

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini masyarakat telah dimudahkan oleh teknologi dalam melakukan transaksi jual beli. Para pelaku usaha saat ini dapat bertransaksi menggunakan jaringan internet, atau yang dikenal sebagai *e-commerce*. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 tercatat sebanyak 2.361.423 usaha di Indonesia menggunakan *e-commerce* dalam melakukan transaksi [1]. Berbagai usaha tersebut tersebar di berbagai aplikasi, dan aplikasi media sosial TikTok adalah salah satunya.

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial, di mana penggunanya dapat membuat dan mengunggah video dengan durasi pendek [2]. Jumlah peminat dari aplikasi ini berkembang dengan sangat cepat. Tahun 2019 merupakan tahun di mana pengguna TikTok memuncak hingga tercatat lebih dari 380 juta unduhan serta pada tahun 2021 tercatat jumlah pengguna aplikasi TikTok sebesar 656 juta di seluruh dunia, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 15% sehingga mencapai jumlah 755 juta di seluruh dunia [3]. Sedangkan di Indonesia sendiri, pengguna aktif pada awal tahun 2022 tercatat sebanyak 92 juta orang [4]. Hal ini disebabkan oleh konten menarik (komedi, horror, tips & trik, dan sebagainya) yang dibuat oleh pengguna, serta banyaknya fitur yang tersedia yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna.

Dikarenakan jumlah penggunanya yang terus meningkat, pada tahun 2021 TikTok secara resmi mengeluarkan fitur baru yaitu TikTok Shop[5]. Tujuan dari adanya fitur ini adalah agar pengguna aplikasi TikTok dapat melakukan transaksi jual beli secara langsung pada aplikasi. Hingga saat ini, fitur TikTok Shop masih ramai di kalangan manapun oleh masyarakat dikarenakan promo dan gratis ongkos kirim yang disediakan oleh fitur TikTok Shop.

Selain dari kedua hal tersebut, tentunya masih banyak faktor lainnya yang membuat TikTok Shop tetap ramai hingga saat ini. Faktor tersebut dapat menjadi evaluasi Penelitian ini akan membahas faktor apa saja yang membantu kesuksesan

TikTok Shop hingga saat ini. Salah satu model yang dapat digunakan dalam mengukur faktor kesuksesan tersebut ialah model DeLone dan McLean.

Model DeLone dan McLean merupakan sebuah model yang dirancang oleh William H. DeLone dan Ephiraim R. McLean yang berfungsi untuk mengukur kesuksesan suatu sistem informasi [6]. Model ini digunakan dalam penelitian ini dikarenakan model ini telah digunakan oleh beberapa peneliti sebelumnya dalam mengukur suatu kesuksesan dari sistem yang sudah ada [7]. Selain itu, model ini juga mendukung hasil pengukuran agar lebih menyeluruh dibanding hanya menggunakan variabel tertentu [8], karena model ini telah mencakup enam variabel penting dalam suatu sistem, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada bagian sebelumnya, berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini.

1. Faktor apa saja yang mendukung kesuksesan fitur TikTok Shop dari aplikasi media sosial TikTok menggunakan model DeLone dan McLean?
2. Bagaimana hubungan antar variabel yang ada pada model DeLone dan McLean jika diterapkan pada fitur TikTok Shop dari aplikasi media sosial TikTok?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah pada bagian sebelumnya, berikut merupakan batasan masalah pada penelitian ini.

1. Penelitian ini hanya mencakup penilaian pada fitur TikTok Shop dari aplikasi media sosial TikTok.
2. Populasi dari penelitian ini hanya mencakup mahasiswa perguruan tinggi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian pada fitur TikTok Shop dari aplikasi media sosial TikTok.

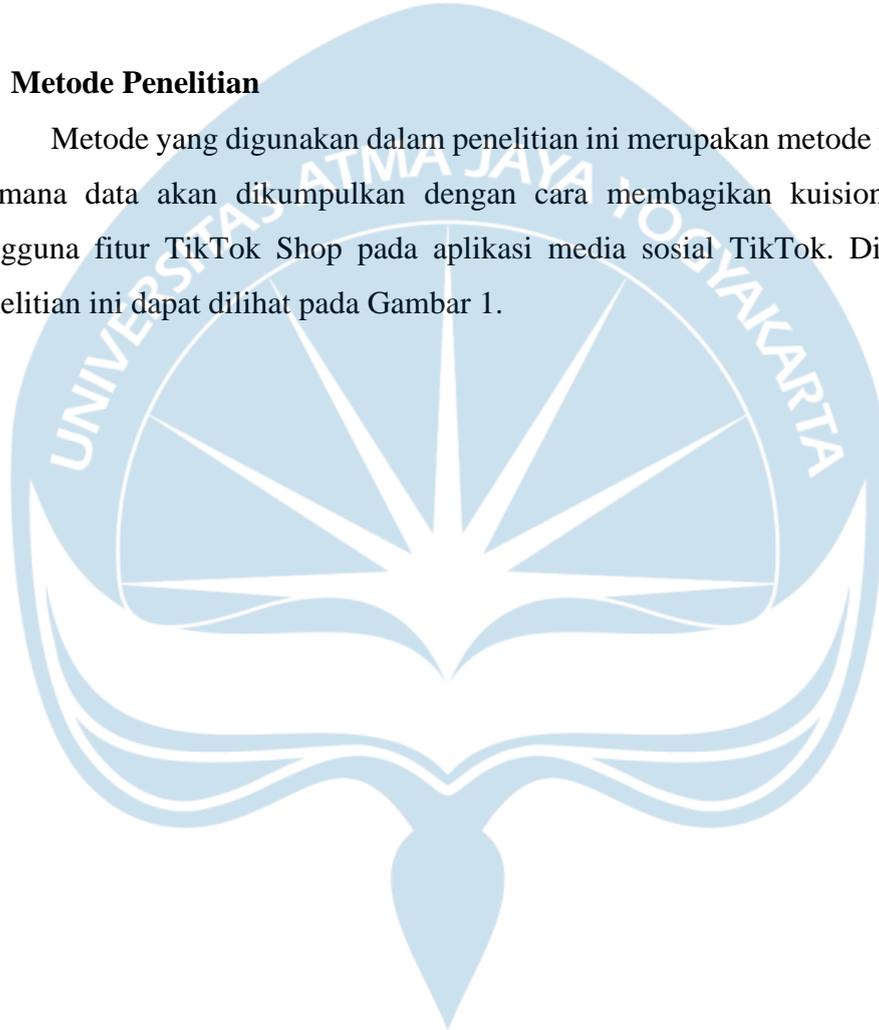
D. Tujuan Penelitian

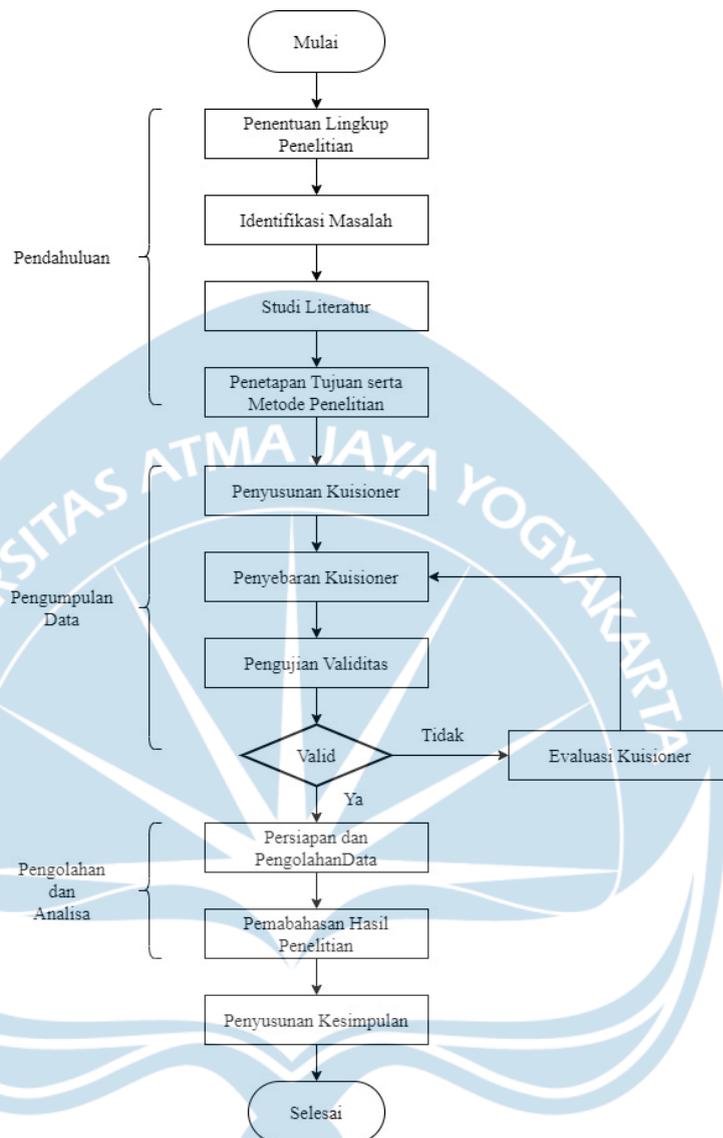
Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor apa saja yang mendukung kesuksesan fitur TikTok Shop pada aplikasi media sosial TikTok menggunakan model Delone dan McLean.
2. Mengetahui hubungan antar variabel yang ada pada model Delone dan McLean jika diterapkan pada fitur TikTok Shop dari aplikasi media sosial TikTok.

E. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif, di mana data akan dikumpulkan dengan cara membagikan kuisisioner kepada pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi media sosial TikTok. Diagram alir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.





Gambar 1. Diagram alir penelitian

F. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dideskripsikan gambaran umum mengenai isi dari tugas akhir secara singkat.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan akan terdiri dari beberapa bagian berikut; latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan terdiri dari sepuluh ringkasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian beserta tabel perbandingannya.

BAB III LANDASAN TEORI

Landasan teori akan berisi beberapa teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN EKSPERIMAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum yang berkaitan dengan analisis serta perancangan dari penelitian.

BAB V HASIL EKSPERIMEN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan berisi mengenai hasil serta pembahasan dari eksperimen penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bagian penutup akan berisi kesimpulan dari hasil eksperimen serta saran.

