

ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ)

¹Suci Ratnawati, ²Muhammad Faris

¹²³Sistem Informasi, Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,
Jl. Ir. H. Djuanda No. 95, Ciputat Timur, Tangerang Selatan 15412, Banten
Email: suci.ratnawati@uinjkt.ac.id, muhammad.faris21@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Teknologi berkembang sangat pesat, termasuk dalam aktivitas jual-beli yang semakin dipengaruhi oleh aplikasi e-commerce. Tokopedia merupakan salah satu e-commerce terbesar di Indonesia yang memiliki peran penting dalam aktivitas jual-beli antara penjual dan pembeli secara online. Namun, dalam persaingan yang semakin kompetitif, keberhasilan dalam mempertahankan dan menarik pengguna sangat bergantung pada pengalaman pengguna yang positif saat menggunakan aplikasi. Pengalaman pengguna yang positif sangat penting dalam menjaga dan menarik pengguna di platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) untuk menganalisis pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia. Dalam penelitian ini, 30 mahasiswa sistem informasi UIN Jakarta angkatan 2021 yang merupakan pengguna Tokopedia menjadi responden. Hasil evaluasi menunjukkan kesan positif secara keseluruhan terhadap aplikasi Tokopedia. Namun, elemen stimulasi memperoleh nilai di bawah rata-rata, menunjukkan perlunya upaya untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada aspek ini. Dalam menghadapi persaingan yang kompetitif, langkah-langkah yang tepat dapat diambil untuk memperbaiki dan memperkaya pengalaman pengguna dalam hal stimulasi aplikasi Tokopedia. Pentingnya pengalaman pengguna yang positif di aplikasi e-commerce menjadi faktor krusial dalam mempertahankan pengguna dan menarik lebih banyak pengguna di masa depan.

Keywords: User Experience, User Experience Questionnaire, E-commerce, Tokopedia.

1 PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan Teknologi Informasi mengalami perkembangan yang pesat. Pemanfaatan Teknologi Informasi semakin meluas dalam berbagai aktivitas yang dilakukan manusia sehari-hari [1]. Keberhasilan ini disertai dengan keahlian Teknologi Informasi dalam mengolah dan menyimpan data dan informasi dengan tangkas dan efektif [2].

Tak luput aktivitas belanja masyarakat yang mulai banyak menggunakan Teknologi Informasi. Aplikasi e-commerce telah menjadi bagian penting dan tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat [3]. Salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia, Tokopedia, memiliki peran penting dalam aktivitas jual-beli antara penjual dan pembeli secara online. Namun, dalam persaingan yang semakin kompetitif, keberhasilan dalam mempertahankan dan menarik pengguna sangat bergantung pada pengalaman pengguna yang positif saat menggunakan aplikasi [4].

Pentingnya pengalaman pengguna yang positif dalam menggunakan aplikasi tidak dapat dihiraukan [5]. Pengguna yang puas dengan aplikasi akan cenderung lebih loyal, membagikan pengalaman positif dengan orang lain, dan kembali menggunakan aplikasi tersebut di masa depan [6]. Oleh karena itu, memahami dengan baik pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia menjadi sangat krusial.

Dalam situasi ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). Metode UEQ telah terbukti efektif dalam mengukur elemen-elemen penting dari pengalaman pengguna, termasuk Attractiveness, Perpicuity, Efficiency, Dependability, Simulation, dan Novelty [7].

Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Tokopedia. Analisis yang dilakukan dengan metode UEQ akan memberikan informasi berharga bagi perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan aplikasinya, serta menjadi suatu dasar yang kuat dalam pengambilan keputusan dalam meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Partisipan/Responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi Tokopedia akan diminta untuk mengisi kuesioner UEQ yang secara khusus dirancang untuk mengumpulkan data mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

2 TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang mengacu kepada bentuk perdagangan di mana aktivitas pembelian, penjualan, dan pertukaran barang atau jasa dilakukan secara elektronik melalui internet [8]. Dalam e-commerce, transaksi dilakukan secara online, di mana pembeli dan penjual berinteraksi melalui platform digital untuk melakukan transaksi bisnis [9].

Tokopedia, sebuah perusahaan e-commerce yang berpusat di Indonesia, didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009, dan sekarang telah menjadi salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia [10]. Aplikasi Tokopedia adalah sebuah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk melakukan jual-beli berbagai produk dan layanan. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menjelajahi berbagai kategori produk, melihat deskripsi, harga, dan ulasan dari penjual, serta melakukan transaksi [11].

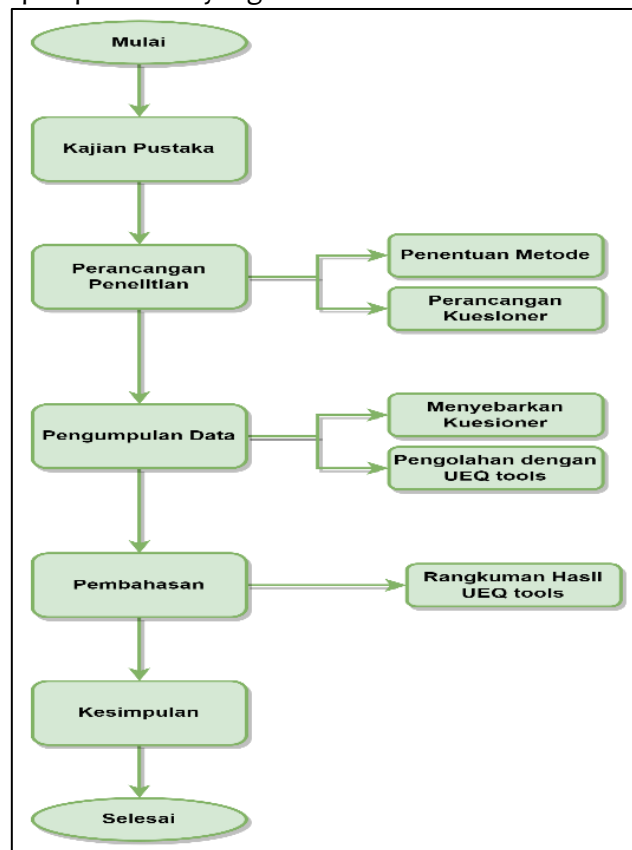
Pengalaman Pengguna (User Experience/UX) merujuk pada keseluruhan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan suatu produk, sistem, atau layanan tertentu [12]. UX meliputi berbagai aspek seperti desain antarmuka, interaksi pengguna, kegunaan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna. Pentingnya UX terletak pada usaha untuk menciptakan pengalaman yang positif, efektif, dan memuaskan bagi pengguna [13]. Dengan memperhatikan aspek-aspek seperti navigasi yang mudah dipahami, desain yang menarik, responsivitas yang baik, dan kegunaan yang tinggi, pengembang dan desainer dapat meningkatkan kualitas pengalaman pengguna [12], [13].

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah instrumen penilaian yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam menggunakan produk, layanan, atau sistem. UEQ dirancang untuk mengumpulkan data tentang persepsi pengguna. Metode ini memiliki 26 item yang digunakan untuk mengukur Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation dan Novelty [14]. Berikut merupakan arti dari enam elemen tersebut:

- **Attractiveness:** Merujuk pada sejauh mana produk atau layanan mampu menarik perhatian dan minat pengguna.
- **Perspicuity:** Menggambarkan seberapa jelas dan mudah dipahami antarmuka atau fitur produk bagi pengguna.
- **Efficiency:** Mencerminkan sejauh mana produk atau layanan memfasilitasi pengguna dalam mencapai tujuan mereka dengan cepat dan efisien.
- **Dependability:** Mengindikasikan sejauh mana produk atau layanan dapat diandalkan dalam menyediakan konsistensi dan performa yang baik.
- **Stimulation:** Menunjukkan sejauh mana produk atau layanan memberikan pengalaman yang menarik, menantang, atau membangkitkan minat pengguna.
- **Novelty:** Menyatakan sejauh mana produk atau layanan menawarkan hal-hal baru atau inovatif yang membedakan mereka dari yang lain.

3 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif di mana data diperoleh melalui kuesioner yang disebarikan kepada responden. Berikut ini adalah diagram yang menggambarkan langkah-langkah atau tahapan penelitian yang dilakukan:



Gambar 1 Metode Penelitian

Pada tahap awal, peneliti melakukan kajian pustaka terkait dengan penelitian ini, di mana semua teori-teori yang relevan dianalisis dan disusun dengan rinci sebagai acuan dalam penelitian ini.

Setelah itu, langkah berikutnya adalah perancangan penelitian yang melibatkan penentuan metode yang akan digunakan. Pada penelitian ini, metode yang dipilih adalah User Experience Questionnaire (UEQ). Peneliti kemudian mempersiapkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang relevan dan sesuai ketentuan UEQ untuk penelitian ini.

Langkah berikutnya adalah pengumpulan data, di mana peneliti mendistribusikan kuesioner yang telah dirancang kepada responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi Tokopedia, khususnya mahasiswa Sistem Informasi UIN Jakarta angkatan 2021. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan pengolahan data menggunakan alat UEQ yang disediakan oleh lembaga UEQ.

Setelahnya, peneliti melanjutkan ke tahap pembahasan, di mana mereka menyajikan rangkuman hasil pengolahan data yang diperoleh dari alat UEQ dan menganalisisnya secara mendalam untuk mengambil kesimpulan yang relevan. Pada tahap ini, peneliti akan menginterpretasikan temuan-temuan dari data dan mengaitkannya dengan landasan teori yang telah disusun sebelumnya.

Pada tahap akhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan pada hasil pengolahan data menggunakan UEQ tools. Dalam tahap ini, peneliti menggabungkan temuan-temuan utama dari analisis data dengan tujuan penelitian. Kesimpulan ini dapat mencakup gambaran umum mengenai pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia, temuan signifikan, kekuatan dan kelemahan aplikasi, serta rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan ke depannya.

Ratnawati, Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan profil responden yang terlibat dalam penelitian ini.



Gambar 2 Profil Responden

Pada penelitian ini responden berasal dari mahasiswa sistem informasi UIN Jakarta angkatan 2021 dengan sampel sebanyak 30 orang yang terdiri dari 14 Perempuan (46,7%) dan 16 Laki-Laki (53,3%) yang merupakan pengguna Tokopedia.

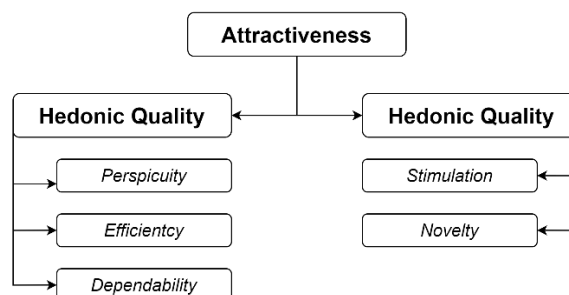
Skala mean UEQ terdiri dari tiga bagian pengukuran, di mana nilai antara -0,8 dan 0,8 mencerminkan evaluasi yang netral atau tidak terlalu ekstrem terhadap aspek yang diukur. Nilai di atas 0,8 menunjukkan evaluasi yang positif, sementara nilai di bawah -0,8 menunjukkan evaluasi yang negatif terhadap skala yang relevan [15].

Tabel 1 Nilai Mean UEQ

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	↑ 1.539	0.95
Perspiciuity	↑ 1.333	1.01
Efficiency	↑ 1.450	0.84
Dependability	↑ 1.367	1.06
Stimulation	↑ 0.892	1.46
Novelty	↑ 1.058	0.46

Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa nilai skala mean untuk elemen-elemen UEQ seperti Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty mendapatkan nilai di atas 0,8, yang mengindikasikan adanya evaluasi positif terhadap aspek-aspek tersebut.

Skala UEQ dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu Attractiveness (daya tarik), Pragmatic Quality (kejelasan, efisiensi, ketepatan), dan Hedonic Quality (stimulasi dan orisinalitas). Pragmatic Quality mencerminkan aspek-aspek yang terkait dengan fungsi aplikasi, sementara Hedonic Quality mencakup aspek-aspek yang tidak berhubungan langsung dengan fungsi aplikasi [16].



Gambar 3 Pembagian Skala UEQ

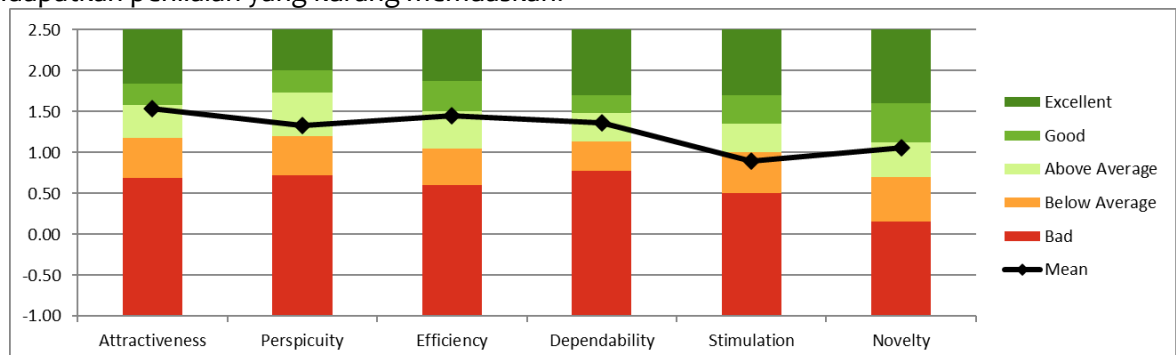
Ratnawati, Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)

Berdasarkan Tabel 2, terdapat nilai pembagian tiga kategori pada skala UEQ. Attractiveness memiliki nilai sebesar 1,54, menunjukkan tingkat daya tarik yang tinggi dalam pengalaman pengguna. Pragmatic Quality memiliki nilai sebesar 1,38, menunjukkan tingkat kejelasan, efisiensi, dan ketepatan yang baik dalam fungsi aplikasi. Sedangkan Hedonic Quality memiliki nilai sebesar 0,98, menunjukkan tingkat stimulasi dan orisinalitas yang moderat dalam pengalaman pengguna. Hasil ini memberikan gambaran tentang sejauh mana pengalaman pengguna pada aplikasi memiliki aspek daya tarik, fungsi praktis, dan pengalaman hedonik.

Tabel 2 Pragmatic dan Hedonic tabel

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1.54
Pragmatic Quality	1.38
Hedonic Quality	0.98

Berdasarkan hasil uji benchmark, ditemukan bahwa lima dari enam elemen memiliki nilai di atas rata-rata, sedangkan satu elemen, yaitu Stimulation, memiliki nilai di bawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar elemen-elemen pengalaman pengguna pada aplikasi tersebut dinilai lebih baik daripada rata-rata, kecuali untuk elemen Stimulation yang mendapatkan penilaian yang kurang memuaskan.



Gambar 4 Hasil Benchmark

5 KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi User Experience (UX) menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) pada aplikasi Tokopedia, ditemukan kesan positif secara keseluruhan terhadap aplikasi tersebut. Dalam penelitian ini, enam skala UEQ yang digunakan mencakup daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengguna memiliki impresi positif terhadap aplikasi Tokopedia secara keseluruhan.

Selanjutnya, hasil dari uji benchmark UEQ menunjukkan nilai rata-rata untuk setiap elemen pengalaman pengguna pada aplikasi Tokopedia. Daya tarik memperoleh nilai 1.54, kejelasan memperoleh nilai 1.33, efisiensi memperoleh nilai 1.45, ketepatan memperoleh nilai 1.37, stimulasi memperoleh nilai 0.89, dan kebaruan memperoleh nilai 1.06. Dalam hal ini, elemen stimulasi mendapatkan nilai di bawah rata-rata.

Berdasarkan temuan tersebut, perlu adanya upaya dari Tokopedia untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada aspek stimulasi, yang mengacu pada seberapa menarik dan memotivasi pengguna untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. Langkah-langkah yang tepat dapat diambil untuk memperbaiki dan memperkaya pengalaman pengguna pada aspek ini.

REFERENSI

- [1] A. Subiyakto, V. Adhiazni, E. Nurmiati, N. Hasanati, S. Sumarsono, and M. Irfan, "Redesigning User Interface Based On User Experience Using Goal-Directed Design Method," in 2020 8th

- International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, Oct. 2020, pp. 1–6. doi: 10.1109/CITSM50537.2020.9268822.
- [2] F. D. N. Annisa, J. N. U. Jaya, and S. Surmiati, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GOPAY Dengan Metode User Experience Questionnaire,” *josh*, vol. 3, no. 3, pp. 242–251, Apr. 2022, doi: 10.47065/josh.v3i3.1527.
 - [3] E. Laily Bunga Rahayu and N. Syam, “Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial,” *ganaya*, vol. 4, no. 2, pp. 672–685, Sep. 2021, doi: 10.37329/ganaya.v4i2.1303.
 - [4] A. Kisnu Darmawan, D. Oranova Siahaan, T. Dwi Susanto, A. Nizar Hidayanto, A. Subiyakto, and T. Yulianto, “Adapting The User-Centered Cognitive Walkthrough (UC-CW) for Assessing the User Experience of Smart Regency Mobile-Apps Service in Indonesia,” in *2021 Sixth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, Nov. 2021, pp. 1–6. doi: 10.1109/ICIC54025.2021.9632930.
 - [5] A. Subiyakto et al., “Investigating User Experience to Redesign User Interface Using User-Centered Design Approach.” *ICIC International 学会*, 2022. doi: 10.24507/icicelb.13.08.861.
 - [6] S. Hidayatuloh, R. H. Kusumaningtyas, and Y. Aziati, “Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean,” *Appl. Inf. Syst. Manage.*, vol. 2, no. 2, Mar. 2021, doi: 10.15408/aism.v2i2.20159.
 - [7] B. Laugwitz, T. Held, and M. Schrepp, *Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire*, vol. 5298. 2008, p. 76. doi: 10.1007/978-3-540-89350-9_6.
 - [8] A. Subiyakto, M. R. Juliansyah, M. C. Utami, and A. Susanto, “Combining the Statistical and Interpretative Analyses for Testing E-Commerce Customer Loyalty Questionnaire,” in *2018 6th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, Aug. 2018, pp. 1–5. doi: 10.1109/CITSM.2018.8674342.
 - [9] R. Teresya, R. R. Nabillah, and S. Tunnajah, “LITERATURE REVIEW E-COMMERCE: PROFITABILITAS, TEKANAN EKSTERNAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNA,” vol. 3, no. 4, 2022.
 - [10] “Cerita Tokopedia: Tentang Perjalanan Kami.” <https://www.tokopedia.com/about/our-story> (accessed Jun. 25, 2023).
 - [11] A. Sasmita, Y. M. Ambarita, and A. M. Putri, “Strategi Pemasaran Tokopedia dalam Persaingan Antar E-Commerce dengan Analisis SWOT,” vol. 5, 2021.
 - [12] Zulfiandri, S. N. Putri, and A. Subiyakto, “Evaluating User Interface of A Transport Application Using Usability Evaluation Methods,” in *2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, Sep. 2021, pp. 1–7. doi: 10.1109/CITSM52892.2021.9589020.
 - [13] D. Perlman, “The Effect of User Interface, User Experience and Design on Mobile E-commerce Applications in the Fashion Industry”.
 - [14] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, *Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios*. 2014, p. 392. doi: 10.1007/978-3-319-07668-3_37.
 - [15] M. Schrepp, “An analysis of standard deviations for UEQ scales.” Unpublished, 2023. doi: 10.13140/RG.2.2.34969.08809.
 - [16] R. Islami, S. S. Hilabi, and A. Hananto, “Analisis User Experience Aplikasi Traveloka dan Tiket.Com Menggunakan Metode User Experience Quesionnaire,” *remik*, vol. 7, no. 1, pp. 497–505, Jan. 2023, doi: 10.33395/remik.v7i1.12106.
 - [17] A. Subiyakto, R. Aisy, B. G. Sudarsono, M. Sihotang, D. Setiyadi, and A. Sani, “Empirical evaluation of user experience using lean product and process development: A public institution case study in Indonesia,” *AIP Conference Proceedings*, vol. 2331, no. 1, p. 060019, Apr. 2021, doi: 10.1063/5.0041676.
 - [18] Sudiana, Y. U. Chandra, and L. Angela, “Key Success Factors for a Better User Experience in E-Commerce Website,” in *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, Aug. 2021, pp. 512–516. doi: 10.1109/ICIMTech53080.2021.9535076.

- [19] V. Intanny, I. Widiyastuti, and M. D. K. Perdani, “Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Marketplace Jogjaplaza.id dengan Metode UEQ dan USE Questionnaire,” vol. 3, no. 2.
- [20] Mochammad Aldi Kushendriawan, Harry Budi Santoso, Panca O. Hadi Putra, and Martin Schrepp, “Evaluating User Experience of a Mobile Health Application ‘Halodoc’ using User Experience Questionnaire and Usability Testing,” *J. Sistem Inf. (J. Inf. Sys.)*, vol. 17, no. 1, pp. 58–71, Apr. 2021, doi: 10.21609/jsi.v17i1.1063.
- [21] S. F. Novitasari, Y. T. Mursityo, and A. N. Rusydi, “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada E-Commerce Sociolla.com Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ),” *J-PTIHK*, vol. 4, no. 13, Sep. 2020, Accessed: Jun. 25, 2023. [Online]. Available: <https://jptiik.multi.web.id/index.php/j-ptiik/article/view/8001>
- [22] Universitas Multi Data Palembang, K. Karina, and D. Pibriana, “PENGUNAAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE UNTUK MENGANALISIS KUALITAS PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI MYINDIHOME MOBILE,” *jmika*, vol. 7, no. 1, pp. 10–19, Apr. 2023, doi: 10.46880/jmika.Vol7No1.pp10-19.
- [23] T. J. Maulani, “Evaluasi User Experience Menggunakan Metode Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus: Website Superprof.co.id dan Zonaprivat.com)”.