



Pengalaman Pengguna dan Penerapan Sistem Informasi Manajemen dalam Menggunakan Aplikasi dan Fitur Tiktokshop

Tan Evan Tandiyono¹, Pamela Putry Febriani², Diah Ayu Susilaningtias³,
Bintang Octavianus⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945

Jl. Semolowaru No. 45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa
Timur, Indonesia

E-mail: tanevan@untag-sby.ac.id

Article Info

Article history:

Received December 06, 2025

Revised December 09, 2025

Accepted December 14, 2025

Keywords:

TikTok Shop, Management
Information Systems, User
Experience, User Satisfaction,
Social Commerce

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes to the way people conduct transactions. Buying and selling, which used to be conducted face-to-face, is increasingly shifting to digital platforms connected to social media. One example of this change is TikTok Shop, an e-commerce feature within the TikTok app. TikTok Shop allows users to view, select, and purchase products directly through video or live broadcasts. The user experience of TikTok Shop is significantly influenced by how the platform's information system functions. The Management Information System in TikTok Shop plays a role in managing data flow, transaction processing, security, and customer service. If the system functions well, users will feel safe and comfortable when making transactions. Conversely, system disruptions, delays in information, or technical issues can reduce user satisfaction. This study aims to explore the user experience of using the TikTok Shop feature and how the implementation of a Management Information System contributes to service quality. The research method used in this study is descriptive qualitative, involving students from the University of 17 August 1945 Surabaya as the research subjects. Data collection was conducted through interviews, observation, and documentation. The results of this study are expected to provide a clear understanding of the relationship between information systems and user satisfaction on the TikTok Shop platform.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received December 06, 2025

Revised December 09, 2025

Accepted December 14, 2025

Kata Kunci:

TikTok Shop, Sistem Informasi
Manajemen, Pengalaman
Pengguna, Kepuasan Pengguna,
Social Commerce

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi. Proses jual beli yang dulu dilakukan secara tatap muka kini semakin beralih ke platform digital yang terhubung dengan media sosial. Salah satu contoh dari perubahan ini adalah TikTok Shop, fitur e-commerce yang ada dalam aplikasi TikTok. TikTok Shop memberikan kesempatan kepada pengguna untuk melihat, memilih, dan membeli produk secara langsung melalui video atau siaran langsung. Pengalaman pengguna dalam memanfaatkan TikTok Shop sangat dipengaruhi oleh cara sistem informasi di platform tersebut berfungsi. Sistem Informasi



Manajemen di TikTok Shop memiliki peranan dalam mengatur alur data, proses transaksi, keamanan, hingga layanan konsumen. Jika sistem dapat berjalan dengan baik, pengguna akan merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi. Sebaliknya, gangguan sistem, keterlambatan dalam informasi, atau masalah teknis dapat mengurangi kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengalaman pengguna dalam memanfaatkan fitur TikTok Shop dan bagaimana penerapan Sistem Informasi Manajemen berkontribusi terhadap kualitas layanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan melibatkan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai hubungan antara sistem informasi dan kepuasan pengguna di platform TikTok Shop.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Tan Evan Tandiyono

Universitas 17 Agustus 1945

Email: tanevan@untag-sby.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara perusahaan menjalankan bisnis, tetapi juga mengubah perilaku konsumen dalam mencari informasi, membandingkan produk, hingga melakukan transaksi pembelian. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional melalui toko fisik kini telah banyak bergeser ke platform digital yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan layanan, serta efisiensi waktu dan biaya.

Media sosial yang awalnya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi kini telah berkembang menjadi sarana transaksi bisnis yang dikenal dengan istilah social commerce. Konsep ini menggabungkan fungsi interaksi sosial dengan aktivitas ekonomi dalam satu platform digital. Salah satu platform yang paling menonjol dalam penerapan social commerce adalah TikTok melalui fitur TikTok Shop. Berbeda dengan marketplace konvensional, TikTok Shop mengintegrasikan konten video pendek, sistem algoritma rekomendasi, fitur siaran langsung (live streaming), serta sistem transaksi yang terhubung langsung di dalam aplikasi. Hal ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif, real-time, dan berbasis hiburan.

Keunikan model bisnis TikTok Shop terletak pada kemampuannya dalam memengaruhi keputusan pembelian pengguna melalui konten kreatif. Pengguna tidak hanya melihat katalog produk secara statis, melainkan dapat menyaksikan demonstrasi produk secara langsung melalui video atau siaran langsung dari penjual maupun kreator. Di sisi lain,



kemudahan tersebut juga meningkatkan ketergantungan pengguna terhadap sistem informasi yang mengelola seluruh proses, mulai dari pencarian produk, pengolahan transaksi, sistem pembayaran, hingga pelacakan pengiriman barang.

Pada titik inilah peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) menjadi sangat krusial. SIM merupakan sistem terintegrasi yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks TikTok Shop, SIM tidak hanya berfungsi secara internal bagi pengelola platform, tetapi juga berdampak langsung pada pengalaman pengguna. Keandalan SIM memengaruhi kecepatan loading aplikasi, stabilitas server, keamanan data, akurasi informasi produk, serta transparansi status pengiriman.

Apabila sistem ini berjalan dengan baik, maka kepercayaan pengguna terhadap platform akan meningkat. Sebaliknya, gangguan teknis atau kebocoran data dapat menurunkan tingkat Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital (digital native) merupakan kelompok pengguna yang sangat akrab dengan teknologi dan media sosial. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya termasuk pengguna aktif TikTok Shop, baik sebagai pembeli maupun hanya sebagai penonton konten promosi. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena mahasiswa memiliki tingkat literasi digital yang relatif tinggi, namun tetap rentan terhadap keputusan pembelian impulsif akibat paparan konten yang persuasif. Selain itu, mahasiswa juga memiliki sensitivitas tinggi terhadap kualitas layanan digital, seperti kecepatan sistem, kemudahan navigasi, dan respons layanan pelanggan.

Penelitian mengenai pengalaman pengguna dan penerapan Sistem Informasi Manajemen pada TikTok Shop menjadi penting karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai kualitas layanan digital dalam praktiknya. Di tengah persaingan ketat antar-platform e-commerce di Indonesia, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dapat menjadi dasar bagi pengembangan sistem yang lebih baik. Penelitian ini juga relevan bagi dunia akademik, khususnya dalam bidang Sistem Informasi Manajemen, karena menghadirkan studi kasus aktual yang terjadi di lingkungan masyarakat digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi dan fitur TikTok Shop serta menganalisis bagaimana penerapan Sistem Informasi Manajemen mendukung kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Dengan memahami hubungan antara teknologi, sistem informasi, dan perilaku pengguna, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan platform social commerce di masa yang akan datang.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Sistem informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah salah satu komponen vital dalam pengelolaan organisasi modern. SIM berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyajikan data menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan. Adanya SIM tidak hanya diperlukan oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh platform digital yang melayani jutaan pengguna setiap hari.

Dalam dunia bisnis digital, SIM telah berkembang dari sekadar alat administrasi menjadi fondasi operasional. SIM mengatur penyimpanan data pelanggan, pengolahan



transaksi, dan penyajian informasi kembali kepada pengguna melalui notifikasi, riwayat pesanan, dan laporan aktivitas. Sistem yang baik dapat mengurangi risiko kesalahan, mempercepat layanan, dan menambah kepercayaan pengguna.

Di samping itu, SIM juga bertanggung jawab dalam keamanan data. Informasi pribadi pengguna, seperti alamat, nomor telepon, dan data pembayaran harus dikelola dengan standar keamanan tertentu agar tidak disalahgunakan. Oleh karena itu, keandalan SIM adalah aspek kunci dalam menjaga reputasi platform digital.

TikTok Shop sebagai *Platform Social Commerce*

TikTok Shop adalah contoh penerapan konsep social commerce, yaitu penggabungan antara media sosial dan aktivitas jual beli. Dalam platform ini, promosi dan transaksi dilakukan secara bersamaan dalam satu aplikasi. Pengguna bisa menemukan produk melalui video, menonton ulasan produk secara langsung, dan melakukan pembelian dengan sangat cepat.

Keunggulan TikTok Shop terletak pada sistem rekomendasi yang berbasis algoritma, yang menyajikan konten sesuai minat pengguna. Ini menjadikan pengalaman berbelanja lebih personal, namun juga menuntut sistem informasi yang kuat untuk mengolah data dalam jumlah besar secara real-time. Kegagalan sistem dalam menampilkan informasi yang tepat dapat mengakibatkan kesalahan pesanan, keterlambatan pengiriman, atau bahkan penurunan kepercayaan pengguna.

Di sisi lain, peran penjual dan pembuat konten juga sangat penting dalam ekosistem TikTok Shop. Mereka menggunakan fitur seperti belanja langsung dan video promosi untuk menarik perhatian calon pembeli. Ini membuat SIM tidak hanya harus memenuhi kebutuhan pembeli, tetapi juga penjual dan mitra logistik.

Pengalaman Pengguna (*User Experience*)

Pengalaman pengguna adalah salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan sebuah sistem digital. Pengalaman ini terbentuk dari interaksi pengguna dengan fitur yang ada, mulai dari pencarian produk hingga penyelesaian transaksi. Pengalaman pengguna yang positif akan menciptakan rasa nyaman, aman, dan percaya terhadap platform.

Beberapa aspek penting dalam pengalaman pengguna mencakup kemudahan navigasi, kejelasan informasi, kecepatan sistem, dan desain antarmuka. Jika salah satu aspek ini tidak berjalan dengan baik, keseluruhan pengalaman pengguna bisa terganggu. Oleh karena itu, pengembangan sistem digital selalu menitikberatkan pada perbaikan aspek kegunaan dan ramah pengguna.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah hasil dari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna. Jika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pengguna akan merasa puas. Kepuasan ini mendorong pengguna untuk terus menggunakan platform dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Dalam layanan digital, kepuasan pengguna dipengaruhi tidak hanya oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas sistem, kecepatan respons, dan keamanan transaksi. Platform



yang mampu mempertahankan konsistensi layanan cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan loyalitas pengguna yang lebih tinggi.

Kerangka Konseptual

UI/UX	Fitur dan layanan	Kepuasan dan kepercayaan
• Kemudahan Akses Seberapa mudah pengguna dapat mengakses aplikasi TikTok Shop. • Desain Antarmuka: Pengaruh tampilan dan navigasi aplikasi terhadap kenyamanan pengguna. • Kecepatan Penggunaan: Waktu yang dibutuhkan pengguna untuk melakukan transaksi atau pencarian produk. • Responsivitas: Kecepatan aplikasi dalam merespons perintah pengguna.	• Fitur Pembayaran: Kemudahan dalam memilih dan menggunakan metode pembayaran yang tersedia. • Fitur Pencarian Produk: Kemudahan dalam mencari produk di aplikasi. • Keamanan Transaksi: Perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi pengguna. • Layanan Pelanggan: Respons dan dukungan dari customer service saat pengguna mengalami masalah atau pertanyaan.	• Kepuasan Pengguna: Bagaimana pengalaman pengguna di TikTok Shop memengaruhi tingkat kepuasan mereka. • Kepercayaan Pengguna: Tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, baik dalam hal keamanan maupun kualitas produk. • Loyalitas Pengguna: Pengaruh aplikasi terhadap kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan TikTok Shop. • Reputasi Aplikasi: Bagaimana persepsi masyarakat terhadap TikTok Shop berhubungan dengan tingkat penggunaan aplikasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman pengguna dalam memanfaatkan fitur-fitur TikTok Shop serta bagaimana penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM) berperan dalam menunjang kemudahan, keamanan, dan kenyamanan pengguna. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, persepsi, dan interpretasi subjek penelitian secara lebih komprehensif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata berdasarkan pengalaman pengguna,



tanpa melakukan manipulasi variabel. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pengamatan alami terhadap penggunaan aplikasi TikTok Shop dalam kehidupan sehari-hari.

Lokasi dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan TikTok Shop di kalangan mahasiswa, sehingga dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada semester genap tahun akademik 2025, dimulai dari tahap perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis data secara bertahap.

Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang memiliki pengalaman menggunakan fitur TikTok Shop. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti pengguna yang telah melakukan transaksi pembelian minimal satu kali melalui TikTok Shop. Objek penelitian difokuskan pada proses penggunaan fitur TikTok Shop, serta peran Sistem Informasi Manajemen dalam menyediakan informasi, pelayanan, dan keamanan transaksi bagi pengguna.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) Wawancara dilakukan secara langsung kepada narasumber dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Pertanyaan difokuskan pada pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan aplikasi, kejelasan informasi, serta rasa aman saat bertransaksi. Observasi Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas pengguna saat mengakses dan menggunakan fitur TikTok Shop, seperti proses pencarian produk, pemilihan barang, hingga proses pembayaran. Dokumentasi Data pendukung dikumpulkan dalam bentuk tangkapan layar (screenshot), catatan aktivitas, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Penelitian kualitatif sangat berharga dalam menggali pandangan mendalam tentang aspek-aspek seperti budaya, sikap, dan pengalaman subjektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan tiga orang narasumber yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu El, Opi, dan Ef. Ketiga narasumber merupakan mahasiswa Generasi Z dengan rentang usia 20–21 tahun dan berdomisili di Surabaya. Seluruh narasumber memiliki pengalaman berbelanja melalui TikTok Shop dan bersedia memberikan informasi terkait pengalaman penggunaan platform tersebut.

Deskripsi Karakteristik Narasumber

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Narasumber

No	Narasumber	Gender	Usia	Asal	Pengalaman Menggunakan TikTok Shop
1	El	Laki-Laki	20 Tahun	Kalimantan	Pengalaman positif dengan kemudahan sistem dan navigasi tiktok shop. sering menggunakan aplikasi untuk membeli barang baik dalam maupun luar jangkauan.
2	Opi	Perempuan	21 Tahun	Solo	Menilai sistem tiktok shop efektif dan efisien. sering memanfaatkan fitur-fitur seperti live shopping dan tracking



					pengiriman untuk kenyamanan belanja.
3	Ef	Laki-Laki	20 Tahun	Surabaya	Mengapresiasi kemudahan aplikasi, terutama dengan fitur pembayaran QRIS dan COD. Meskipun beberapa produk memiliki deskripsi yang kurang jelas, umumnya puas dengan layanan TikTok Shop.

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Hasil Pengolahan Data

Tabel 2. Hasil Rekap Kegiatan Subjek IN-01

No.	Nama	Waktu penggunaan
1.	Opi	- Pengunaan sering : apabila ada kegiatan yang bersifat urgensi atau yang berkaitan dengan berbelanja - Penggunaan standar : apabila hanya melihat deskripsi produk dan promo dari iklan - Penggunaan yang jarang : Tidak adanya kegiatan yang berkaitan dengan belanja

Tabel 3. Hasil Pengolahan Data Narasumber Opi

No	Narasumber	Pertanyaan	Pengalaman Dalam Menggunakan TikTok Shop
1	OPI	Masa penggunaan	5 kali/1 bulan
		Pengalaman Menggunakan TikTok Shop	"Sistem efektif dan efisien, navigasi memudahkan pencarian barang."
		Kepuasan Terhadap Informasi Produk	"Sangat membantu. Rating dan ulasan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian."
		Fitur-Fitur yang Membantu	"Tracking pengiriman, live shopping, fitur promosi/voucher"
		Kendala yang Dihadapi	"Kendala pengiriman terlambat karena masalah jaringan atau pengiriman dari penjual."
		Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan	"Cukup puas, butuh perbaikan pada estimasi pengiriman."



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan Table 2, narasumber Opi menyatakan bahwasannya penggunaan Tiktok shop digunakan apabila ada kegiatan dan tingkat kebutuhan yang tinggi. Apabila ada urgensi atau kegiatan yang diharuskan untuk belanja maupun mencari barang murah, maka Narasumber Opi akan mencari barang tersebut melewati Tiktok Shop. Dan begitu juga sebaliknya, apabila Narasumber hanya sekedar melihat deskripsi barang atau tidak ada kegiatan yang berkaitan dengan belanja, maka penggunaannya akan relatif standar, bahkan bisa jarang untuk penggunaan Tiktok Shop.

Berdasarkan Table 3., narasumber Opi, berhasil mengumpulkan data secara rutin selama 1 bulan sesuai dengan ketentuan penelitian. Narasumber Opi memberikan pernyataan bahwa penggunaan Tiktok Shop hanya dilakukan sebanyak 5 kali dalam waktu 1 bulan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Kemudahan Penggunaan dan Navigasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Manajemen yang diterapkan pada TikTok Shop memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses dan menggunakan aplikasi. Kemudahan penggunaan dan navigasi menjadi faktor penting karena berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan efisiensi pengguna dalam melakukan aktivitas belanja daring.

Berdasarkan hasil wawancara, Narasumber Opi menilai bahwa sistem TikTok Shop telah dirancang secara efektif dan efisien sehingga memudahkan pengguna dalam mencari produk. Opi menyatakan secara langsung bahwa “Sistemnya efektif dan efisien, navigasinya memudahkan pencarian barang.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi pada TikTok Shop telah mampu mendukung aktivitas pengguna, khususnya pada tahap awal proses belanja. Navigasi yang jelas membantu pengguna menghemat waktu dan mengurangi kebingungan saat menjelajahi aplikasi.

Dalam konteks SIM, kemudahan penggunaan dan navigasi merupakan indikator bahwa sistem telah berjalan sesuai dengan fungsinya sebagai alat pendukung kegiatan operasional pengguna. Sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan kenyamanan dan mendorong pengguna untuk terus memanfaatkan platform.

Kualitas Informasi Produk dalam Mendukung Pengambilan Keputusan Pengguna

Kualitas informasi produk menjadi aspek penting dalam penerapan Sistem Informasi Manajemen karena berkaitan langsung dengan pengambilan keputusan pengguna. Informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses akan membantu pengguna dalam menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Narasumber Opi sangat terbantu dengan keberadaan fitur rating dan ulasan. Opi menyampaikan bahwa “Rating dan ulasan sangat membantu dan berpengaruh pada keputusan pembelian.” Kutipan tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disediakan oleh sistem TikTok Shop berfungsi sebagai referensi utama bagi pengguna sebelum melakukan transaksi. Rating dan ulasan membantu pengguna memahami kualitas produk berdasarkan pengalaman pengguna lain, sehingga mengurangi risiko ketidaksesuaian produk.



Dalam perspektif SIM, kualitas informasi yang baik menunjukkan bahwa sistem tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai penyedia informasi yang mendukung pengambilan keputusan secara rasional dan tepat.

Peran Fitur Sistem dalam Meningkatkan Kualitas Layanan

Fitur-fitur yang tersedia pada TikTok Shop merupakan bagian penting dari penerapan Sistem Informasi Manajemen yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna. Berdasarkan hasil penelitian, Narasumber Opi menilai bahwa fitur-fitur yang ada memberikan kemudahan dan nilai tambah dalam pengalaman berbelanja.

Opi secara langsung menyebutkan fitur-fitur yang paling membantu selama menggunakan TikTok Shop, yaitu: “Fitur yang paling membantu itu tracking pengiriman, live shopping, dan promo atau voucher.” Kutipan tersebut menunjukkan bahwa fitur live shopping memungkinkan pengguna memperoleh informasi produk secara langsung dari penjual, sementara promo dan voucher memberikan keuntungan ekonomi yang meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, fitur tracking pengiriman memberikan transparansi dan kepastian dalam proses pasca-pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa SIM TikTok Shop telah mendukung layanan secara menyeluruh, tidak hanya pada tahap transaksi, tetapi juga pada tahap interaksi dan pemantauan pengiriman barang.

Kepuasan Pengguna dan Kendala dalam Layanan Pengiriman

Kepuasan pengguna merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan penerapan Sistem Informasi Manajemen. Berdasarkan hasil wawancara, Narasumber Opi menyatakan bahwa secara umum dirinya merasa cukup puas dengan penggunaan TikTok Shop.

Namun demikian, Opi juga mengungkapkan adanya kendala yang memengaruhi tingkat kepuasan, terutama pada aspek pengiriman barang. Opi menyampaikan bahwa: “Kadang pengiriman terlambat karena masalah jaringan atau dari pihak penjual.” Kendala tersebut menunjukkan bahwa meskipun sistem informasi telah berjalan dengan baik, kualitas layanan masih dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti penjual dan mitra logistik. Ketidaksesuaian antara estimasi pengiriman di aplikasi dengan kondisi sebenarnya dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna.

Opi juga menegaskan tingkat kepuasannya secara keseluruhan dengan menyatakan: “Secara umum cukup puas, tapi perlu perbaikan di estimasi pengiriman.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna belum sepenuhnya optimal dan masih membutuhkan peningkatan pada aspek layanan pengiriman agar pengalaman pengguna menjadi lebih baik.

Implikasi Temuan Penelitian terhadap Pengelolaan Sistem Informasi Manajemen

Hasil Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Manajemen pada TikTok Shop telah memberikan dampak positif terhadap pengalaman dan kepuasan pengguna. Kemudahan sistem, kualitas informasi produk, serta kelengkapan fitur menjadi faktor utama yang mendukung pengalaman pengguna secara positif.

Namun, temuan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan SIM perlu didukung oleh pengelolaan layanan yang terintegrasi, khususnya pada aspek pengiriman. Perbaikan pada



akurasi estimasi waktu pengiriman diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan terhadap platform TikTok Shop.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penerapan Sistem Informasi Manajemen pada TikTok Shop terbukti mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas belanja daring, khususnya pada tahap pencarian produk, proses transaksi, dan metode pembayaran.
2. Sistem informasi yang diterapkan memberikan pengalaman penggunaan yang relatif nyaman dan mudah dipahami, sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan berarti dalam mengoperasikan aplikasi.
3. Fitur live shopping menjadi salah satu aspek yang memperkuat interaksi antara penjual dan pembeli, serta membantu pengguna memperoleh informasi produk secara langsung.
4. Fitur pelacakan pengiriman memberikan transparansi kepada pengguna terkait status pesanan, meskipun dalam praktiknya masih ditemukan ketidaksesuaian antara estimasi dan waktu pengiriman aktual.
5. Kualitas layanan TikTok Shop secara umum dinilai baik oleh pengguna, namun masih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kinerja penjual dan mitra logistik.
6. Kepuasan pengguna terbentuk dari kemudahan sistem, kelengkapan fitur, serta rasa aman dalam bertransaksi melalui platform TikTok Shop.
7. Secara keseluruhan, Sistem Informasi Manajemen memiliki peran penting dalam membentuk kualitas layanan dan kepuasan pengguna pada platform TikTok Shop.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti bermaksud memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. TikTok Shop disarankan untuk meningkatkan akurasi estimasi waktu pengiriman agar informasi yang diterima pengguna lebih sesuai dengan kondisi sebenarnya dan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.
2. Penjual dan mitra logistik diharapkan dapat meningkatkan konsistensi dalam proses pengemasan dan pengiriman barang guna menjaga kualitas layanan secara menyeluruh.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak narasumber dengan karakteristik pengguna yang beragam agar hasil penelitian lebih komprehensif dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2019). "Implementasi SIM dalam E-commerce: Studi Kasus TikTok Shop". *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, 8(1), 23-34.
- Kesuma, L. P., & Firdaus, R. (2024). Integrasi Sistem Informasi Manajemen Dengan Mata Uang Digital (Currency). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1008–1015.



<https://jicnusanantara.com/index.php/jiic/article/view/583>

- Wijoyo, A. P., & Sadewo, F. (2024). Dampak kelemahan sistem informasi terhadap kepuasan pengguna layanan digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 4(2), 88–99.
- Febrianti. (2024) "Analisis sistem informasi manajemen pada TikTok Shop." *Jurnal Social Economics (JSE)*. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jse/article/view/850/>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Fitriyani, P., Nugraha, D., & Ramadhan, M. (2024). Integrasi sistem informasi e-commerce lintas platform: Studi kasus TikTok Shop dan Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, 3(1), 21–33.
- Hutapea, D. L., & Hegarini, F. B. (2024). Pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna TikTok Shop. *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 6(1), 1–12..
- Febrianti, F., Xenoglosi, B. G., & Ramadhan, F. (2024). Penerapan sistem informasi manajemen terhadap efisiensi layanan digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 5(2), 45–56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). Pearson.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.