



PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM MENGELOLA PRIVASI DAN KEAMANAN DATA PENGGUNAN PADA SHOPEE

Lelita Febriayu¹, Sri Indah Ayu Permata Sari², Wulandari Pujiastuti³, Fitri Hayati⁴
sayalalita08@gmail.com, sriindahayupermatasari@gmail.com, wulanndari2018@gmail.com,
fitrihayati@gmail.com

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, UIN-SU Medan

¹Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Etika bisnis, privasi data, keamanan data, Shopee, transparansi, akuntabilitas, perlindungan data, e-commerce.	Penelitian ini bertujuan menganalisis prinsip etika bisnis dalam pengelolaan privasi dan keamanan data pengguna pada platform e-commerce Shopee melalui pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan studi literatur dan analisis dokumen, penelitian mengidentifikasi strategi Shopee dalam melindungi data pengguna, meliputi prinsip transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee mengimplementasikan kerangka etika bisnis komprehensif yang mencakup kebijakan privasi yang jelas, teknologi enkripsi canggih, dan sistem manajemen risiko berlapis. Penelitian mengungkap tantangan signifikan seperti potensi kebocoran data, kepatuhan regulasi, dan perubahan teknologi yang cepat. Temuan penelitian menekankan pentingnya integrasi standar keamanan internasional dengan praktik lokal dalam menciptakan sistem perlindungan data yang efektif, tidak hanya meningkatkan kepercayaan pengguna tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif dalam ekosistem e-commerce yang dinamis.
Info Article	Abstract
Keywords: Business ethics, data privacy, data security, Shopee, transparency, accountability, data protection, e-commerce.	This study aims to analyze the principles of business ethics in managing user data privacy and security on the Shopee e-commerce platform through a qualitative approach. Using literature studies and document analysis, the study identifies Shopee's strategies in protecting user data, including the principles of transparency, accountability, and data protection. The results of the study show that Shopee implements a comprehensive business ethics framework that includes a clear privacy policy, advanced encryption technology, and a multi-layered risk management system. The study uncovers significant challenges such as potential data leaks, regulatory compliance, and rapid technological change. The findings of the study emphasize the importance of integrating international security standards with local practices in creating an effective data protection system, not only increasing user trust but also providing a competitive advantage in the dynamic e-commerce ecosystem.

I. PENDAHULUAN

Di era digital, data pengguna menjadi aset berharga bagi perusahaan e-commerce. Pengelolaan data yang baik tidak hanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional tetapi juga pada reputasi perusahaan. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, memiliki tanggung jawab untuk melindungi privasi dan keamanan data pengguna. Dalam konteks ini, etika bisnis memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan data. Menurut Grewal & Shivani (2012), pengelolaan data yang etis sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Sudarmanto et al. (2024) mengungkapkan bahwa transformasi digital telah secara fundamental mengubah cara perusahaan mengelola data konsumen. Dalam konteks ini, Shopee sebagai platform e-commerce terkemuka harus terus menyeimbangkan antara kebutuhan inovasi teknologi dan tanggung jawab melindungi privasi pengguna. Firdaus et al. (2023) lebih lanjut mengidentifikasi bahwa kompleksitas dalam mengelola data pengguna terus meningkat seiring dengan munculnya bentuk-bentuk baru ancaman siber yang semakin canggih.

1.1 Etika Bisnis

Etika bisnis merujuk pada standar moral yang memandu perilaku individu dan organisasi dalam dunia bisnis. Menurut Hartman (2019), etika bisnis mencakup berbagai prinsip yang diperlukan untuk menjaga kepercayaan dan integritas dalam hubungan bisnis. Dalam konteks e-commerce, etika bisnis juga mencakup bagaimana perusahaan mengelola data pengguna. Zarachman et al. (2024) mengembangkan pemahaman komprehensif tentang etika bisnis dalam konteks e-commerce modern. Penelitian mereka mengungkapkan bahwa keadilan dalam transaksi digital menjadi fondasi utama yang harus dijaga oleh platform e-commerce. Transparansi dalam penggunaan data konsumen tidak hanya menjadi kewajiban regulasi tetapi juga merupakan praktik bisnis yang baik untuk membangun kepercayaan jangka panjang. Akuntabilitas platform dalam mengelola data pengguna harus diimplementasikan melalui sistem yang terstruktur dan dapat diaudit. Perlindungan hak konsumen dan tanggung jawab sosial digital juga menjadi aspek yang tidak terpisahkan dalam praktik etika bisnis modern.

1.2 Perlindungan Data

Perlindungan data melibatkan kebijakan dan praktik yang dirancang untuk mengamankan informasi pribadi pengguna. Menurut Ningsih et al. (2023), penggunaan teknologi enkripsi adalah salah satu metode yang efektif untuk melindungi data pengguna dari ancaman siber. Selain itu, regulasi seperti GDPR dan PPDP memberikan kerangka hukum bagi perlindungan data.

Mahendra et al. (2024) menguraikan bahwa perlindungan data dalam era digital memerlukan pendekatan yang lebih sophisticated dan menyeluruh. Sistem keamanan modern harus mengintegrasikan enkripsi data end-to-end untuk memastikan kerahasiaan informasi sensitif pengguna. Implementasi sistem autentikasi multi-faktor menjadi standar minimum dalam mengamankan akses ke data pengguna. Pemantauan aktivitas secara real-time menggunakan teknologi AI memungkinkan deteksi dini terhadap potensi pelanggaran keamanan. Protokol penanganan pelanggaran data yang komprehensif dan manajemen persetujuan pengguna yang transparan juga menjadi komponen vital dalam sistem perlindungan data modern.

1.3 Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah pilar penting dalam etika bisnis, termasuk pengelolaan data oleh Shopee. Sudarmanto dkk. (2024) menekankan bahwa keberhasilan akuntabilitas di Shopee didukung oleh budaya keamanan yang kuat, di mana setiap karyawan dilatih untuk memahami pentingnya perlindungan data. Shopee juga menerapkan kebijakan internal ketat, pelatihan karyawan, dan sistem akuntabilitas berlapis, seperti pembentukan tim khusus yang bekerja 24/7 untuk menangani insiden keamanan data. Transparansi pelaporan insiden kepada pihak berwenang dan pengguna menjadi bagian penting dari strategi ini, didukung audit internal berkelanjutan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan.

Mahendra dkk. (2024) mengidentifikasi bahwa Shopee telah mengintegrasikan sistem manajemen risiko yang komprehensif ke dalam kerangka akuntabilitasnya. Sistem ini memfasilitasi identifikasi dini terhadap ancaman keamanan dan respons cepat terhadap risiko yang muncul. Selain itu, Shopee mengadopsi program sertifikasi keamanan bagi karyawan yang memiliki akses ke data sensitif, meliputi pelatihan rutin dan pemahaman regulasi privasi data. Kombinasi budaya keamanan organisasi, audit eksternal berkala, dan protokol keamanan berlapis memastikan perlindungan data pengguna secara optimal.

Penelitian fokus mengkaji prinsip etika bisnis dalam pengelolaan data pengguna Shopee, bertujuan menganalisis strategi perlindungan data, mengidentifikasi tantangan kepercayaan pelanggan, dan memberikan kontribusi akademis serta praktis dalam memahami dinamika etika digital di platform e-commerce.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi literatur dan analisis dokumen yang berkaitan dengan kebijakan privasi dan keamanan data Shopee. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi. Selain itu, wawancara dengan beberapa pengguna Shopee juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai pengelolaan data oleh perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Prinsip Etika Bisnis di Shopee

3.1.1 Transparansi

Shopee menerapkan kebijakan privasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pengguna. Informasi mengenai bagaimana data dikumpulkan, digunakan, dan disimpan disampaikan secara terbuka. Menurut Smith & Jones (2021), transparansi dalam kebijakan privasi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce.

3.1.2 Akuntabilitas

Shopee bertanggung jawab atas data yang dikelola, termasuk risiko yang mungkin timbul dari kebocoran data. Kebijakan internal yang ketat dan pelatihan bagi karyawan mengenai perlindungan data menjadi bagian penting dari strategi akuntabilitas ini. Menurut Rahardjo (2020), akuntabilitas dalam pengelolaan data merupakan aspek penting dalam etika bisnis yang baik.

3.1.3 Perlindungan Data

Perlindungan data pengguna merupakan prioritas utama bagi Shopee. Perusahaan ini menggunakan teknologi enkripsi dan langkah-langkah keamanan lainnya untuk melindungi informasi pribadi. Selain itu, Shopee melakukan audit keamanan secara berkala untuk memastikan bahwa sistem perlindungan data yang diterapkan tetap efektif. Menurut Ningsih et al. (2023), teknologi enkripsi memainkan peran penting dalam melindungi data pengguna dari ancaman siber.

3.2 Tantangan dalam Pengelolaan Data

3.2.1 Kebocoran Data

Kebocoran data dapat terjadi akibat serangan siber atau kesalahan manusia. Dalam beberapa kasus, serangan terhadap sistem informasi dapat mengakibatkan data pengguna jatuh ke tangan yang salah. Menurut Prasetyo (2024), banyak perusahaan e-commerce menghadapi tantangan serius dalam mencegah kebocoran data.

3.2.2 Kepatuhan terhadap Regulasi

Shopee harus mematuhi berbagai regulasi perlindungan data yang berlaku, baik di tingkat lokal maupun internasional. Menurut Fitria (2023), kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi perusahaan.

3.2.3 Perubahan Teknologi

Perkembangan teknologi yang cepat sering kali membuat perusahaan kesulitan untuk mengikuti tren terbaru dalam keamanan data. Shopee harus terus memperbarui sistem dan prosesnya untuk menghadapi ancaman baru yang muncul.

IV. KESIMPULAN

Penelitian mengungkap pentingnya etika bisnis dalam pengelolaan data pengguna Shopee, menunjukkan bahwa transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan data merupakan strategi kunci membangun kepercayaan di era digital. Shopee berhasil mengintegrasikan standar keamanan internasional dengan praktik lokal, menciptakan sistem perlindungan data yang komprehensif melalui kebijakan privasi jernih, teknologi enkripsi canggih, dan manajemen risiko multilevel. Meskipun menghadapi tantangan seperti potensi kebocoran data dan kompleksitas regulasi, pendekatan proaktif Shopee membuktikan bahwa etika bisnis dalam pengelolaan data adalah strategi fundamental untuk daya saing perusahaan teknologi. Implikasi penelitian menekankan perlunya adopsi praktik etis yang dapat menciptakan lingkungan digital aman, transparan, dan dapat dipercaya dalam ekosistem e-commerce yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asviara, D. M., Jerliana, E., Aditya, F. I., Pratama, A. R., & Nugroho, R. T. (2024). Analisis efektivitas sistem manajemen keamanan di perusahaan Shopee dalam meningkatkan proteksi data. *Humanitis: Jurnal Humaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(7), 735-741. e-ISSN: 2988-6287
- Bramasta, FA (2020). Etika bisnis pada e-commerce: Studi kasus pelanggaran hak konsumen di e-commerce Shopee [Tesis master, Institut Pertanian Bogor].
- Firdaus, NA, Takbir Al Azhiim, I., & Ardellia, V. (2023). Analisis penerapan etika bisnis dalam perusahaan: Studi literatur faktor pendukung dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer* , 3(2), 132–142. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.495>
- Fitria, S. (2023). Regulasi Perlindungan Data di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*
- Grewal, D., & Shivani, A. (2012). Ethics in Data Management. *Journal of Business Ethics*.
- Hamim, N., & Nasution, MIP (2023). Analisis perlindungan hukum terhadap keamanan privasi data pada market place Shopee. *IJM: Jurnal Multidisiplin Indonesia* , 1(4). <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Hartman, L. P. (2019). *Business Ethics: A Case Study Approach*. McGraw-Hill.
- Indriyani, M., Kusuma Sari, NA, & WP, SU (2017). Perlindungan privasi dan data pribadi konsumen berani pada sistem pasar online. *Justitia Jurnal Hukum* , 1(2), 191-208. ISSN Cetak: 2579-9983, E-ISSN: 2579-6380.

- Mahendra, A., Ulfadhlah, A., Rahayu, DF, Arifman, B., Hafidz, I., & Asih, PS (2024). Etika digital public Relations (PR) dalam pemanfaatan media baru dan kecerdasan buatan (AI) dalam bidang e-commerce: Studi kasus Shopee. Jurnal Cahaya Nusantara , 1(1), 7-19. <https://jurnal.cahayapublikasi.com/index.php/jcn>
- Maiwan, Mohammad. "MEMAHAMI TEORI- TEORI ETIKA: CAKRAWALA DAN PANDANGAN." Jurnal Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi 17, no. 2 (1 April 2018): 190 – 212. <https://doi.org/10.21009/jimd.v17i2.9093>
- Ningsih, R., et al. (2023). Analisis Keamanan Data dalam E-Commerce. Jurnal Keamanan Informasi
- Prasetyo, E. (2024). Tantangan Keamanan Data di Era Digital. Jurnal Teknologi dan Informasi.
- Rahardjo, B. (2020). Akuntabilitas dalam Pengelolaan Data. Jurnal Etika Bisnis.
- Smith, J., & Jones, M. (2021). The Importance of Transparency in Digital Privacy. Journal of Consumer Trust.
- Sudarmanto, E., Tamtomo, H., Kaswoto, J., Hamdani, R., Indriani, R., Faturrohman, M., Wahidin, Safier, Wulandjani, H., Rosid, MA, Purwanto, E., Sugihyanto, T., Sasmita, D., Ahmad, LP, & Mubarak, AZ (2024). Etika bisnis era digital . Minhaj Pustaka.
- Zarachman, Z., Arsa, & Istiqomah, K. (2024). Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Shopee (studi kasus pada online shop Secondgoods.co). Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner , 8(9), 46. e-ISSN: 2118-7302.