

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digitalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi saat ini telah menciptakan banyak *platform e-commerce* yang bermunculan dan memberikan dampak pada perilaku konsumen. Adanya banyak *platform e-commerce* mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi jual beli produk. Di Indonesia, belanja online di *platform e-commerce* telah menjadi suatu kebiasaan karena praktis dan dapat menghemat waktu serta tenaga. Selain itu, belanja online di *platform e-commerce* juga memberikan keuntungan lain seperti adanya variasi produk yang lebih banyak, serta harga yang lebih kompetitif. Namun, dengan semakin banyaknya *platform e-commerce* meningkatkan tingkat persaingan. Salah satu *platform* yang sangat populer saat ini yaitu TikTok Shop.

TikTok, atau yang dikenal sebagai *Douyin* di China, adalah sebuah *platform* jejaring sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video berdurasi pendek yang mencakup berbagai jenis konten, termasuk tarian, musik, komedi, dan masih banyak lagi. TikTok dimiliki oleh ByteDance yang merupakan perusahaan teknologi internet di Beijing, China, yang didirikan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming. Aplikasi *Douyin* berawal dari tahun 2016 dan hanya tersedia di pasar China. Namun, karena popularitasnya yang meroket di dalam negeri, kemudian diluncurkan di pasar internasional dengan nama TikTok pada tahun 2017. TikTok meraih popularitas global yang tinggi, khususnya di kalangan generasi muda, karena memiliki fitur-fitur yang unik dan sederhana digunakan [1]. Pada awal tahun 2020, jumlah unduhan TikTok telah mencapai lebih dari 2 miliar, dengan 12 juta pengguna di AS dan total 52,2 juta pengguna di seluruh dunia. Berdasarkan data dari Sensor Tower, Indonesia merupakan negara dengan persentase unduhan aplikasi Tiktok terbanyak yaitu sebesar 11%, disusul oleh Brazil dengan 9% unduhan. Mayoritas pengguna Tiktok berusia antara 16-24 tahun, yang dapat dijadikan target pemasaran bagi para penjual karena dapat menjadi pembeli potensial [2].

“TikTok mengembangkan fiturnya pada bulan April tahun 2021 dengan meluncurkan fitur TikTok Shop” [3]. TikTok Shop adalah fitur baru yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja produk secara langsung melalui aplikasi TikTok dengan mudah dan cepat. Adanya fitur jual beli di aplikasi Tiktok memberikan pengalaman berbelanja kepada pengguna. Berdasarkan ulasan dari para pelanggan di aplikasi Tiktok Shop, masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan TikTok Shop. Beberapa masalah yang dihadapi antara lain pemilihan brand berdasarkan ukuran atau size yang tidak akurat, dan kesalahan dalam mengirimkan barang pesanan konsumen. [4]. Maka dari itu, TikTok Shop harus mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan secara konsisten. Meskipun memiliki banyak pengguna, tidak semua pengguna akan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh TikTok Shop. Selain itu, TikTok Shop juga harus bersaing dengan banyak penyedia layanan *e-commerce* lainnya.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan yang diterima, berdasarkan perbandingan antara ekspektasi yang dimiliki dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jadi, jika kepuasan pelanggan semakin tinggi, peluang untuk kembali membeli akan meningkat, dan pelanggan juga lebih mungkin merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain [5]. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Maka dari itu, diperlukan analisis kepuasan pelanggan pada TikTok Shop untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut.

Metode PIECES Framework yaitu suatu metode yang digunakan untuk menganalisis aspek-aspek penting dalam pengelolaan dan pengembangan layanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. PIECES Framework terdiri dari enam aspek, yaitu kinerja (*performance*), informasi (*information*), ekonomi (*economy*), control dan keamanan (*control and security*), efisiensi (*efficiency*), dan pelayanan (*service*). Metode PIECES *framework* digunakan sebagai panduan untuk melakukan analisis secara terperinci terhadap sistem informasi berbasis komputer dengan memperhatikan poin-poin penting yang relevan [6]. Dengan menerapkan metode PIECES, sistem dapat dianalisis secara komprehensif untuk mengidentifikasi

kekuatan dan kelemahannya, sehingga dapat memberikan arahan untuk pengembangan perusahaan di masa depan.

Beberapa penelitian sebelumnya sudah mengkaji tentang kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh [4] tentang “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi TikTok Shop Dengan Algoritma C4.5”. Penelitian tersebut bertujuan melakukan evaluasi untuk menilai kinerja pelayanan Tiktok Shop dengan memperhatikan *interface*, respon, harga, kualitas barang dan waktu pengiriman. Hasil penelitian menggunakan algoritma C.45 menunjukkan bahwa harga menjadi not tertinggi sehingga harga menjadi aspek yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelayanan aplikasi TikTok Shop.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh [8] tentang “Evaluasi Kinerja Sistem Informasi Aplikasi Shopee Menggunakan Metode PIECES *Framework*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengevaluasi kinerja aplikasi Shopee berdasarkan 6 dimensi variabel PIECES *framework* untuk menganalisis kelemahan dan kekuatan sistem serta komponen-komponen yang perlu ditingkatkan kinerjanya. Hasil penelitian dengan PIECES *framework* menunjukkan bahwa pengguna puas terhadap layanan aplikasi Shopee dengan nilai rata-rata 4,26.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh [9] tentang “Analisis Kepuasan Pengguna E-commerce Menggunakan Sistem Usability Scale dan PIECES *Framework*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna dengan metode *Sistem Usablity Scale* dan PIECES *Framework*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian menggunakan metode SUS memperoleh nilai 69 dengan grade C yang berarti cukup dan metode PIECES *framework* memperoleh nilai yang memuaskan yang berarti bahwa pengguna puas dengan website e-commerce. Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa metode PIECES *framework* menghasilkan skor yang lebih tinggi daripada metode SUS yang berarti bahwa metode PIECES *framework* lebih tepat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, maka penulis melakukan suatu penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan TikTok Shop Menggunakan Metode PIECES *Framework*”. Tujuan dari penelitian ini

yaitu untuk memperoleh informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan TikTok Shop dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui media sosial secara online. Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menghasilkan nilai pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dan dapat memberikan informasi kepada pengguna mengenai seberapa puas pelanggan terhadap layanan TikTok Shop.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, TikTok Shop merupakan platform belanja online baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. Berdasarkan ulasan dari para pelanggan di aplikasi Tiktok Shop, masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan TikTok Shop.

1.2.2 Usulan Solusi

Berdasarkan permasalahan yang diambil, maka penulis mengusulkan untuk melakukan analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan TikTok Shop menggunakan metode *PIECES framework* dan *Customer Satisfaction Index*.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka dihasilkan pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan TikTok Shop menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mendapatkan hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan TikTok Shop dengan metode *Customer Satisfaction Index*.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Dapat menambah pengetahuan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan TikTok Shop
2. Penelitian ini dapat digunakan untuk melihat seberapa puas pelanggan terhadap layanan TikTok Shop
3. Menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini memanfaatkan kuesioner yang disusun dengan Google Form dan disebarluaskan secara online melalui media sosial.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok Shop yang merupakan buyer dengan karakteristik usia minimal 17 tahun dan memiliki pengalaman berbelanja atau melakukan transaksi minimal 3 kali di TikTok Shop.
3. Pada penelitian ini, terdapat 100 responden yang menjadi sampel data yang merupakan buyer TikTok Shop.
4. *PIECES framework* dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel penelitian yang terdiri dari *performance, information, economics, control and security, efficiency, dan service*.
5. *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
6. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) memiliki kelebihan yang efisien karena tidak hanya memperoleh hasil pengukuran tingkat kepuasan tetapi juga memperoleh informasi terkait atribut yang diinginkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan ini akan menyajikan gambaran ringkas tentang bab-bab yang terdapat dalam skripsi. Sistematika penulisan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran singkat keseluruhan skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori penunjang penelitian yang berasal dari buku, jurnal ilmiah serta tinjauan studi terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan skripsi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai metode pengumpulan data dan metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini. Baik dalam menganalisa masalah, perhitungan metode, maupun analisis akhir terhadap penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi laporan hasil penelitian yang meliputi paparan hasil penelitian serta pembahasan dan analisis terkait dengan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti yang akan melakukan studi serupa di masa mendatang.