

IMPLEMENTASI NILAI KEBANGSAAN BERSUMBER UUD 1945 DAN NKRI PADA FITUR KEAMANAN ONLINE SHOP SHOPEE YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN SEKTOR KOMERSIAL NEGARA

Ade Saputra Marpaung ^{*1}

Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
202210215136@mhs.ubharajaya.ac.id

Edy Soesanto

Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id

Reza Dwi Fitriani

Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
202210215129@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstract

This study aims to determine the Implementation of National Values Sourced from the 1945 Constitution and NKRI in Comparison of Shopee Online Shop Features that Affect the Decision of the State Commercial Sector. And also aims to find out the security features of a Shopee E-commerce application whether the security system is good, safe, accurate or not. because user data security is a major factor affecting the trust of application users. Users will be reluctant to use the application and choose to make purchases elsewhere if they feel their personal data is not safe. Internet users' fears have grown as a result of increased cyberattacks and data leaks in recent years. Therefore, better and more secure security management is needed for user data management. Additionally, the data from this study will be used to inform future investigations that will be conducted to establish relationships between different variables. The following is how the results of the literature study are presented in this article: 1. Shopee for e-commerce, 2. perceived security, 3. security, and 4. security management.

Keywords: Security management, E-commerce, security.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi Nilai-Nilai Kebangsaan Yang Bersumber UUD 1945 dan NKRI pada Perbandingan Fitur Online Shop Shopee yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Sektor Komersial Negara. Dan juga bertujuan untuk mengetahui keamanan fitur dari sebuah aplikasi E-commerce Shopee apakah dalam sistem keamanannya sudah dengan baik, aman, akurat atau belum. karena keamanan data pengguna merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan pengguna aplikasi. Pengguna akan enggan menggunakan aplikasi tersebut dan memilih untuk melakukan pembelian di tempat lain jika mereka merasa data pribadi mereka tidak aman. Ketakutan

¹ Korespondensi Penulis.

pengguna internet telah berkembang sebagai akibat dari meningkatnya serangan siber dan kebocoran data dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, manajemen keamanan yang lebih baik dan lebih aman diperlukan untuk manajemen data pengguna. Selain itu, data dari penelitian ini akan digunakan untuk menginformasikan investigasi di masa depan yang akan dilakukan untuk membangun hubungan antara variabel yang berbeda. Berikut ini adalah bagaimana hasil studi pustaka ditampilkan dalam artikel ini: 1. Shopee untuk e-commerce, 2. Persepsi keamanan, 3. keamanan, dan 4. manajemen keamanan

Kata Kunci: Manajemen sekuriti, E-commerce, keamanan.

PENDAHULUAN

Karena betapa pentingnya pengetahuan di dunia digital ini, maka pemahaman dasar sangat penting sebagai awalan. Salah satu inovasi teknologi yang paling bermanfaat di era modern adalah internet. Hampir semua bidang penting, termasuk komunikasi, pendidikan, dan berbagi informasi, dapat dijangkau melalui internet. Dewasa ini, penggunaan internet tidak dapat dipisahkan dari sektor bisnis dan ekonomi.. Ada banyak cara dan tempat akhir-akhir ini untuk mendapatkan berita, namun yang sering didengar dan di ketahui adalah online. Internet membuat siapa saja dan dimana saja untuk mendapatkan pengetahuan disaat kapan kita membutuhkannya. Internet termasuk sangat pesat perkembangannya dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, dan penggunaannya pun sudah meluas rata hampir disemua kalangan. Data dari APJII menunjukkan bahwa semakin banyak orang Indonesia yang menggunakan internet untuk komunikasi sehari-hari. Ada juga hubungan antara sektor sosial yang berkembang di Indonesia dengan meningkatnya penggunaan internet di negara ini. Salah satu media yang telah diciptakan dan digunakan secara luas oleh orang-orang, organisasi, dan perusahaan adalah internet.

Selain itu, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sangat penting untuk menjaga keamanan data di ranah digital. Landasan hukum untuk penggunaan data elektronik disediakan oleh UU ITE, yang mencakup aspek perlindungan data pribadi, termasuk data yang dihasilkan dari transaksi online, di samping Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Permenkominfo) No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Peraturan ini mengatur keamanan data pribadi yang disimpan dalam sistem elektronik, termasuk yang digunakan oleh bisnis internet. Selain itu, jika aplikasi menyediakan layanan perdagangan komoditas online, aplikasi tersebut mungkin tunduk pada undang-undang khusus industri, seperti yang ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan terkait perdagangan elektronik dan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). Semua pengecer online juga harus mematuhi semua undang-undang dan peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan yang

diterbitkan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan organisasi lainnya..

Globalisasi adalah fenomena yang membawa banyak perubahan dan memberikan kesan bahwa tidak ada akhir dari berbagai kegiatan yang dapat dilakukan. Dalam dunia globalisasi kontemporer, upaya yang berhubungan dengan pendidikan merupakan modal utama yang sangat penting.(Rizky Amalia & Ulfatun Najicha, 2022) Oleh karena itu, di era digital saat ini, Pancasila menjadi penting sebagai pemandu dan penguat bangsa Indonesia dalam menghadapi arus dan pengaruh dari konsekuensi globalisasi. Pada saat ini, globalisasi telah mampu mengubah banyak aspek tatanan global secara signifikan, dan dampaknya terlihat jelas dalam setiap aspek kegiatan sosial di berbagai negara. Kapasitas untuk mengatasi hambatan-hambatan mendasar dan(Mahardhika et al., 2023)

Pengaruh online shop terhadap lapangan kerja di Indonesia cukup signifikan. Online shop telah menciptakan peluang baru bagi individu untuk menjadi pengusaha mandiri dengan membuka toko online mereka sendiri. Saat ini, situasi pekerjaan di Indonesia telah membaik berkat sektor e-commerce, karena diperkirakan ada sekitar 4 juta pekerja yang terlibat dalam ekosistem ini. Dua puluh persen dari populasi tenaga kerja Indonesia, atau sekitar 26 juta orang, dapat dipekerjakan di sektor e-commerce yang sedang berkembang di Indonesia pada tahun 2022. Lapangan kerja baru ini mencakup pekerjaan yang diciptakan untuk mendukung kegiatan e-commerce, seperti manajer UMKM yang bertransisi dari perusahaan offline ke online, dan pekerjaan yang sudah ada tetapi diperbarui dengan kemajuan e-commerce, seperti peran pemrograman atau logistik di perusahaan e-tailing. Hal ini berarti ada peningkatan permintaan untuk pekerjaan terkait seperti fotografi produk, desain grafis, manajemen media sosial, dan pengiriman barang. Seiring dengan pertumbuhan online shop, ada juga peningkatan permintaan untuk pekerja lepas atau freelancer. Banyak perusahaan online mempekerjakan freelancer untuk berbagai tugas seperti penulisan konten, desain grafis, pemasaran digital, dan lain-lain. Online shop bisa membantu mengurangi tingkat pengangguran dengan memberikan peluang kerja baru bagi individu yang sebelumnya mungkin menganggur atau bekerja di sektor informal. Namun, dampaknya terhadap tingkat pengangguran secara keseluruhan mungkin sulit diukur secara langsung karena pengangguran dipengaruhi oleh banyak faktor ekonomi, sosial, dan kebijakan.

Seiring dengan produsen dan distributor, pola pembelian pelanggan juga akan bergeser dalam beberapa hal. Kemudahan dalam berbisnis dan memilih produk telah menyebabkan pertumbuhan tahunan sebesar 25% dalam jumlah pembeli online, yang akan mencapai 65 juta pada tahun 2022. Fakta bahwa membeli barang yang sebanding secara online terkadang lebih murah daripada membelinya secara langsung adalah faktor lain yang berkontribusi terhadap daya tariknya yang semakin meningkat. Misalnya, pembeli di Pulau Jawa, terutama di wilayah metropolitan, menghemat rata-

rata 4-14% lebih banyak saat membeli secara online dibandingkan dengan membeli di toko, hal ini disebabkan oleh fakta bahwa meskipun biaya pengiriman online lebih murah, namun biaya pengiriman barang secara fisik lebih mahal karena biaya operasional yang tinggi, sehingga masyarakat di daerah terpencil dan pedesaan kini dapat menikmati barang-barang yang sebelumnya tidak terjangkau.

Salah satu hasil dari ledakan internet di Indonesia adalah Shopee. Pada tahun 2015, peritel internet Shopee memulai debutnya. Seperti platform e-commerce lainnya, aplikasi Shopee menyimpan informasi pribadi pengguna, termasuk informasi akun, riwayat pembelian, dan informasi pengiriman (Richard Oliver, dalam Zeithml., 2021). Untuk membuat pengguna tetap percaya diri dengan perangkat lunak, keamanan data pengguna sangat penting. Saat melakukan pembelian di aplikasi Shopee, pengguna harus mempertimbangkan dengan cermat manajemen keamanan..(Dilla Agista Ningrum et al., 2023). Dengan demikian, salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan pengguna aplikasi adalah keamanan data pengguna mereka. Pengguna akan enggan menggunakan aplikasi tersebut dan mungkin memutuskan untuk berbelanja di tempat lain jika mereka merasa informasi pribadi mereka tidak aman. Ketakutan pengguna internet telah berkembang sebagai akibat dari meningkatnya serangan cyber dan kebocoran data dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, manajemen keamanan yang lebih kuat dan lebih maju diperlukan untuk manajemen data pengguna. Selain itu, manajemen keamanan yang lebih kuat dan lebih aman diperlukan untuk manajemen data pengguna. Untuk meningkatkan reputasi aplikasinya dan membuatnya lebih mudah digunakan oleh pengguna, Shopee harus memperkuat keamanannya. Pengguna lebih cenderung menggunakan aplikasi dan melakukan pembelian di sana jika mereka merasa nyaman bahwa informasi pribadi mereka aman. Untuk meningkatkan kepercayaan diri pengguna dan Untuk meningkatkan kemungkinan pembelian, Shopee harus meningkatkan protokol keamanan mereka.

Keamanan adalah kemampuan pedagang online untuk melakukan sesi chatting yang sering dan melindungi privasi data dan transaksi yang sedang berlangsung." Sulistyno (2011) menegaskan dalam (Setyarko, 2016) bahwa "Jika konsumen merasa suatu produk mudah digunakan, maka mereka akan cenderung tertarik untuk menggunakan produk tersebut." Faktor penting lainnya yang mempengaruhi penilaian tentang apa yang akan dibeli adalah kepercayaan. Kepercayaan digambarkan sebagai "suatu keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan dari suatu penyedia layanan belanja online setelah mempertimbangkan karakteristik dari penyedia layanan belanja online tersebut", menurut Nismawati (2018) dalam (Vivi Wijaya Lestari & Rizal, 2016). Berdasarkan justifikasi yang diberikan, para peneliti sangat ingin menjelaskan bagaimana pertimbangan keamanan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli. "Kapasitas toko untuk menjaga dan mengelola data pelanggan saat melakukan transaksi online dikenal sebagai keamanan. Karena

informasi tidak memiliki substansi fisik, keamanan adalah sarana yang dapat digunakan untuk menghindari penipuan atau setidaknya mendeteksi penipuan dalam sistem berbasis informasi. Dijelaskan bahwa, sama halnya dengan transaksi bisnis di dunia nyata, bisnis online harus memupuk dan menjunjung tinggi kepercayaan pelanggan dan klien mereka dengan menjaga komunikasi yang sangat baik dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Kedua elemen ini sangat diperlukan untuk menjaga agar bisnis web tetap beroperasi secara berkesinambungan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan berfokus pada literatur. Kami dapat memastikan apakah ada hubungan dampak antara komponen lain dengan membandingkan temuan penelitian dengan literatur yang ada. Google Scholar adalah salah satu sumber digital yang digunakan dalam tinjauan literatur ini. Tujuan dari tinjauan literatur adalah untuk menghasilkan ringkasan atau landasan untuk penelitian yang relevan. (Mahardhika et al., 2023)

Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah untuk menemukan pola dan perbedaan di antara berbagai temuan penelitian saat ini.

No	(Author, Tahun)	Judul	Persamaan jurnal	Perbedaan jurnal
1	(Pebiyanti et al., 2023)	Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review).	keputusan pembelian belanja marketplace bersinggungan secara signifikan terhadap Keamanan dan kepercayaan	Kepercayaan mempengaruhi keputusan yang dibuat saat berbelanja online.
2	(Iskandar & Irfan Bahari Nasution, 2019)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU).	keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi Kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh terhadap	Kepercayaan, keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap online shop

3	(Ilmiyah & Krishnawan, 2020)	Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.	Keamanan memiliki dampak yang baik dan substansial terhadap keputusan pembelian.	Ulasan produk tidak memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
---	------------------------------	--	--	---

4	(Nugroho & Tjahjaningsih, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Shopee	Tidak sesuai dengan harapan, dan kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan	Kualitas pelayanan yang sangat berpengaruh besar dan signifikan terhadap kepuasan dan keputusan konsumen
5	Ana Fauziah, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, Edy Suryawardana (2021)	Kepuasan Pelanggan Belanja Online (Pada Marketplace Tokopedia)	Ekspektasi dan kepuasan adalah dua kualitas yang secara signifikan menambah kepercayaan basis klien Tokopedia.	Persepsi dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen tokopedia
6	Fauzan Hidayatullah, Kadek Aryana Dwi Putra, Rosnani Abdul Rahman, Mulawarman (2021)	Mediatisasi Belanja Online Shop (Shopee) Melalui Teknologi Media	Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh harapan dan kesenangan pelanggan.	Kenyamanan yang diberikan oleh shoppe perlahan menjadi hal biasa yang diterima masyarakat

7	Choirudin, Muhammad, et al. (2023)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia.	Tingkat keamanan yang ditegakkan oleh manajemen keamanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan Shopee.	Privasi juga memiliki dampak terhadap hasrat keinginan bertransaksi secara online di shopee
8	Desky, Harjoni, Rina Murinda, and Razali Razali. (2022)	Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe.	Persepsi bahaya dan keamanan berdampak pada pembelian yang dilakukan menggunakan aplikasi Shopee..	Online Consumer Review mempengaruhi keputusan pembelian oleh user Shope
9	Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021).	Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee.	Persepsi bahaya dan keamanan berdampak pada pembelian yang dilakukan menggunakan aplikasi Shopee.	Kualitas informasi serta kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian pada Shopee
10	Agustiningrum, Dian, and Anik Lestari Andjarwati.(2021)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace	menunjukkan bagaimana keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh perasaan	Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh

			aman dan percaya.	kepercayaan dan keamanan.
11	Desky, Harjoni, Rina Murinda, and Razali Razali. (2022)	Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumenten Shopee di Kota Lhokseumawe	menjelaskan bagaimana keinginan untuk membeli dipengaruhi oleh persepsi yang jujur dan tulus..	Studi ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas informasi yang tersedia Ditempat Pasar Shopee
12	Alghifari, Aruf Yusuf, and Tri Septin Muji Rahayu. (2021)	Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Studi ini menyimpulkan bahwa kepercayaan dalam keputusan pembelian tidak terbukti dalam keputusan pembelian yang dibuat untuk toko online Shopee.	Keputusan tentang apa yang akan dibeli di toko online Shopee tidak dipengaruhi oleh Kepercayaan .
13	Dani Iskandar & Irfaan Bahari (2019)	Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan, keamanan dan	Nilai ulasan pada produk tidak terlalu berpengaruh pada tingkat keputusan pembeli di

			kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	online shop lazada
14	Agus Sriyanto & Aris Wahyu Kuncoro (2019)	Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur	Duta merek memiliki dampak yang baik dan cukup besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk dari peritel online.	Keamanan dan kualitas tidak terlalu berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian di kalangan konsumen online shop shoppe
15	Suhir, Moch, and Riyadi Imam Suyadi. (2019).	Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online	Diskon, kualitas online, dan risiko yang dirasakan semuanya memiliki manfaat yang sangat menguntungkan, sedangkan kepercayaan hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak memiliki efek positif.	Kualitas produk berpengaruh positif pada keputusan pembelian konsumen

PEMBAHASAN

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi dan Informasi Elektronik (UU ITE)

- a. bahwa Indonesia saat ini telah menjadi bagian dari masyarakat informasi global karena adanya globalisasi informasi, sehingga perlu dibuat peraturan nasional yang mengatur pengelolaan informasi dan transaksi elektronik untuk mendorong perkembangan teknologi informasi secara efisien, merata, dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat serta meningkatkan kehidupan berbangsa dan bernegara;
- b. bahwa pertumbuhan dan perkembangan teknologi informasi yang cepat telah mengubah cara hidup manusia dalam berbagai konteks, yang berdampak langsung pada munculnya undang-undang hukum baru;
- c. bahwa untuk melindungi, melestarikan, dan meningkatkan persatuan dan kesatuan, penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi harus terus dikembangkan
- d. dan kohesi nasional yang didasarkan pada aturan dan undang-undang yang melayani kepentingan negara;
- e. bahwa penggunaan teknologi informasi sangat penting dalam perdagangan dan perluasan ekonomi nasional untuk mencapai kesejahteraan bersama;
- f. bahwa pemerintah harus mendorong pertumbuhan teknologi informasi dengan menetapkan kerangka hukum dan peraturan yang diperlukan, memastikan bahwa penggunaannya aman dan mencegah penyalahgunaan dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial budaya dan agama yang dianut oleh masyarakat Indonesia;

Permenkominfo (Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika) No. 20 Tahun 2016

1. Bagian dari proses menjaga informasi pribadi dalam sistem elektronik termasuk mengambil tindakan pencegahan untuk menghentikan akuisisi, pengumpulan, pemrosesan, analisis, penyimpanan, penyimpanan, tampilan, pengumuman, pemindahan, distribusi, dan pemusnahan informasi pribadi.
2. Prinsip-prinsip perlindungan data pribadi yang baik berikut ini harus diikuti ketika menggunakan instruksi yang diuraikan dalam ayat (1):
3. Hak, kecuali ditentukan lain sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang relevan, dari Pemilik Data Pribadi untuk menyatakan kerahasiaan data pribadi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a.
4. Pemilik Data Pribadi harus memverifikasi keakuratan, status kerahasiaan, dan tujuan penggunaan data sebelum memberikan otorisasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b.

Bagaimana keamanan mempengaruhi pilihan pembeli online di pasar Shopee

Anda dapat berbelanja di Shopee dengan percaya diri jika Anda menggunakan aplikasi Shopee. Saat melakukan transaksi online, konsumen sangat khawatir tentang keamanan informasi pribadi mereka. Pelanggan mungkin merasa lebih aman mengetahui bahwa transaksi keuangan dan informasi pribadi mereka dilindungi berkat fitur pengembalian Shopee. Pelanggan harus merasa tenang karena mengetahui bahwa mereka menerima layanan yang menjamin keamanan mereka, dan aplikasi Shopee harus memastikan bahwa pengguna selalu merasa aman saat melakukan pembelian. Misalnya, pengguna aplikasi Shopee melaporkan merasa lebih aman sebagai hasil dari keamanan pasar. Shopee melindungi uang pelanggan sampai barang dikirim dan menawarkan opsi pengembalian. Produk yang tidak sesuai tidak mengakibatkan kerugian finansial bagi pelanggan.

Kemampuan pedagang online untuk mengontrol dan menjaga kerahasiaan informasi keuangan konsumen mereka dikenal sebagai keamanan. Pembelian online, seperti bentuk belanja lainnya, dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen. Orang-orang di TAM dapat menerima dan menggunakan teknologi. Sistem apa pun yang menangani data pribadi atau melakukan transaksi keuangan online akan aman berkat gagasan bahwa penilaian tentang apa yang harus dibeli dipengaruhi oleh keamanan transaksi online.

HASIL

1. Pentingnya Peraturan Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik

Perlindungan data pribadi memastikan bahwa informasi sensitif seperti nama, alamat, nomor identifikasi, dan lainnya tetap aman dari akses yang tidak sah. Ini memungkinkan individu untuk menjaga privasi dan keamanan informasi pribadi mereka. Peraturan perlindungan data pribadi biasanya memiliki konsekuensi hukum bagi pelanggarannya. Ini mendorong organisasi untuk mematuhi hukum dan mengambil tanggung jawab dalam melindungi data pribadi. Pelanggaran peraturan dapat mengakibatkan sanksi hukum yang serius bagi organisasi yang melanggarnya.

2. Aspek-aspek yang Diatur dalam peraturan tersebut

Perlindungan dan pengakuan transaksi elektronik diatur oleh UU ITE. Undang-undang ini mengatur berbagai hal, termasuk legalitas tanda tangan dan dokumen elektronik, serta transaksi elektronik online. UU ITE mencakup perlindungan data informasi pribadi yang dikelola melalui sistem elektronik. Hal ini termasuk pengaturan terkait dengan penyimpanan, pengolahan, dan penggunaan data pribadi oleh pihak-pihak yang terlibat.

3. Perkembangan Hukum dalam Perlindungan data Pribadi

Untuk meningkatkan perlindungan data pribadi, beberapa negara telah memberlakukan undang-undang baru atau memodifikasi undang-undang yang sudah ada. California Consumer Privacy Act (CCPA) di Amerika Serikat dan General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa adalah dua contohnya. Peraturan yang baru atau yang sering diperbarui memperkuat hak-hak orang atas informasi pribadi mereka. Ini termasuk hak untuk menghapus data, hak untuk mengetahui bagaimana data mereka digunakan, dan hak untuk mengatur pemrosesan data mereka. Perkembangan hukum dalam perlindungan data pribadi juga tercermin dalam meningkatnya kesadaran publik akan pentingnya privasi data. Hal ini mendorong masyarakat untuk lebih memperhatikan cara data pribadi mereka dikelola dan meningkatkan permintaan untuk lebih banyak kontrol atas.

Dengan demikian, hasil dari tulisan tersebut menunjukkan betapa pentingnya regulasi hukum dalam mengatur keamanan data pribadi pada online shop, serta perkembangan dan variasi pada fitur keamanan yang digunakan dalam sebuah online shop.

Dari beberapa jurnal yang didapat sebagai bahan literatur, peneliti dapat menemukan beberapa hipotesa, antara lain sebagai berikut:

NO	Klasifikasi problem (X)	Implementas (Y)	Hipotesa
1	Kepercayaan Konsumen	UUD 1945	UUD 1945 dapat dihubungkan dengan kepercayaan konsumen karena, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 di Indonesia. Sejumlah bagian dari UU ITE membahas keamanan transaksi elektronik, perlindungan data informasi pribadi., dan juga kewajiban dan hak-hak pelaku usaha yang mengoperasikan toko online. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Meskipun UU Perlindungan Konsumen menjamin hak-hak konsumen di lingkungan toko online, UUD 1945 tidak secara eksplisit mengatur pelanggan di toko online.

		NKRI	Cita-cita Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) secara langsung terkait dengan kepercayaan konsumen dalam pembelian online. Nilai-nilai ini mencakup pedoman perilaku yang sesuai dalam situasi sosial, politik, dan ekonomi serta prinsip-prinsip panduan untuk hubungan antara individu, masyarakat, dan pemerintah. Nilai-nilai NKRI seperti berikut ini sangat relevan ketika membahas kepercayaan konsumen terhadap toko online: (1) Kehormatan dan Integritas: Ketika menjalankan bisnis secara online, kehormatan dan integritas adalah prinsip yang sangat penting. Pelanggan percaya bahwa vendor akan menjaga kejujuran mereka dengan mempromosikan jasa serta barang yang sesuai dengan kualitas dan deskripsi yang diberikan. (2) Keadilan dan Keterbukaan: Prinsip-prinsip ini menjamin bahwa setiap pelanggan memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan layanan yang adil dan berkualitas tinggi. Peritel online dipercaya oleh pelanggan untuk menangani keluhan dan perselisihan secara adil dan menyediakan informasi yang akurat dan kredibel mengenai barang dan jasa yang mereka jual. (3) Nasionalisme dan Patriotisme: Kedua ideologi ini menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif untuk memajukan kemakmuran dan ekonomi negara. Pelanggan toko online dapat menunjukkan nilai ini dengan mendukung barang dan jasa lokal dan memberikan donasi.
2	Keamanan Data Pribadi Konsumen	UUD 1945	Dalam konteks pembelian online, menjaga privasi pelanggan dan mencegah eksploitasi informasi sensitif sangat bergantung pada keamanan data pribadi mereka. UU No. 19/2016 tentang Perubahan atas UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang lebih berfokus pada Salah satu undang-

			undang di Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi konsumen adalah Perlindungan Data Pribadi. Pasal 26A UU tersebut mengatur perlindungan data pribadi dan berisi pedoman bagi penyelenggara sistem elektronik untuk memperoleh, menangani, dan menggunakan data tersebut.
		NKRI	Nilai-nilai Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan keamanan data pribadi konsumen dalam konteks belanja online memiliki keterkaitan yang erat. Beberapa nilai NKRI yang terkait dengan menjaga privasi informasi pribadi konsumen saat berbelanja online, antara lain. (1). Menghormati Hukum: Nilai ini menyoroti betapa pentingnya mematuhi semua hukum dan aturan yang berlaku. Peritel online di Indonesia diwajibkan untuk mematuhi hukum yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi serta aturan terkait lainnya yang ditetapkan oleh pemerintah. Menghormati aturan ini adalah langkah pertama yang penting untuk melindungi privasi data pelanggan. (2). Kerjasama dan Solidaritas: Prinsip-prinsip ini menekankan nilai dari tindakan-tindakan ini dalam membina suasana yang dapat dipercaya dan aman. Dalam hal melindungi informasi pribadi, kolaborasi bisnis dan pemerintah.
3	Kualitas Produk	UUD 1945	Jaminan atas kualitas produk dan/atau jasa yang dipasok atau dihasilkan merupakan hak yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945, khususnya Pasal 4 ayat (1). Hal ini menyiratkan bahwa produsen dan penjual harus memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan standar tinggi yang diminta atau diantisipasi oleh konsumen. Setiap konsumen juga berhak atas ganti rugi jika jasa dan/atau barang yang mereka terima tidak sepadan dengan apa yang dijanjikan atau diharapkan,

			menurut Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Artinya, konsumen toko online berhak mendapatkan penggantian atau pengembalian uang apabila barang yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan deskripsi atau kualitas yang dijanjikan penjual. Dengan demikian, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi pelanggan toko online dari barang yang tidak sesuai dengan harapan atau kualitas yang dijanjikan. Undang-undang ini memberikan jaminan hukum kepada konsumen bahwa mereka akan dilindungi dan diberi ganti rugi jika mereka menerima barang yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap kualitas.
		NKRI	Nilai-nilai Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) juga dapat berdampak pada kualitas barang yang dibeli pelanggan secara online. Aspek-aspek kualitas produk yang dapat dihubungkan dengan nilai-nilai NKRI antara lain sebagai berikut: (1) Integritas dan Kehormatan: Barang yang unggul menunjukkan integritas dan kehormatan penjual dalam mempromosikan jasa serta barang yang sesuai dengan spesifikasi yang diiklankan dan harapan pelanggan. Penjual yang berintegritas akan berusaha memberikan barang berkualitas tinggi tanpa menyembunyikan kekurangan atau ketidakmampuannya. (2) Keadilan dan Keterbukaan: Kualitas produk yang ditawarkan untuk dijual secara online harus transparan dan adil. Penjual yang berpikiran adil akan memberikan informasi rinci tentang produk mereka, termasuk rincian tentang bahan, karakteristik, dan kondisi keseluruhan.

PENUTUP

Mencari tahu apakah pelanggan mempercayai pilihan pembelian Shopee adalah tujuan dari penelitian ini. Hasilnya menunjukkan:

1. Program Shopee memiliki desain yang menarik, tata letak yang sederhana yang membuatnya mudah dinavigasi, informasi yang mudah diakses, dan bagian promosi harian yang membuat segalanya tetap segar.
2. Memesan dan membayar di Shopee itu sederhana. Shopee menawarkan layanan garansi untuk setiap produk yang dijualnya untuk memastikan kepuasan bagi pembeli dan penjual.
3. Pelanggan Shopee senang karena perusahaan menawarkan barang dengan harga terbaik, memberi mereka rasa aman dan layanan berkualitas tinggi, dan membuat mereka senang dengan penawaran Shopee.
4. Oleh karena itu, untuk menjaga kepercayaan konsumen Indonesia terhadap marketplace Shopee, aplikasi e-commerce menawarkan kepercayaan melalui jaminan, kemudahan bertransaksi, serta evaluasi dan testimoni pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilla Agista Ningrum, Achmad Fauzi, Alif Syaridwan, Imelda Ade Putri, Nanda Meilina Putri, & Shinta Amelia Putri. (2023). Peran Manajemen Sekuriti Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 732.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *MAKER: Jurnal Management*, 6(1), 31–42.
- Iskandar, D., & Irfan Bahari Nasution, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Mahardhika, W. T., Fauzi, A., Lestin, A., & Supu, A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop pada Marketplace Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 121–129.
- Nugroho, F. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Shopeefood). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 147–155. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.455>
- Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 850–858. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i5.1548>
- Rizky Amalia, F., & Ulfatun Najicha, F. (2022). Peran Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Mengatasi Luntarnya Nilai Nasionalisme Dan Cinta Nkri Di Era Globalisasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1–8.