

BAB I

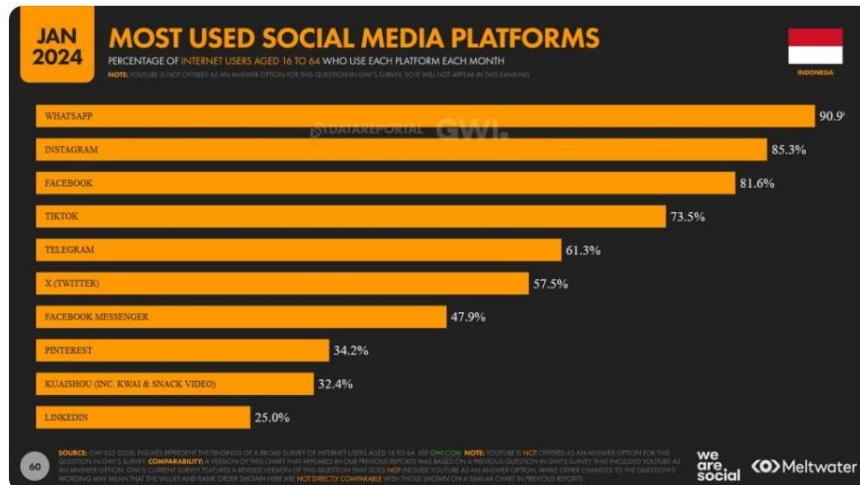
PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital, khususnya *Social commerce* telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli secara online. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok Shop, sebuah fitur belanja yang terintegrasi langsung dalam aplikasi media sosial TikTok(Zulfan Zulkarnaen Z & Agus Hermawan, 2025).

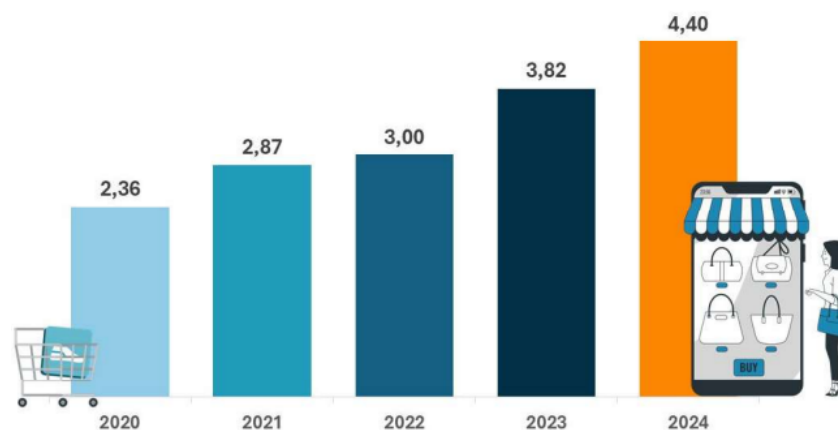
Keberadaan fitur ini mempermudah pengguna melakukan transaksi secara cepat tanpa harus berpindah aplikasi(Amelia Aditya Putri et al., 2024). TikTok yang awalnya dikenal sebagai aplikasi hiburan berbasis video pendek, sekarang berkembang menjadi platform yang tidak hanya menyediakan konten kreatif, tetapi juga memfasilitasi kegiatan transaksi jual beli secara langsung dalam aplikasi (Sulam & Fasa, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa batas antara media sosial dan e-commerce semakin tipis. TikTok Shop memungkinkan pengguna menjadi penonton, konsumen, sekaligus penjual dalam satu ekosistem digital. Melalui fitur live streaming, promosi kreator, dan sistem afiliasi, platform ini menghadirkan pengalaman belanja lebih interaktif, dengan ulasan produk langsung serta penawaran terbatas yang meningkatkan kepercayaan pembeli(Marginingsih et al., 2025)

Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah TikTok. Berdasarkan laporan We Are Social tahun 2024 mencatat bahwa jumlah pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 73,5% dari jumlah populasi(Riyanto, 2024). Berikut data statistik pengguna media sosial di Indonesia :



Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

Berdasarkan besarnya jumlah pengguna tersebut turut mendorong perkembangan social commerce, salah satunya melalui fitur TikTok Shop yang memungkinkan pengguna melakukan aktivitas belanja langsung melalui aplikasi. Badan Pusat Statistik (BPS) juga menunjukkan bahwa aktivitas belanja online masyarakat Indonesia terus meningkat, berdasarkan BPS statistik e-commerce 2024 jumlah usaha e-commerce tercatat mencapai 4,40 juta unit usaha, meningkat sebesar 15,3% dibandingkan tahun 2023.



Gambar 1. 2 Jumlah Usaha E-Commerce Tahun 2020-2024

Berdasarkan peningkatan jumlah tersebut mengindikasikan bahwa semakin banyak pelaku usaha yang memperluas aktivitas usahanya ke platform digital. Kondisi tersebut juga mendorong meningkatnya interaksi konsumen dengan berbagai platform belanja online, termasuk TikTok Shop (BPS, 2025). Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa proporsi penduduk usia 15–24 tahun

yang mengakses internet di Jawa Timur tergolong sangat tinggi, yaitu mencapai sekitar 81,79% pada tahun 2024, yang menunjukkan bahwa generasi muda merupakan kelompok paling aktif dalam penggunaan internet (Rahayu, 2024). Meskipun popularitas TikTok Shop meningkat, penilaian terhadap kepuasan pengguna belum dianalisis secara menyeluruh, terutama dengan penerapan metode evaluasi sistem seperti PIECES. Peningkatan penggunaan TikTok Shop memberikan kemudahan akses transaksi serta membuka peluang ekonomi bagi masyarakat. Namun, meningkatnya jumlah pengguna juga menuntut kualitas sistem dan layanan yang lebih baik. Kepuasan pengguna menjadi faktor penting karena pengalaman positif akan mendorong penggunaan berkelanjutan, sedangkan masalah sistem atau layanan dapat membuat pengguna beralih ke platform lain (Purnomo & Hardianto, 2025).

Meskipun TikTok Shop terus mengalami pertumbuhan, penilaian terhadap tingkat kepuasan pengguna masih belum banyak dilakukan secara menyeluruh, khususnya pada tingkat daerah seperti Kabupaten Sampang. Sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada minat beli, perilaku konsumen, atau pengaruh promosi digital, namun belum secara khusus mengevaluasi kualitas sistem TikTok Shop dari berbagai aspek secara menyeluruh. Padahal, evaluasi sistem informasi sangat diperlukan untuk mengetahui sejauh mana suatu platform telah memenuhi harapan penggunanya.

Untuk melakukan evaluasi, diperlukan metode yang mampu menilai sistem secara menyeluruh. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode PIECES, yang terdiri dari enam aspek. Aspek *performance* menilai kinerja sistem seperti kecepatan dan stabilitas. Aspek *information* menilai kualitas dan kejelasan informasi yang disajikan. Aspek *economy* berkaitan dengan manfaat ekonomi yang dirasakan pengguna. Aspek *control* menilai keamanan dan perlindungan data. Aspek *efficiency* berkaitan dengan kemudahan dan kepraktisan penggunaan sistem. Sedangkan aspek *service* menilai kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna. Metode ini sering digunakan dalam evaluasi sistem informasi karena mampu mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan sistem berdasarkan persepsi pengguna (Ari Fattah Fuaddin et al., 2025).

Penggunaan metode PIECES dalam penelitian ini dianggap relevan karena mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kepuasan pengguna TikTok Shop. Dengan menganalisis keenam aspek tersebut, peneliti dapat mengetahui bagian mana yang sudah berjalan dengan baik dan bagian mana yang masih perlu ditingkatkan. Hal ini penting agar hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan nilai evaluatif yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan sistem (Rachmi et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop dengan menggunakan pendekatan PIECES, serta menganalisis kekuatan dan kelemahan fitur yang ada. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran evaluasi yang menyeluruh mengenai kualitas layanan TikTok Shop, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman transaksi digital bagi pengguna.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dibatasi pada pengukuran tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur TikTok Shop menggunakan metode PIECES. Penelitian ini tidak membahas pengaruh antar variabel maupun faktor eksternal di luar sistem dan layanan yang dirasakan pengguna secara langsung. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop di Kabupaten Sampang berdasarkan aspek performance, information, economy, control, efficiency, dan service?
2. Aspek manakah yang memiliki tingkat kepuasan paling tinggi
3. Aspek manakah yang masih perlu ditingkatkan pada penggunaan TikTok Shop?

1.3. Research Gap

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, masih terdapat beberapa bagian yang belum banyak dibahas dalam penelitian tentang kepuasan pengguna platform

digital, khususnya pada layanan social commerce. Oleh karena itu, terdapat beberapa hal yang masih bisa dikembangkan dan menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji kepuasan pengguna pada platform e-commerce seperti MyTelkomsel, Shopee, dan Bukalapak, sedangkan penelitian yang secara khusus meneliti TikTok Shop sebagai platform social commerce masih relatif terbatas
2. Metode PIECES telah banyak digunakan untuk mengevaluasi kualitas sistem informasi pada berbagai aplikasi digital, namun penerapannya untuk menganalisis kepuasan pengguna pada platform TikTok Shop masih jarang dilakukan.
3. Sebagian penelitian sebelumnya dilakukan pada konteks kota besar, sementara kajian mengenai pengalaman dan kepuasan pengguna TikTok Shop pada tingkat daerah, khususnya di Kabupaten Sampang, masih sangat terbatas

1.4.Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode PIECES.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop berdasarkan enam aspek dalam metode PIECES, yaitu performance, information, economy, control, efficiency, dan service.
2. Mengidentifikasi aspek yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi dan
3. Mengidentifikasi aspek yang masih perlu ditingkatkan pada penggunaan TikTok Shop

1.5.Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik, praktis, maupun teknis.

1. Manfaat Akademik

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan di bidang sistem informasi, khususnya terkait evaluasi

kepuasan pengguna pada platform *social commerce*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa atau peneliti yang ingin mengkaji topik serupa menggunakan metode PIECES

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop di Kabupaten Sampang. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembang untuk meningkatkan kualitas sistem dan layanan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku *social commerce* dalam memahami pengalaman pengguna sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, menyusun strategi pemasaran, serta kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara online.

3. Manfaat teknis

Secara teknis, penelitian ini memberikan gambaran penerapan metode PIECES dalam mengukur kepuasan pengguna sistem informasi. Hasil analisis pada setiap dimensi, yaitu *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efficiency*, dan *Service*, dapat menjadi dasar dalam melakukan perbaikan atau pengembangan sistem secara terarah dan sistematis.

1.6. Batasan Penelitian

1. Responden hanya pengguna TikTok Shop yang berdomisili di Kabupaten Sampang dan pernah melakukan transaksi.
2. Penelitian ini hanya membahas tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok
3. Pengukuran kepuasan pengguna dilakukan menggunakan metode PIECES yang meliputi aspek *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efficiency*, dan *service*.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan tidak menganalisis hubungan atau pengaruh antar variabel.
5. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga bulan Maret tahun 2026, sehingga hasil penelitian hanya

menggambarkan kondisi kepuasan pengguna TikTok Shop pada periode waktu tersebut.

1.7.Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisa

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi landasan teori, penelitian terdahulu yang mendukung, serta kerangka pemikiran

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi jenis dan pendekatan penelitian, studi literatur, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil pengolahan data, analisis hasil penelitian, dan pembahasan

5. BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran