacy influence generation Z's purchasing behaviors. *Cogent Social Sciences*.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*.
- Sitohang, G. S., Siahaan, P. G., Purba, N. R., Siregar, F. A., Irsyad, F. R., Sari, G., et al. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PERUBAHAN SIKAP GENERASI MUDA TERHADAP IMPLEMENTASI NILAI-NILAI PANCASILA DI SMPN 27 MEDAN. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 27871-27879.
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce tiktok shop. *Forum Ekonomi*, 632-639.