

**PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM MENDUKUNG
OPERASIONAL LAYANAN PELANGGAN PADA TIKTOK SHOP**

Gilang Harshavardhana¹, Nur Alam Saputra², Rangga Al Fatah Said³, Muhammad Syahrul Badawi⁴, Akmal Fadilah Efendi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Jakarta, Tangerang Selatan.

¹ gilangharshavardhana09@gmail.com

² nuralamsaputra0@gmail.com

³ ranggaalfatah09@gmail.com

⁴ badawisyahrul0@gmail.com

⁵ akmalfadilah2003@gmail.com

Informasi artikel

Diterima :

19 November 2025

Direvisi :

12 Desember 2025

Disetujui :

09 Januari 2026

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the way businesses operate, particularly on social media platforms such as TikTok, which now functions not only as an entertainment medium but also as a marketplace through the TikTok Shop feature. This study aims to analyze the role of Management Information Systems (MIS) in supporting customer service operations on TikTok Shop. The main focus of this research includes operational efficiency, customer data management, information quality, and user satisfaction. The analysis shows that MIS plays a significant role in enhancing the operational effectiveness of TikTok Shop through data integration, real-time transactions, and strong information security. In addition, ease of use, service quality, and perceived benefits contribute positively to customer satisfaction. TikTok Shop also utilizes cloud-based technology and data analysis algorithms to provide a more personalized and secure shopping experience. Overall, the effective implementation of MIS has been proven to improve business efficiency while strengthening customer loyalty toward the platform.

Keywords : E-Commerce, Kepuasan pelanggan, Sistem informasi manajemen, Tiktok, Tiktokshop.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam bisnis, khususnya pada *platform* media sosial yang kini berperan ganda sebagai wadah interaksi sosial dan wadah perdagangan elektronik. Tiktok Shop merupakan inovasi *e-commerce* yang menyatukan fitur hiburan dan transaksi penjualan, yang memungkinkan pengguna untuk

berbelanja secara langsung melalui aplikasi Tiktok dengan interaksi yang lebih kreatif dan personal. Integrasi antara media sosial dan sistem *e-commerce* menghadirkan tantangan tersendiri dalam pengelolaan operasional, terutama dalam aspek layanan pelanggan.

Sistem Informasi Manajemen (SIM) memegang peran penting dalam mendukung operasional layanan pelanggan pada Tiktok Shop, mulai dari pengelolaan data, transaksi, hingga keamanan informasi. SIM yang handal memberikan efisiensi dalam bisnis, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mampu mempersonalisasi layanan melalui analisis data perilaku pelanggan. Dengan penggunaan fitur SIM yang efisien, Tiktok Shop mampu menangani transaksi *real time*, integrasi sistem pembayaran, serta memberikan perlindungan data yang ketat bagi para penggunanya.

Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, dan minimnya risiko yang dirasakan oleh generasi Z sebagai pengguna utama Tiktok Shop semakin memperkuat pentingnya pengelolaan SIM dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Studi pada UMKM pun menunjukkan peran strategis Tiktok Shop dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan, dengan fitur analitik serta *live streaming* yang membantu mengoptimalkan interaksi dan penjualan. Namun, tantangan dalam adaptasi fitur dan perubahan aplikasi juga menuntut pengelolaan SIM yang adaptif dan responsif. (Mayrena & Anwar, 2023)

Dengan demikian, analisis terhadap peran Sistem Informasi Manajemen sangat relevan untuk memahami bagaimana Tiktok Shop sebagai platform *e-commerce* berbasis media sosial mampu mendukung layanan pelanggan yang efektif, efisien, dan adaptif terhadap kebutuhan pasar digital yang dinamis.

KAJIAN LITERATUR

Definisi Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengelola serta mengolah data sehingga dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuan operasionalnya. Dari sudut pandang lain, SIM dapat dipahami sebagai penggunaan sumber daya seperti staf akuntansi manajemen, data, teknologi, dan prosedur tertentu untuk menyelesaikan berbagai masalah terkait layanan, operasional, maupun strategi perusahaan. Dengan demikian, SIM berfungsi sebagai sistem perencanaan yang menjadi bagian penting dari proses manajemen internal suatu organisasi (Setyowati, 2023). Sistem Informasi Manajemen (SIM) juga merupakan sistem yang digunakan untuk mengolah dan mengorganisasikan data serta informasi yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan, terutama dalam mendukung kegiatan e-commerce.

SIM memanfaatkan manusia, dokumen, data, dan teknologi untuk mengendalikan fungsi internal perusahaan, memecahkan masalah, serta mendukung kegiatan operasional dan pengambilan keputusan (Fitriani, 2023). SIM membantu perusahaan mengintegrasikan seluruh aspek operasional meningkatkan efisiensi, mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik, dan menghadapi tantangan yang ada dalam lingkungan bisnis digital yang cepat berubah. SIM dapat menjadi alat yang kuat untuk mengubah tantangan bisnis menjadi peluang dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam dunia *e-commerce* yang dinamis (Eriana & Muhammad Irwan Padli, 2023).

Tiktok Shop

E-commerce di Indonesia berkembang pesat berkat kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin luas. Belanja daring kini menjadi pilihan utama masyarakat karena dinilai lebih mudah dan praktis. TikTok, aplikasi media sosial asal Tiongkok, juga merambah dunia bisnis dengan meluncurkan fitur TikTok Shop. TikTok Shop menggabungkan unsur hiburan dan perdagangan, menawarkan berbagai promo menarik, serta semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia (Chandra & Cokki, 2024). TikTok Shop bukan hanya platform

e-commerce biasa, tetapi juga merupakan inovasi yang menggabungkan elemen media sosial dan transaksi digital secara terintegrasi. Platform ini memungkinkan pengguna untuk langsung membeli produk yang mereka lihat di konten video, menjadikan proses belanja lebih interaktif dan menyenangkan. TikTok Shop memanfaatkan fitur-fitur unik seperti *live streaming*, kolaborasi dengan influencer, dan konten kreatif yang menarik untuk meningkatkan minat beli pelanggan dan memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan generasi muda (Firdaus et al., 2024).

Keunggulan TikTok Shop terletak pada kemampuannya menggabungkan konten hiburan dan transaksi dalam satu platform, sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan produk, melihat demo penggunaan, dan langsung melakukan pembelian. Fitur *live shopping* menjadi daya tarik utama, model penjualan yang menggabungkan siaran langsung dengan fitur interaktif yang memungkinkan konsumen membeli produk secara *real-time* (Kamilah et al., 2025). TikTok Shop juga menghadirkan tantangan tersendiri, seperti persaingan ketat dari platform *e-commerce* lainnya, integrasi data dari berbagai fitur *e-commerce*, keamanan data pengguna menjadi isu penting mengingat banyaknya informasi pribadi dan finansial yang tersimpan di dalam sistem, serta kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan dan perilaku konsumen yang dinamis (Zulfan & Hermawan, 2025).

Efisiensi Operasional dan Keamanan Data

Efisiensi operasional dalam konteks platform *e-commerce* seperti TikTok Shop berkaitan dengan kemampuan sistem dalam memproses transaksi, mengelola konten, mendistribusikan informasi, serta mendukung interaksi antara penjual dan konsumen secara cepat dan akurat, sistem informasi berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional. Penggunaan SIM berbasis cloud memungkinkan TikTok Shop untuk mengelola volume transaksi yang besar secara cepat dan efisien, serta memperluas jangkauan pasar dan menjangkau lebih banyak pelanggan. efisiensi operasional ini juga memungkinkan platform untuk beradaptasi dengan permintaan yang terus meningkat, serta memberikan skalabilitas dalam manajemen inventaris (Sulam & Fasa, 2025).

SIM pada TikTok Shop memungkinkan pengelolaan data pelanggan, transaksi, dan inventaris secara *real-time*. Hal ini mempercepat proses bisnis, seperti pembayaran, manajemen stok, dan pengiriman, sehingga mengurangi kesalahan manual dan meningkatkan akurasi. Aspek keamanan dalam SIM TikTok Shop melindungi informasi pengguna dari ancaman siber. SIM juga mendukung manajemen transaksi *real-time* selama *live shopping* dengan integrasi sistem pembayaran, manajemen stok, dan pengiriman yang efisien. Pengelolaan transaksi yang cepat dan akurat menjadi kunci keberhasilan TikTok Shop dalam memberikan layanan optimal dan meningkatkan kepercayaan pengguna (Jhoan et al., 2025).

Kepuasan Pelanggan

Dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu produk atau layanan, pelanggan tidak berhenti pada tahap konsumsi saja. Setelah penggunaan, terdapat tahap evaluasi yang menentukan apakah pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau layanan tersebut. Jika pelanggan menerima kualitas layanan yang sesuai dengan harapannya, maka hal tersebut akan menumbuhkan kepuasan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk atau jasa yang digunakan (Putri, 2024). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja atau hasil produk atau layanan dengan harapan mereka. Jika layanan atau produk memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas dan cenderung menggunakan kembali atau merekomendasikan produk atau layanan tersebut. Dalam konteks sistem informasi manajemen, kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai respon dan umpan balik yang dimunculkan pengguna setelah memakai sistem informasi (Yuliyzar et al., n.d.).

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen (SIM) terhadap kepuasan pelanggan sangat signifikan, terutama di era digital saat ini. SIM yang diterapkan dengan baik dapat meningkatkan efisiensi, kualitas pelayanan, dan keamanan informasi, yang pada akhirnya berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Tohir et al., 2023). SIM memungkinkan perusahaan untuk mengelola data pelanggan secara sistematis, mulai dari transaksi, preferensi belanja, hingga umpan balik layanan. Data ini kemudian digunakan untuk personalisasi layanan, seperti rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, serta mempercepat proses transaksi dan respon terhadap keluhan atau pertanyaan pelanggan (Hasibuan et al., 2025).

Memperkuat keamanan data pelanggan sangat penting di era digital karena melindungi informasi sensitif dari kebocoran dan penyalahgunaan. Dengan sistem keamanan informasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap platform, sehingga mereka merasa lebih aman dan nyaman saat bertransaksi. Kepercayaan ini mendorong loyalitas, meningkatkan kenyamanan berbelanja, dan membantu perusahaan menjaga reputasi serta mematuhi regulasi perlindungan data. Keamanan informasi meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap platform, sehingga mereka merasa lebih aman dan nyaman saat bertransaksi (Hani Rabia & Widarto, 2025).

Layanan Pelanggan

Layanan pelanggan adalah segala bentuk bantuan, dukungan, dan interaksi yang diberikan perusahaan kepada konsumennya sebelum, selama, dan setelah proses pembelian untuk memastikan kebutuhan terpenuhi, masalah terselesaikan, serta pengalaman pelanggan tetap positif. Salah satu aspek penting adalah responsivitas, yaitu tingkat kecepatan dan efisiensi perusahaan dalam menanggapi pertanyaan, kebutuhan, atau keluhan pelanggan. Pelanggan mengharapkan rasa aman dalam setiap transaksi, yakin bahwa perusahaan akan menangani masalah atau kekhawatiran mereka secara serius (Padang et al., 2025). Layanan pelanggan dalam *e-commerce* adalah segala aktivitas yang dirancang untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menyediakan layanan yang sesuai berdasarkan kebutuhan atau preferensi pelanggan, dan memberikan penawaran atau layanan yang mungkin akan dibutuhkan pelanggan berdasarkan perilaku mereka (Ariyanto et al., 2024). Layanan pelanggan mencakup interaksi antara perusahaan dan pelanggan, seperti menanggapi pertanyaan, menyelesaikan keluhan, serta memberikan informasi yang relevan (Handayani & Pratiwi, 2024).

Fitur-fitur dalam platform *e-commerce* juga menjadi bagian penting dari layanan pelanggan. Fitur seperti live chat, personalisasi konten, rekomendasi produk, Sistem Pengaduan dan Pengembalian, dan Fitur Komunikasi dan Chatbot AI berfungsi sebagai sarana untuk memberikan layanan yang baik untuk pelanggan. Fitur-fitur ini membantu pengguna dalam menemukan produk, mendapatkan informasi, serta menyelesaikan masalah dengan cepat, sehingga berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan (Tri et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis literatur (*literature review*). Data dikumpulkan melalui penelaahan berbagai jurnal ilmiah yang relevan terkait penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam *e-commerce*, khususnya pada platform Tiktok Shop. Analisis dilakukan dengan meninjau hasil penelitian sebelumnya yang membahas efisiensi operasional, pengelolaan data, keamanan informasi, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan temuan utama mengenai bagaimana SIM mendukung kinerja layanan pelanggan pada Tiktok Shop. Proses analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan agar diperoleh gambaran menyeluruh tentang kontribusi SIM terhadap efektivitas operasional dan kepuasan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Tiktok Shop

Pada peran sistem informasi manajemen dalam meningkatkan efisiensi operasional Tiktok Shop SIM berperan krusial dalam mendukung efisiensi operasional Tiktok Shop dengan mengelola data, transaksi, dan keamanan informasi secara efektif. SIM memungkinkan pengelolaan bisnis *online* yang efisien dengan integrasi *cloud computing*, yang memberikan skalabilitas dan fleksibilitas untuk menghadapi lonjakan pengguna dan transaksi secara *real time*. Penggunaan SIM juga mempercepat proses transaksi dan koordinasi layanan seperti manajemen stok dan pengiriman, sehingga meningkatkan efektivitas operasional *platform*.

Sistem informasi manajemen dalam pengelolaan data dan informasi pelanggan di Tiktok Shop menggunakan SIM untuk pengelolaan data pelanggan dengan memanfaatkan algoritme yang menganalisis perilaku pembelian dan preferensi pengguna untuk memberikan rekomendasi produk yang personal. Data transaksi, interaksi selama *live shopping*, serta *feedback* pelanggan diolah secara sistematis untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan pemasaran yang lebih tepat sasaran. SIM juga menjamin keamanan data melalui enkripsi dan deteksi aktivitas mencurigakan guna melindungi privasi pengguna.

Tiktok Shop memanfaatkan Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang efisien untuk mendukung berbagai aspek operasionalnya, mulai dari pengelolaan data, manajemen transaksi, keamanan informasi, hingga integrasi antara media sosial dan *e-commerce*. Dalam hal pengelolaan data, SIM berperan penting dalam merekam dan menganalisis setiap transaksi, preferensi, serta perilaku belanja pengguna untuk memberikan rekomendasi produk yang relevan dan mempersonalisasi pengalaman belanja. Sistem ini membantu menciptakan pengalaman belanja yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat pengguna.

Aspek keamanan juga menjadi perhatian utama dalam penerapan SIM di Tiktok Shop. Sistem ini dilengkapi dengan teknologi enkripsi data, firewall, serta sistem deteksi dini terhadap aktivitas mencurigakan untuk melindungi informasi pengguna dari ancaman siber. Selain itu, SIM juga mendukung manajemen transaksi secara *real-time* selama sesi belanja *live* dengan mengintegrasikan sistem pembayaran, manajemen stok, dan pengiriman secara efisien. Pengelolaan transaksi yang cepat dan akurat menjadi salah satu kunci keberhasilan Tiktok Shop dalam memberikan layanan yang optimal kepada penggunanya.

Keunggulan Tiktok Shop terletak pada kemampuannya dalam mengintegrasikan fitur media sosial dengan sistem *e-commerce* melalui dukungan SIM berbasis cloud. Integrasi ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung melalui video pendek dan *live shopping* sambil melakukan transaksi secara instan. Penggunaan teknologi cloud computing juga meningkatkan efisiensi operasional dengan memberikan fleksibilitas dan skalabilitas tinggi dalam manajemen data serta inventaris. Secara keseluruhan, penerapan SIM di Tiktok Shop mampu menangani kompleksitas operasional, memastikan kelancaran transaksi, menjaga keamanan informasi pengguna, dan menciptakan pengalaman belanja yang inovatif, personal, serta aman bagi seluruh penggunanya.

Sistem informasi manajemen dalam pengelolaan data dan informasi pelanggan di Tiktok Shop

Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada aplikasi *e-commerce* Tiktok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna karena kemampuannya dalam mengelola data dan memberikan respon cepat terhadap kebutuhan pengguna. SIM berfungsi dalam menciptakan kepuasan pengguna dengan mengelola dan memproses data yang dibutuhkan secara efektif sehingga menghasilkan respons yang sesuai dengan harapan. Kepuasan pengguna dalam sistem informasi merupakan respon dan umpan balik yang dimunculkan pengguna setelah memakai sistem informasi, di mana kepuasan muncul ketika hasil yang diperoleh sesuai atau melebihi ekspektasi mereka. (Hutapea & Hegarini, 2024)

Selain itu, SIM juga berperan penting dalam mendukung penyediaan kualitas informasi yang dibutuhkan pelanggan. Kualitas informasi yang akurat, relevan, dan mudah diakses dapat mendorong minat beli konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan Tiktok Shop. Kualitas informasi yang baik juga dapat mencegah perpindahan pelanggan, karena informasi yang tidak sesuai dengan harapan dapat membuat pengguna beralih ke platform lain. Oleh karena itu, SIM di Tiktok Shop harus memastikan bahwa data dan informasi yang disajikan mengenai produk, harga, serta promosi selalu mutakhir dan sesuai kebutuhan pengguna. Kualitas informasi yang diperoleh seseorang dapat mendorong minat beli konsumen terhadap suatu barang atau jasa, sedangkan kualitas informasi yang buruk dapat menyebabkan konsumen beralih ke tempat lain.

SIM juga memfasilitasi peningkatan kualitas pelayanan pelanggan dengan menyediakan platform yang memungkinkan interaksi dan respon cepat terhadap kebutuhan pengguna. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pengguna terhadap Tiktok Shop. Pelayanan yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan menciptakan pengalaman positif dan memperkuat kepercayaan terhadap platform. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dan kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan serta mendorong konsumen untuk kembali membeli produk di tempat yang sama.

Fitur Pada Tiktok Shop Untuk Mendukung Layanan Pelanggan

Fitur platform e-commerce, seperti *live shopping* atau siaran langsung, personalisasi konten, dan rekomendasi produk berbasis data pelanggan, berperan krusial dalam meningkatkan layanan pelanggan secara efektif. Penelitian membuktikan bahwa fitur-fitur ini mempermudah pengguna mencari produk, memperoleh informasi, dan mengatasi masalah dengan lebih cepat, sehingga langsung berkontribusi pada kepuasan pelanggan. *live shopping* atau siaran langsung memungkinkan komunikasi langsung dan responsif dengan pelanggan, mempercepat penyelesaian masalah dan meningkatkan pengalaman pengguna. Konsep *live shopping* atau siaran langsung sambil berjualan pun menjadi daya tarik baru yang memperkaya pengalaman konsumen. Fitur ini memfasilitasi interaksi secara real-time antara penjual dan pembeli, sehingga menumbuhkan kedekatan emosional serta tingkat kepercayaan yang lebih tinggi (Athaya & Rachbini, 2025).

Platform TikTok Shop memanfaatkan teknologi personalisasi konten untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Personalisasi ini mencakup rekomendasi produk berdasarkan riwayat belanja, preferensi, dan tren yang sedang berkembang. Personalisasi konten dan rekomendasi produk berbasis data pelanggan membantu pengguna menemukan barang yang relevan dengan preferensi mereka, sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih cepat dan efisien. TikTok Shop menyediakan sistem pengaduan dan pengembalian barang yang terstruktur, sehingga pelanggan dapat mengajukan keluhan atau meminta pengembalian produk dengan proses yang mudah dan transparan. Sistem ini dilengkapi dengan dukungan pelanggan yang responsif, serta kebijakan pengembalian yang jelas, yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan karena memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi (Sihite et al., 2022).

TikTok Shop menyediakan fitur pesan pembeli yang memungkinkan penjual untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, baik sebelum maupun setelah pembelian. Fitur ini sangat penting untuk menjawab pertanyaan, menangani keluhan, serta memberikan informasi produk secara cepat dan akurat. Selain itu, TikTok Shop juga mengintegrasikan chatbot berbasis AI yang dapat menjawab pertanyaan umum, membantu pelanggan melacak pesanan, dan memberikan informasi produk secara otomatis, sehingga layanan pelanggan menjadi lebih responsif tanpa harus selalu online (Padang et al., 2025).

Pengaruh penggunaan sistem informasi manajemen terhadap kepuasan pelanggan di Tiktok Shop

Penggunaan sistem informasi manajemen (SIM) di Tiktok Shop berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. SIM mendukung pengelolaan data yang efisien, transaksi yang lancar, keamanan informasi, serta memberikan pengalaman pengguna yang optimal dan personal. Dengan SIM, Tiktok Shop dapat lebih responsif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan menjaga keamanan data, sehingga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Integrasi sosial media dengan *e-commerce* kini menjadi kecenderungan baru yang memudahkan konsumen berbelanja sekaligus menikmati konten hiburan. Dalam hal ini, Sistem Informasi Manajemen (SIM) berperan besar dalam mengatur operasional Tiktok Shop, mulai dari pengelolaan data, proses transaksi, sampai menjaga keamanan informasi pengguna. Tiktok Shop memanfaatkan SIM untuk mengolah data secara efisien. Semua aktivitas transaksi, preferensi konsumen, hingga perilaku belanja direkam dan diolah untuk menghasilkan rekomendasi produk yang lebih tepat sasaran. Melalui algoritma yang digunakan, sistem tersebut mampu memberikan pengalaman yang lebih personal dengan menampilkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. (Febrianti et al., 2024)

Tiktok Shop menyediakan fitur dan pelayanan yang hampir setara dengan platform *e-commerce* lainnya. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi ini sangat berkaitan dengan tiga aspek utama yang dikenal dengan 3K, yaitu kenyamanan, keamanan, dan kesederhanaan dalam berbelanja. Pengguna dapat dengan mudah menavigasi menu, mencari dan memilih produk sesuai keperluan, serta melakukan proses pembayaran hingga transaksi selesai tanpa merasa rumit. Tingkat kemudahan ini menjadi faktor penting karena semakin sederhana dan aman proses yang ditawarkan aplikasi, maka semakin besar pula peluang pengguna merasa nyaman saat berbelanja.

Selain itu, aplikasi yang dirancang *user-friendly* akan memberi pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan, sehingga pengguna tidak hanya sekadar melakukan pembelian, tetapi juga merasa puas dengan proses yang mereka lalui. Pada akhirnya, kemudahan penggunaan ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen, di mana pengguna yang merasa puas cenderung akan kembali melakukan pembelian di masa berikutnya. Dengan kata lain, pengalaman positif yang ditawarkan Tiktok Shop melalui kemudahan penggunaan aplikasinya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat minat belanja berkelanjutan. (Fahlapi et al., 2025)

Dalam kesehariannya, Generasi Z cenderung lebih memilih berbelanja secara online daripada pergi langsung ke toko fisik. Cara ini dianggap lebih praktis karena memudahkan mereka dalam memperoleh dan memenuhi berbagai kebutuhan. Berdasarkan hasil persepsi yang dikumpulkan, sebanyak 90% responden dari Generasi Z menyatakan bahwa fitur-fitur Tiktok Shop memberikan kemudahan yang sangat tinggi dalam penggunaannya. Selain itu, 85,56% menyetujui bahwa Tiktok Shop memberikan manfaat nyata dalam proses transaksi yang mereka lakukan. Sementara itu, persepsi mengenai risiko menunjukkan bahwa 93,35% Generasi Z menilai bahwa penggunaan Tiktok Shop memiliki tingkat risiko yang relatif rendah. (Rosma & Aulia, 2022)

SIM juga mendukung pengelolaan data pengguna dan transaksi secara efisien, serta memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam berbelanja, serta mempersonalisasi pengalaman pengguna melalui rekomendasi produk yang relevan berdasarkan data historis. Hal ini dapat membuat pengguna, terutama generasi Z, merasa lebih mudah dan nyaman dalam bertransaksi di Tiktok Shop. Secara keseluruhan, SIM di Tiktok Shop tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberi pengalaman berbelanja yang optimal bagi pelanggan, sehingga secara langsung SIM pada Tiktok Shop

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang sangat penting dalam menjaga pertumbuhan bisnis platform.

Tantangan dan solusi yang dihadapi dalam implementasi sistem informasi manajemen pada Tiktok Shop

Implementasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada Tiktok Shop menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Salah satu tantangan utamanya adalah integrasi data dari berbagai fitur *e-commerce*, seperti manajemen inventori, transaksi, serta layanan pelanggan, yang harus berjalan secara real time dan sinkron dengan sistem Tiktok utama. Selain itu, keamanan data pengguna menjadi isu penting mengingat banyaknya informasi pribadi dan finansial yang tersimpan di dalam sistem. Tantangan lainnya adalah kemampuan pengguna, terutama penjual baru, dalam beradaptasi dengan teknologi dan memahami cara kerja sistem informasi yang disediakan. Dari sisi teknis, beban server dan kestabilan sistem juga dapat menjadi hambatan ketika terjadi lonjakan aktivitas transaksi dalam waktu bersamaan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Tiktok Shop dapat menerapkan beberapa solusi strategis. Pertama, memperkuat infrastruktur teknologi dengan menggunakan sistem cloud yang lebih stabil dan scalable agar mampu menampung volume data yang besar. Kedua, meningkatkan keamanan data melalui enkripsi dan autentikasi ganda guna melindungi informasi pengguna. Ketiga, menyediakan pelatihan dan panduan interaktif bagi para penjual agar lebih mudah memahami cara penggunaan fitur SIM. Selain itu, Tiktok Shop juga perlu melakukan pemeliharaan sistem secara berkala serta mengembangkan layanan dukungan pelanggan yang responsif agar setiap kendala teknis dapat segera diatasi. Dengan penerapan solusi-solusi tersebut, implementasi Sistem Informasi Manajemen pada Tiktok Shop dapat berjalan lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) berperan krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional Tiktok Shop melalui integrasi data, pengelolaan transaksi *real-time*, dan keamanan informasi yang kuat. SIM juga membantu dalam memberikan layanan pelanggan yang cepat, tepat, serta personal melalui analisis perilaku pengguna dan rekomendasi produk yang relevan. Faktor kemudahan penggunaan, kecepatan respons, dan kualitas informasi terbukti berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun demikian, implementasi SIM juga menghadapi tantangan seperti pembaruan sistem yang cepat, kurangnya pemahaman pengguna terhadap fitur baru, dan risiko keamanan data. Solusi yang disarankan meliputi peningkatan edukasi pengguna, optimalisasi infrastruktur berbasis cloud, serta pengembangan sistem adaptif berbasis kecerdasan buatan (AI). Secara keseluruhan, penerapan SIM yang efektif mampu memperkuat daya saing Tiktok Shop di pasar digital serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Ariyanto, A., Ghozali, Z., Munyati, Ambarwati, R., Nelly, Revita, N., Firdaus, Sudirman, A., & Pratisila, M. (2024). *Manajemen Layanan Pelanggan* (Evi Damaya). WIDINA MEDIA UTAMA.
- Athaya, M. S. M., & Rachbini, W. (2025). *PENGARUH FITUR DAN DESAIN PLATFORM E-COMMERCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WILAYAH JABODETABEK*. 8(8).
- Chandra, W., & Cokki. (2024). *PERAN KUALITAS LAYANAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TIKTOK SHOP*. 06(02), 552–558.
- Eriana, S., & Muhammad Irwan Padli, N. (2023). *PERANAN SISTEM INFORMASI*

- MANAJEMEN (SIM) DALAM STRATEGI PEMASARAN BISNIS E-COMMERCE*. 01(10).
- Fahlapi, R., Prayogo, O., Priyani, S. D., Anggraeni, D. E., Nduru, A. D. C., & Darmayanti, A. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tiktok Shop di Era Digital Riza*. 8(12), 1–12.
- Febrianti, F., Xenoglosi, B. G., & Ramadhan, F. (2024). *Jurnal Spektrum Ekonomi ANALISIS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA TIKTOK SHOP*. 7(11), 41–45.
- Firdaus, R. F., Fasa, M. I., Syariah, P., Islam, U., & Raden, N. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Digital pada Perusahaan E-commerce di Indonesia : Studi Kasus pada Tiktok Shop*. 03(01).
- Fitriani, D. (2023). *TERHADAP PERKEMBANGAN E-COMMERCE DALAM*.
- Handayani, E. P., & Pratiwi, D. (2024). *Prosedur Pelayanan Customer Service E-Commerce Shopee Pada PT Trustfy Digital Indonesia*. 4, 11576–11585.
- Hani Rabia, A. Z., & Widarto, R. (2025). *PENGARUH PERLINDUNGAN INFORMASI PRIBADI DAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN E-COMMERCE DI INDONESIA*. 20(10).
- Hasibuan, D. P., Bangun, B., & Sihombing, V. (2025). *Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Jasa*. 4, 60–63.
- Hutapea, N. C., & Hegarini, E. (2024). *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi E-Commerce TikTok*. 4307(August), 968–973.
- Jhoan, A., Tito, N., Theofillus, F., & Tiktok, K. (2025). *PENGUNAAN AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM PERKEMBANGAN E-COMMERCE*. 8, 6193–6197.
- Kamilah, A., Leny, M., & Nurmala. (2025). *TRANSFORMASI PERDAGANGAN DIGITAL : ANALISIS REGULASI LIVE SHOPPING DI TIKTOK SHOP DALAM KERANGKA PP NO. 80 TAHUN 2019*. 40(2), 264–272.
- Mayrena, W. A., & Anwar, C. (2023). *Analisi Pemanfaatan TikTok Shop Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm*. 163–171.
- Padang, T. H., Simbolon, M. A. M., & Elanda, Y. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Fitur Dan Promosi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Kepercayaan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi*. 8(1), 720–733.
- Putri, H. A. (2024). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TIKTOK SHOP TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TERKAIT KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN BEHAVIORAL INTENTION*.
- Rosma, A., & Aulia, D. (2022). *Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok*. 2(5), 131–140.
- Setyowati, R. (2023). *PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PELAYANAN KONSUMEN PT KERAMIKA INDONESIA*. 1(1).
- Sihite, S., Maliki, I., & Gunawan, S. (2022). *PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMPLAIN MANAGEMENT PADA PT. SICEPAT EKSPRES BERBASIS ANDROID*. 16(April), 6–11.
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2025). *Inflasi : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Perbankan TikTok Shop sebagai Inovasi Social Commerce : Analisis Pengalaman Pengguna , Kepuasan Konsumen , dan Inflasi : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Perbankan*. 2, 97–106.
- Tohir, M., Primadi, A., Tria, D., & Napitu, D. (2023). *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen , Pada Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 1(4), 181–189.
- Tri, R., Yanto, Y., & Dhia, A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE (STUDI KASUS PENGGUNA TOKO ONLINE SHOPEE)*. 11, 1–13.

- Yuliyzar, I., Deliagustianti, & Rofiq, I. S. (n.d.). *PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN BERBASIS APLIKASI SMARTPHONE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 5(2), 1–8.
- Zulfan, Z., & Hermawan, A. (2025). *Social Commerce 2.0 : TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital*. 3.