

SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA
FITUR TIKTOK SHOP DI KOTA DENPASAR



Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan
Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI KADEK WIDYA ANGGRENI

NIM: 2315764014

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA
FITUR TIKTOK SHOP DI KOTA DENPASAR**



**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan
Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali**

Oleh:

POLITEKNIK NEGERI BALI
NIKADEK WIDYA ANGGRENI

NIM: 2315764014

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BADUNG

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna
Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Kadek Widya Anggreni
 - b. NIM : 2315764014
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 9 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,



I Nyoman Suka Sanjaya, S.S, M.TESOL, PhD

NIP 197409152000121002

Pembimbing II,



Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb

NIP 196512161990032002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA FITUR TIKTOK SHOP
DI KOTA DENPASAR

Oleh:

NI KADEK WIDYA ANGGRENI
NIM: 2315764014

Disahkan:
Ketua Penguji



I Nyoman Suka Sanjaya, S.S, M.TESOL, PhD.
NIP 197409152000121002

Penguji I



Ngr. Putu Raka Novandra Asta, S.Kom., M.M.T
NIP 199511122023211010

Penguji II

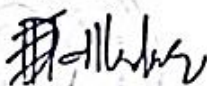


Gede Pradiva Adiningrat, S.AB., M.AB.
NIP 199201312019031011

Mengetahui

Jurusan Administrasi Bisnis

Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D
NIP 196409291990032003

Badung, 9 Agustus 2024

Prodi Manajemen Bisnis Internasional

Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., MM
NIP 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Small steps can even take you to your destination.”

Persembahan:

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas doa dan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar” dapat dirampungkan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga penulis sampaikan syukur dan terima kasih kepada: Tuhan Yang Maha Esa karena atas izin dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Orang tua dan kakak penulis yang telah memberikan dukungan dan memfasilitasi penulis dalam penyusunan skripsi ini. Dosen pembimbing I dan II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi. Dosen jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis dalam kelas RPL D4 Manajemen Bisnis Internasional. Sahabat yang memberikan dukungan kepada penulis. Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Kadek Widya Anggreni
NIM : 2315764014
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional /
Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi saya dengan judul: “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar” adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah skripsi ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 9 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ni Kadek Widya Anggreni

NIM 2315764014

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat terjadi pada saat pandemi Covid-19 membuat Tiktok berinovasi untuk memperluas jangkauan target *market*-nya yang semula hanya media sosial kemudian merambah ke *commerce* melalui penyematan fitur Tiktok Shop. Pada fitur ini peneliti menemukan berbagai masalah yang dialami pengguna seperti fitur Tiktok Shop mengalami eror, *update* status pesanan yang lambat dan lain sebagainya. Untuk itu peneliti merasa tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Tiktok Shop di Kota Denpasar, yang merupakan wilayah dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Bali. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dengan 5 dimensi yaitu *content*, *accuracy*, format, *ease of use*, *timeless* dan skala Likert. Dengan teknik analisis data deskriptif kuantitatif dan menggunakan perhitungan statistik sederhana seperti mencari mean yang kemudian diklasifikasikan ke dalam interval predikat kepuasan. Penelitian ini menghasilkan informasi tingkat kepuasan pengguna Tiktok Shop di Kota Denpasar berada pada interval 3,52-4,35 dengan predikat kepuasan Sedikit Puas pada dimensi *content*, *accuracy*, format, dan *ease of use*. Sementara dimensi *timeless* berada pada interval 2,68-3,51 dengan predikat kepuasan Sedikit Tidak Puas. Dengan saran pengembangan sistem antara lain: aplikasi ramah disabilitas, fitur kontrol orang tua, dan keamanan privasi akun.

Kata Kunci: *Social commerce*, kepuasan pengguna, EUCS, kuantitatif deskriptif.

POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

The very rapid technological developments that occurred during the Covid-19 pandemic made Tiktok innovate to expand the reach of its target market, which was initially only social media and then expanded to commerce by embedding the Tiktok Shop feature. In this feature, researchers found various problems experienced by users, such as the Tiktok Shop feature experiencing errors, slow order status updates and so on. For this reason, researchers are interested in knowing the level of satisfaction of Tiktok Shop users in Denpasar City, which is the area with the highest number of internet users in Bali. This research uses a questionnaire method with the End User Computing Satisfaction (EUCS) model with 5 dimensions, namely content, accuracy, format, ease of use, timeless and Likert scale. With quantitative descriptive data analysis techniques and using simple statistical calculations such as finding the mean which is then classified into satisfaction predicate intervals. This research produces information on the level of satisfaction of Tiktok Shop users in Denpasar City which is in the interval 3.52-4.35 with a satisfaction rating of Slightly Satisfied in the dimensions of content, accuracy, format and ease of use. Meanwhile, the timeless dimension is in the interval 2.68-3.51 with the satisfaction predicate Slightly Dissatisfied. With suggestions for system development including: disability-friendly applications, parental control features, and account privacy security.

Keywords: *Social commerce, user satisfaction, EUCS, descriptive quantitative.*

POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar”. Skripsi ini dapat disusun dengan baik berkat bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, dan dukungan kepada peneliti. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan terima kasih kepada pihak-pihak berikut, antara lain:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Utama Politeknik Negeri Bali Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti dan mahasiswa lainnya untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional.
4. Bapak I Nyoman Suka Sanjaya, S.S, M.TESOL, PhD. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada peneliti selama peneliti menempuh perkuliahan.
7. Kedua orang tua, dan saudara peneliti yang telah memfasilitasi, memberikan doa dan dukungan kepada peneliti.
8. Sahabat dan teman seperjuangan yang selalu setia menemani dan mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi serta pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca, serta permohonan maaf jika skripsi ini tidak sesuai dengan harapan pembaca.

Akhir kata peneliti berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Terima kasih.

POLITEKNIK NEGERI RAI I
Badung, 9 Agustus 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9

1.5	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA		12
2.1	Kajian Teoritis	12
2.2	Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	20
2.3	Kerangka Teoritis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1.	Populasi dan Sampel	24
3.2.	Jenis dan Sumber Data	25
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.	Metode Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan	37
4.3	Implikasi Hasil Penelitian	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		55
5.1	Simpulan.....	55
5.2	Saran.....	56

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Penduduk yang Mengakses TIK Menurut Kabupaten/Kota .	7
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 3.1 Indikator Pernyataan Kuesioner.....	27
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 3.3 Interval Tingkat Kepuasan Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	39
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Dimensi <i>Content</i>	40
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Dimensi <i>Accuracy</i>	41
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Dimensi Format.....	42
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Dimensi <i>Ease of Use</i>	43
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Dimensi <i>Timeless</i>	44

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengguna Tiktok Shop di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Survei Populix.....	3
Gambar 1.3 <i>Rating</i> Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center.....	4
Gambar 1.4 Ulasan Keluhan Pengguna Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center	5
Gambar 1.5 Konten Permasalahan Pengguna Tiktok Shop.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tiktok Indonesia.....	35
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden.....	37
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Usia Responden.....	37
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Pekerjaan Responden.....	38

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Tingkat Kepuasan Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar

Lampiran 2 Tampilan Menu Laman Ramah Disabilitas

Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner

Lampiran 4 Riwayat Hidup peneliti



POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era serba digital seperti sekarang ini, teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Teknologi di bidang informasi yang mengalami perkembangan *massif* dari waktu ke waktu memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang semakin meningkat. Kemudahan akses terhadap informasi apapun disebabkan oleh ketersediaan internet yang luas saat ini (Supriyanto, et al., 2023).

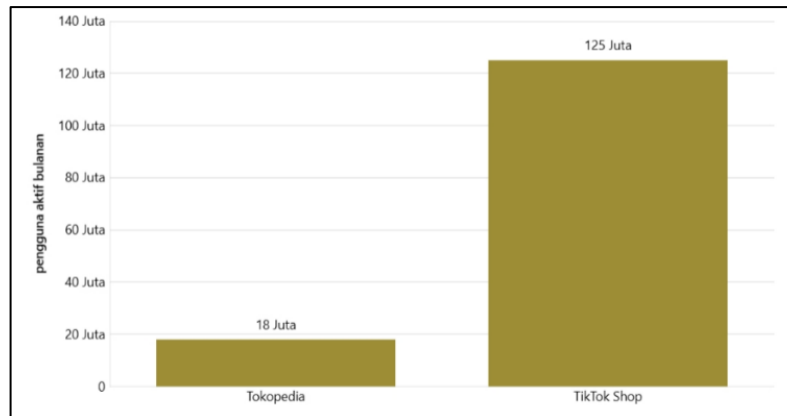
Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (2023) dalam laman resminya menyampaikan total pengguna internet Indonesia tahun 2024 adalah sejumlah 221.563.479 jiwa dari total keseluruhan populasi sebanyak 278.696.200 jiwa penduduk tahun 2023. Berdasarkan survei penetrasi internet Indonesia yang dilakukan APJII, tingkat penetrasi internet mencapai persentase sebanyak 79,5%, dengan peningkatan sebanyak 1,4% dari periode sebelumnya. Peningkatan signifikan ini terjadi sejak pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yaitu mencapai 73,7% dengan peningkatan sebesar 8,9% dari periode sebelumnya.

Perkembangan teknologi yang pesat sejak pandemi Covid-19 didasari pada berbagai pembatasan yang terjadi kala itu. Pekerjaan, pendidikan, bahkan hingga

gaya hidup beralih pada pemanfaatan teknologi guna mengendalikan penyebaran wabah tersebut. Tidak heran jika banyak pihak pengembang aplikasi dan teknologi mulai berinovasi untuk memperluas jangkauan target *market*-nya guna mengakomodasi berbagai kebutuhan masyarakat yang kian meningkat.

Hal ini juga dilakukan oleh Tiktok, yang sebelumnya hanya merupakan media sosial, kini telah merambah menjadi *social commerce* melalui fitur terbarunya yaitu Tiktok Shop. *Social commerce* adalah suatu konsep dimana sebuah aplikasi sosial media disematkan fitur *e-commerce* di dalamnya. Dalam konsep ini, media sosial digunakan sebagai media untuk bersosialisasi secara daring, sekaligus berfungsi untuk melakukan transaksi.

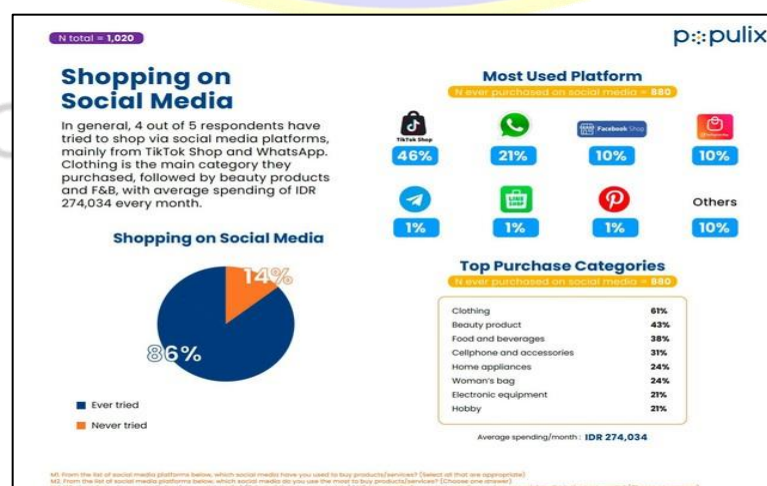
Dilansir dari hootsuite.com, Tiktok Shop menjadi bagian dari fitur *social commerce* yang memfasilitasi *user* untuk melakukan promosi dan jual beli melalui Tiktok (Christison, 2022). Sejak September 2021, fitur ini dapat diakses di banyak negara seperti Kanada, Amerika Serikat, dan Indonesia. Fitur belanja ini tersedia di Tiktok sebagai *feedback* terhadap peningkatan angka penjualan produk setelah dilakukannya promosi melalui *platform* tersebut. Berdasarkan survei *Adweek-Morning Consult* yang dalam Deseret News, 49% *user* akan melakukan pembelian produk / layanan setelah melihat *advertisement* dan ulasan di Tiktok (Pflughoeft, 2021).



Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengguna Tiktok Shop di Indonesia

Sumber: Ahdiat, 2024.

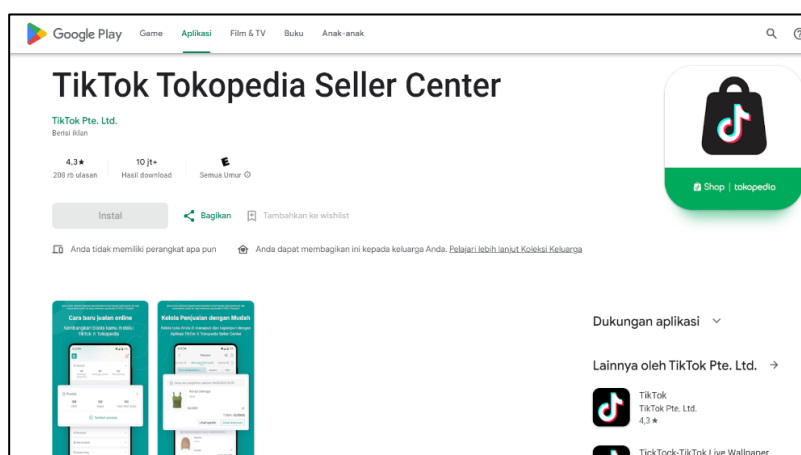
Tiktok menjadi *social* media yang termasuk digemari pengguna internet di seluruh dunia. Menurut laporan We Are Social yang dirangkum dalam Databooks, aplikasi ini memiliki 112,97 juta pengguna di Indonesia per April 2023 (Annur, 2023). Sementara itu, jumlah pengguna bulanan Tiktok Shop di Indonesia mencapai 125 juta. Dengan adanya kemitraan Tiktok dan Tokopedia, fitur ini memiliki potensi menjangkau 143 juta pengguna bulanan di Indonesia (Ahdiat, 2024).



Gambar 1.2 Survei Populix

Sumber: KumparanTech, 2022.

Survei Populix menyatakan bahwa sebanyak 86 persen dari total 1.020 responden pria dan wanita dengan rentang usia yang produktif, pernah melakukan transaksi di sosial media. Survei yang dilaksanakan dari tanggal 28 Juli hingga 9 Agustus 2022 ini menampilkan *platform* yang paling banyak digunakan adalah Tiktok Shop yaitu sebanyak 45 persen, disusul WhatsApp sebanyak 21% dan Facebook Shop sebanyak 10% (KumparanTech, 2022).



Gambar 1.3 Rating Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center

Sumber: Google Play, 2024.

Berbeda dengan *social commerce* lainnya, pengguna dapat langsung melakukan transaksi melalui fitur Tiktok Shop yang terdapat di dalam aplikasi Tiktok tanpa harus mengakses laman resmi toko. Sementara itu, Tiktok menyediakan aplikasi terpisah bagi penjual yang memungkinkan penjual untuk mengelola Tiktok Shop melalui ponselnya. Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center yang sudah di-*download* lebih dari 10 juta *user* dan mendapat skor yang cukup baik di angka 4,3 dari skala 5 ini, telah diulas oleh lebih dari 200 ribu pengguna di Playstore. Mayoritas dari ulasan tersebut merupakan ulasan yang positif, namun tidak sedikit juga pengguna yang kecewa terhadap kinerja dari

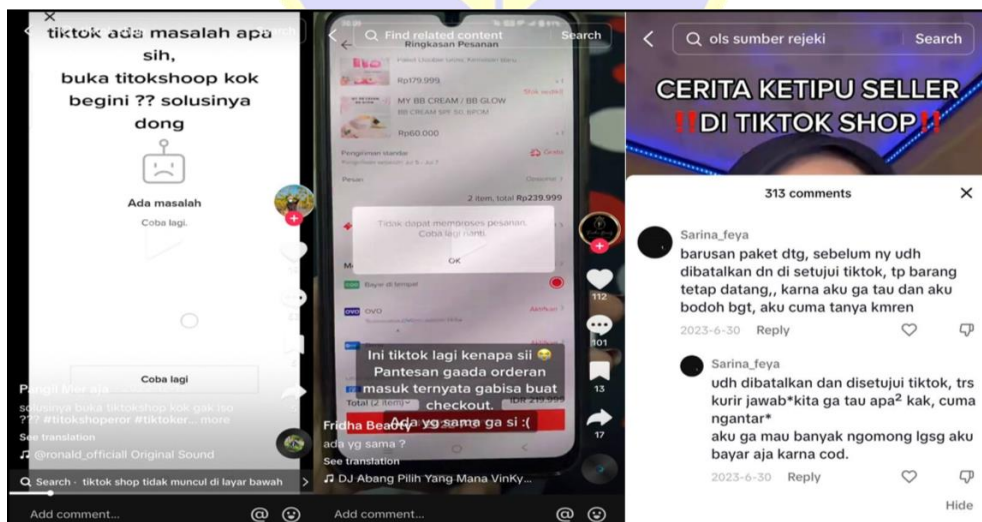
aplikasi tersebut, berikut merupakan beberapa ulasan keluhan yang diutarakan pengguna Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center, antara lain:



Gambar 1.4 Ulasan Keluhan Pengguna Aplikasi Tiktok Tokopedia Seller Center

Sumber: Google Play, 2024.

Sementara itu, dalam observasi yang peneliti lakukan terhadap penggunaan fitur Tiktok Shop, peneliti menemukan berbagai permasalahan yang dialami pengguna yang dibagikan melalui konten Tiktok, sebagai berikut:



Gambar 1.5 Konten Permasalahan Pengguna Tiktok Shop

Sumber: Tiktok, 2024.

Berdasarkan hasil penelusuran informasi yang peneliti rangkum dari ulasan pengguna dan konten Tiktok tersebut, setidaknya terdapat beberapa kendala sistem yang dirasakan pengguna Tiktok Shop, antara lain:

1.1.1 Kesulitan pada proses verifikasi, dan *login* akun

1.1.2 Tiktok Shop mengalami eror yang membuat produk di etalase dan keranjang tidak dapat diakses pengguna

1.1.3 Status pengiriman lama *ter-update* sehingga menyulitkan pengguna untuk melacak pesanan

1.1.4 Permasalahan sistem yang membuat total produk terjual terhapus, yang dikhawatirkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian *buyer*

1.1.5 Produk yang dipromosikan berbeda dengan yang terdapat di keranjang dan etalase

1.1.6 Waktu memuat laman pada fitur Tiktok Shop terkadang lambat

Berbagai permasalahan di atas menarik minat peneliti untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop. Apakah fitur ini telah mampu memenuhi kebutuhan penggunanya, atau tidak.

Dikarenakan jumlah populasi pengguna Tiktok Shop yang belum dapat diklasifikasikan per wilayah Indonesia, peneliti akan melakukan penelitian berupa penyebaran kuesioner kepada pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar. Lokasi ini peneliti pilih karena daerah ini merupakan lokasi dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Bali mencapai 87,54% seperti yang diterangkan pada tabel 1.1 berikut. Sehingga, diharapkan penelitian ini nantinya akan tepat sasaran.

Tabel 1.1 Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota, 2023

Kabupaten/Kota	Jenis Aktivitas / Type of Activity		
<i>Regency</i>	Menggunakan Telepon Seluler	Menggunakan Komputer*	Mengakses Internet**
<i>Municipality</i>	<i>Using Celluler Phone</i>	<i>Using Computer</i>	<i>Internet Access</i>
Jembrana	87,52	9,24	69,77
Tabanan	79,76	11,60	70,39
Badung	87,20	25,22	83,18
Gianyar	80,94	18,23	70,85
Klungkung	72,44	8,75	63,38
Bangli	75,15	9,17	65,40
Karangasem	77,56	5,94	57,09
Buleleng	80,70	7,11	62,02
Denpasar	93,00	23,46	87,54
Rata-rata:	83,98	15,69	73,34

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2024.

Kuesioner yang akan disebar akan disusun dengan model *End User Computings Satisfaction* (EUCS). Evaluasi kepuasan pengguna akhir (*End User Satisfaction*) serta kesuksesan implementasi sistem merupakan langkah yang sangat penting. Model EUCS ini sendiri telah terbukti dan divalidasi dalam banyak studi (Lowrie, 2014:1). Penelitian sebelumnya memaparkan bahwa kegagalan suatu sistem umumnya disebabkan oleh pengguna daripada permasalahan terkait teknis. Oleh karena itu, permasalahan ini perlu dianalisis oleh *developer* sistem, terutama terkait kebutuhan *user* akan *system*. Analisis kepuasan pengguna akhir menjadi aspek yang krusial dalam pengembangan

sistem. Tujuannya, agar sistem informasi dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan tersebut, peneliti memiliki minat untuk mengamati lebih lanjut mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar.

1.2 Rumusan Masalah

Setidaknya terdapat 2 pokok permasalahan yang didapat dari latar belakang penelitian di atas, antara lain:

- 1.2.1 Bagaimana tingkat kepuasan *user* fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar?
- 1.2.2 Bagaimana upaya-upaya yang dapat diterapkan untuk pengembangan fitur Tiktok Shop agar lebih efektif dan efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dianalisis sebelumnya, tujuan dari adanya studi ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar.
- 1.3.2 Untuk mengetahui upaya-upaya yang dapat diterapkan untuk mengembangkan fitur Tiktok Shop agar lebih efektif dan efisien.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari adanya studi ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil studi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan informasi mengenai konsep yang berkaitan dengan *customer service*, khususnya mengenai *customer satisfaction*.

1.4.2 Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu kegiatan dan memberikan masukan sebagai saran evaluasi bagi penyedia fitur Tiktok Shop dalam peningkatan dan penyempurnaan layanan sehingga dapat terus meningkatkan kepuasan penggunaannya.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional.

c. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan rujukan untuk penelitian di masa depan, serta dapat memberikan pengetahuan terkait pengimplementasian ilmu pengetahuan yang diperoleh di kampus ke dunia kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang dan alasan mengapa penelitian ini dilakukan, rumusan permasalahan yang dianggap dapat diangkat dan dianalisis dalam penelitian, maksud dan tujuan dari penelitian, kontribusi dari hasil penelitian terhadap penyelenggara studi dan perusahaan serta sistematika dalam penulisan laporan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat berbagai teori ilmu yang relevan terhadap judul penelitian, hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan (kajian empirik) dan kerangka pemikiran teoritis yang diterapkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari tempat pelaksanaan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik dalam pengumpulan data, metode untuk menganalisis data, penentuan populasi dan sampel yang digunakan, teknik *sampling* data, dan metode analisis yang diterapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

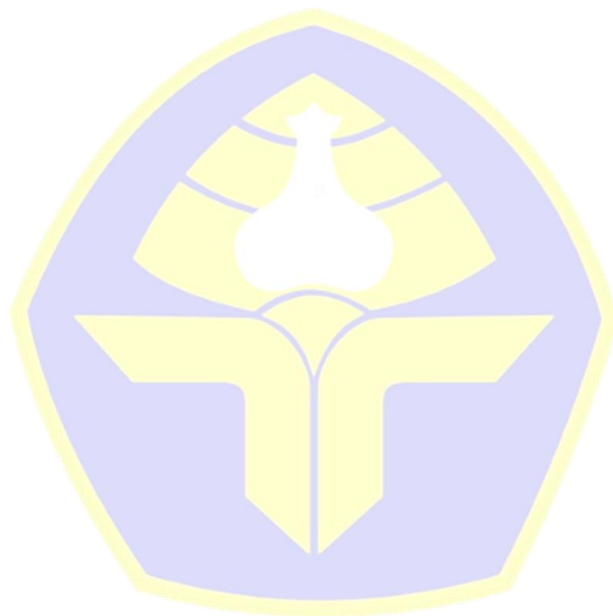
Bab ini terdiri dari *overview* perusahaan, hasil penganalisisan permasalahan dan pembahasan, serta perbandingan penelitian dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan (implikasi penelitian).

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah diperoleh melalui proses analisis data dan saran/masukan yang diberikan kepada perusahaan penyedia fitur Tiktok Shop.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis rumusan masalah yang telah dilakukan, peneliti setidaknya dapat mengambil 2 simpulan, antara lain:

5.1.1 Tingkat Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar

Berdasarkan studi yang telah dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar melalui penyebaran *questionnaire* yang dibuat dengan menerapkan model EUCS menghasilkan 18 indikator pernyataan dan melibatkan 125 responden menunjukkan bahwa layanan yang tersedia di fitur Tiktok Shop tersebut belum dapat secara optimal mengakomodir kebutuhan penggunanya. Hal itu dapat diketahui dari perolehan rata-rata total skor kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop dalam aspek *content* (4,03), *accuracy* (4,21), *format* (4,12), *ease of use* (4,28), dan *timeless* (3,50) adalah sebesar 4,03 yang apabila diklasifikasikan ke dalam tabel interval 3.3 termasuk ke dalam *range* 3,52-4,35 dengan predikat kepuasan **Sedikit Puas**.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar merasa sedikit puas terhadap kinerja fitur dari segi isi yang dimuat, akurasi yang

dihasilkan, format tampilan, kemudahan dalam penggunaan aplikasi, ketepatan waktu pemrosesan data, dan keamanan akun pengguna.

5.1.2 Upaya Pengembangan Fitur Tiktok Shop

Berdasarkan survei tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop yang telah peneliti lakukan dalam saran pengembangan aplikasi, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk membuat fitur ini menjadi lebih efektif dan efisien sehingga dapat selalu memaksimalkan kepuasan penggunanya antara lain, penambahan fitur *responsive voice* dan *widget accessibility* yang bermanfaat bagi disabilitas, penambahan fitur kontrol orang tua, serta peningkatan keamanan dan privasi akun Tiktok Shop melalui penyematan PIN, verifikasi identitas, dan notifikasi keamanan.

5.2 Saran

Guna meningkatkan kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop yang berada pada rentang **Sedikit Puas** tersebut, terdapat beberapa upaya yang dapat dipertimbangkan oleh Tiktok, antara lain:

5.2.1 Menyediakan Pilihan Jasa Ekspedisi

Hasil kuesioner pada indikator pernyataan T3 yaitu '*update* pesanan pada fitur Tiktok Shop sesuai dengan estimasi waktu pengiriman di lapangan' menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah, yaitu sebanyak 93 orang memberikan penilaian di bawah 4 dalam kepuasan dari total 125 responden. 9 orang diantaranya mengungkapkan bahwa status pesanan mereka tidak sesuai

dengan yang terlihat di aplikasi karena pihak ekspedisi mengalami *overload* sehingga lambat mengirimkan informasi pada sistem.

Permasalahan ini mungkin terjadi karena Tiktok Shop tidak menyediakan opsi pilihan ekspedisi kepada penggunanya, sehingga pengguna tidak dapat memilih ekspedisi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ekspedisi yang disediakan sejauh ini oleh Tiktok Shop adalah J&T, meskipun Tiktok mengklaim telah bekerjasama dengan ekspedisi pihak ketiga seperti JNE, NinjaVan, dan SiCepat untuk mendukung operasionalnya.

Tiktok Shop hendaknya menyediakan opsi pilihan ekspedisi kepada pengguna, sehingga pengguna dapat memilih ekspedisi yang dirasa tepat dan sesuai dengan kondisi di daerahnya, pengguna juga dapat meminimalisir memilih ekspedisi yang sering kali mengalami *overload*, sehingga status pesanan pun dapat dikirimkan secara *real time* kepada pengguna yang sesuai dengan estimasi waktu pengiriman di lapangan.

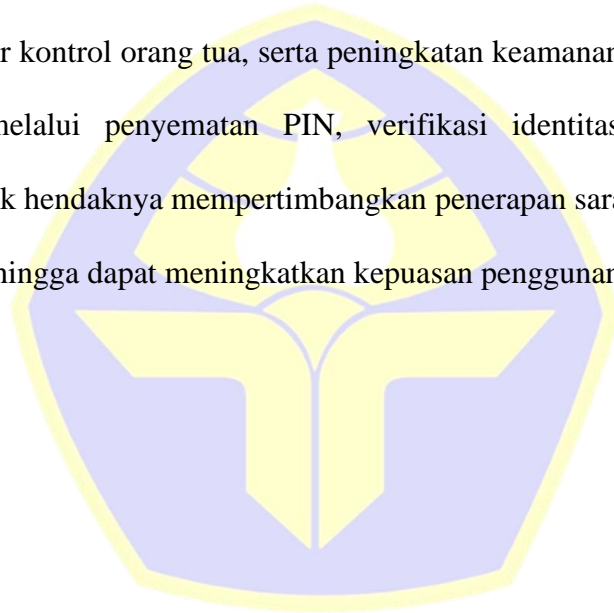
5.2.2 Meningkatkan Jumlah Staf *Customer Service*

Kuesioner tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah terhadap indikator T4 yaitu '*customer service* Tiktok Shop cepat dan sigap dalam menangani komplain' yaitu sebanyak 89 orang memberikan penilaian di bawah 4 dalam kepuasan dari total 125 responden. Jumlah *customer service* yang terbatas dapat menjadi faktor penyebab dalam permasalahan ini, karena memerlukan waktu yang lebih lama bagi mereka untuk merespon dan menangani komplain pengguna. Tiktok Shop hendaknya dapat meningkatkan jumlah staf *customer service* nya, sehingga dapat

mengakomodir pertanyaan dan keluhan yang disampaikan pengguna secara cepat dan akan berdampak pada peningkatan kepuasan penggunanya.

5.2.3 Mempertimbangkan Saran Pengembangan Fitur Tiktok Shop

Berdasarkan survei tingkat kepuasan pengguna fitur Tiktok Shop di Kota Denpasar yang dilakukan, peneliti telah merangkum saran pengembangan fitur Tiktok Shop yang diberikan oleh responden, antara lain penambahan fitur *responsive voice* dan *widget accessibility* yang bermanfaat bagi disabilitas, penambahan fitur kontrol orang tua, serta peningkatan keamanan dan privasi akun Tiktok Shop melalui penyematan PIN, verifikasi identitas, dan notifikasi keamanan. Tiktok hendaknya mempertimbangkan penerapan saran pengembangan fitur tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan penggunanya.



POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P. A., & Nuryana, I. K. D. (2022). Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 80–90.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/48646/40554>
- Ahdiat, A. (2024, Maret 19). *TikTok Shop Gabung Tokopedia, Ini Jumlah Penggunanya*. Databooks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/19/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya#:~:text=Sementara%20jumlah%20pengguna%20aktif%20bulanan,aktif%20bulanan%20di%20dalam%20negeri>
- Annur, C. M. (2023, Mei 24). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*. Databooks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023, Desember). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*.
[https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Interne-t%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%200internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023)

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023). *Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota, 2023*.
<https://bali.bps.go.id/statictable/2018/04/13/95/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-2019.html>

Chandrarini, G. (2017). *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat.

Christison, C. (2022, July 13). *How to Set Up a Tiktok Shop to Sell Your Products*.
<https://blog.hootsuite.com/tiktok-shopping/>

Google Play Store. (2024). *Tiktok Tokopedia Seller Center*.
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tiktokshop.seller&hl=id&gl=US>.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (n.d). *Menu Aksesibilitas*.
<https://kemenparekraf.go.id/>

Komariah, A., & Satori, D. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

KumaranTECH. (2022, September 23). *Survei: 45% Masyarakat Indonesia Doyan Belanja di TikTok Shop*. <https://kumaran.com/kumparantech/survei-45-masyarakat-indonesia-doyan-belanja-di-tiktok-shop-1yuKNSdzT2z/1>

- Lattu, A., Sihabuddin, & Jatmika, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Penggunaan E-Learning dengan Metode TAM dan EUCS. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v4i1.115>
- Lowrie, Kinga. (2014). *End User Computing Satisfaction (EUCS) in Decision Analytic Modelling*. Semantic Scholar.
- Murtisari, M. S. (2021, Juli 7). *Viral Lalai Awasi Anak Main HP, Paket COD Terus Berdatangan hingga Senilai Rp 16 Juta*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/hot/read/4600799/viral-lalai-awasi-anak-main-hp-paket-cod-terus-berdatangan-hingga-senilai-rp-16-juta>
- Nadia, P. S. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna dan Pengaruh Fitur Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Siliwangi.
- Pflughoeft, A. (2021, May 12). *Shopping on TikTok: The app's upcoming feature*. Deseret. <https://www.deseret.com/2021/5/12/22431088/shopping-on-tiktok-update/>
- Priansa, Donni. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Setiawan, H., & Novita, D. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 162–175. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i2.1375>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, et al., (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?. *BUSINESS: Scientific Journal of Business*

and *Entrepreneurship*, 1(1), 1–16.
<https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/43>

Tiktok. (n.d). *Permasalahan Pengguna Tiktok Shop*. <https://www.tiktok.com/id-ID/>

Tjiptono, Fandy. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Utama, A. W., & Kunci, K. (n.d.). *E k k p s i a (siak) m pieces eucs*. VIII(1), 18-32.

Kahfa, Z. I., & Wahjono, S. I. (2023). *Struktur Organisasi di Tiktok Indonesia* [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Yang, M. Z., & Sihotang, J. I. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap User Interface Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Metode EUCS di Jakarta Barat. *Informatics and Digital Expert (INDEX)*, 4(2), 53–60. <https://doi.org/10.36423/index.v4i2.1110>

Yudistira, A., & Novita, D. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Arsip Digital Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 176–188. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i2.3059>