

ANALISIS USABILITY USER INTERFACE PADA APLIKASI E-COMMERCE SHOPPEE, TOKOPEDIA, LAZADA, ZALORA, JD.ID, BIBLI DAN SOCIOLLA

Mundriyah¹, Ganda Himawan², Azizi Khoirruchim³, Riky Rey Naldi⁴, Afif Muharram⁵, Fenilinas Adi Artanto⁶

felicia.mumun26@gmail.com¹, gandahimawan200@gmail.com², azkhoclok@gmail.com³,
reynaldiricky63@gmail.com⁴, apipmuharam08@gmail.com⁵, fenilinasadi@gmail.com⁶

Informatika
Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan
Jl. Raya Pahlawan No. 10 Gejlig – Kajen Kab. Pekalongan
Telp.:(0285) 385313, e-mail: ¹ fastikom:@umpp.ac.id

ABSTRAK

Saat ini kegiatan jual beli mulai mengikuti pengembangan teknologi menggunakan media internet. Dengan adanya internet membuat banyaknya aplikasi *e-commerce* yang digunakan untuk memudahkan para pembeli dan penjual dalam melakukan transaksi. Dengan banyaknya aplikasi *e-commerce* yang ada, setiap orang memiliki penilaian masing-masing ketika menggunakan aplikasi tersebut. Penilaian pada rating *e-commerce* juga dipengaruhi oleh para penggunanya. Salah satu faktornya adalah desain dari *usability interface* pada aplikasi *e-commerce*. *Usability* adalah bentuk dari sejauh mana produk aplikasi dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks penggunaan produk. Dilakukan penelitian studi komparasi mengenai *usability desain user interface* dari beberapa aplikasi *e-commerce* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, JD.ID, Zalora, Bibli, dan Sociola. Dari analisa yang telah dilakukan, terlihat bahwa Shopee menjadi *e-commerce* pilihan pengguna berdasarkan *usability user interface*, dengan nilai 4,2 untuk kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan nilai 4,2 tentang kemungkinan aplikasi akan digunakan banyak orang. Lalu juga terlihat bahwa Zalora menjadi aplikasi *e-commerce* yang tidak diminati, dengan nilai 4,2 untuk kebutuhan akan bantuan *technical suport* dan nilai 3,2 untuk aplikasi *e-commerce* dengan *user interface* yang tidak konsisten.

Kata Kunci : *Usability, User Interface, E-commerce.*

ABSTRACT

Currently buying and selling activities are starting to follow technological developments using internet media. With the internet, many e-commerce applications are used to make it easier for buyers and sellers to make transactions. With so many existing e-commerce applications, everyone has their own judgment when using these applications. Ratings on e-commerce ratings are also influenced by its users. One of the factors is the design of the usability interface in e-commerce applications. Usability is a form of how far an application product can be used by users to achieve certain goals with effectiveness, efficiency and satisfaction in the context of product use. A comparative study was conducted

**Analisis Usability User Interface Pada Aplikasi E-Commerce
Shopee, Tokopedia, Lazada, Zalora, JD.ID, Bibli dan Sociolla**

regarding the usability of user interface designs from several e-commerce applications such as Lazada, Shopee, Tokopedia, JD.ID, Zalora, Blibli, and Sociola. From the analysis that has been carried out, it appears that Shopee is the user's preferred e-commerce based on the usability of the user interface, with a score of 4.2 for the ease of use of the application and a score of 4.2 for the possibility that the application will be used by many people. Then it is also seen that Zalora is an e-commerce application that is not in demand, with a score of 4.2 for the need for technical support and a score of 3.2 for an e-commerce application with an inconsistent user interface.

Keywords: User Interface, Usability, E-Commerce

1. LATAR BELAKANG

Di Indonesia, kegiatan jual beli telah bergeser dari kegiatan jual secara tradisional ke kegiatan jual beli secara modern. Kegiatan jual beli secara tradisional mengharuskan konsumen langsung datang ke pasar, toko atau swalayan yang menyediakan barang kebutuhan yang dicari sedangkan kegiatan jual beli secara modern tidak mengharuskan konsumen untuk langsung melihat barang yang dicari karena semuanya dilakukan melalui online pada *website*. Pergeseran ini dibuktikan dengan perkembangan pasar *ecommerce* Indonesia yang sangat pesat dan mencapai \$200 juta. Adapun platform yang digunakan adalah *ecommerce Brands to Brand* (B2B), *Customers to Customers* (C2C) dan *Brand to Customers* (B2C). Dalam ketiga platform *ecommerce* yang ada terdapat beberapa platform lagi yang berada dibawahnya seperti *Marketplace platform* dan *Classifields / Person to Person Platform* dibawah C2C platform dan *Mainstream, Etailer, Daily Deals*, dan *Verticals platform* dibawah B2C platform (Ho, 2016). Namun, tidak hanya melalui *website*, perkembangan pasar *ecommerce* Indonesia juga berkembang melalui aplikasi *mobile* dengan sebutan *mobile commerce* (*mcommerce*) (Rahmidani, 2015).

Dengan banyaknya media atau aplikasi *e-commerce* akan menjadikan persaingan antar aplikasi. Faktor yang menjadi dasar

persaingan adalah *usability* dari aplikasi tersebut. secara harfiah *usability* berarti kegunaan, dimana hal tersebut merujuk kepada kualitas saat dapat memberikan sesuatu yang baik. Istilah *usability* pertama kali dicetuskan oleh Bennett yang kemudian disempurnakan oleh Shackel, menurutnya *usability* adalah kapasitas untuk digunakan manusia dengan mudah dan efisien (Artanto et al., 2022).

Untuk dapat mendukung aplikasi *e-commerce* dalam berkembang maka dibuatlah penelitian tentang *usability user interface* pada beberapa aplikasi *e-commerce* yang nantinya manakah aplikasi *e-commerce* yang menjadi pilihan masyarakat tentang dari sisi *usability user interface*. Pada penelitian ini digunakan pengujian dengan jenis komparasi *usability* dengan lima komponen yaitu *Learnability, Efficiency, Memorability, Errors* dan *satisfaction* untuk dapat mendaami pengalaman penggunaannya (Muqoddas et al., 2020). Dari hasil pengujian maka akan terlihat manakan aplikasi *e-commerce* yang menjadi pilihan pengguna berdasarkan *usability user interface*.

2. LANDASAN TEORI

2.1. E-commerce

E-commerce merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam pembelian dan penjualan barang jasa melalui jaringan internet. *E-commerce* merupakan suatu set dinamsi teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen

dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Kasmi & Candra, 2017).

2.2. User Interface

User Interface merupakan suatu komponen penting dalam perancangan sistem informasi yang melibatkan interaksi user untuk menghasilkan proses *input* serta *output*. *User Interface* dalam bahasa Indonesia memiliki arti sebuah antarmuka aplikasi. *Design interface* berhubungan dengan tampilan layar pengguna, karena *design* yang baik adalah poin penting untuk membuat *user* tertarik mencoba dan menggunakan aplikasi tersebut (Hartawan, 2019).

2.3. User Experience

User experience penting dalam pengembangan suatu produk, jasa ataupun sistem. *User experience* atau seseorang yang memiliki peran dalam menggunakan produk, jasa dan sistem. Mengetahui kelayakan, tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna dari produk, jasa dan sistem dapat diketahui melalui *user experience*. Pencapaian berhasil atau gagalnya sebuah produk, jasa dan sistem dapat diketahui melalui *user experience* (Diah Indrayani et al., 2020).

2.4 Usability

Usability berarti kegunaan, dimana hal tersebut merujuk kepada kualitas saat dapat memberikan sesuatu yang baik. *Usability* adalah kapasitas untuk digunakan manusia dengan mudah dan efisien (Galitz, 2007).

3. METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui *usability user interface design* terhadap pengalaman pengguna pada aplikasi *ecommerce* digunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui

penyebaran angket *usability testing*. Adapun tahapan yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah:

1. Melakukan penyusunan untuk langkah-langkah yang akan dilakukan oleh pengguna sebelum mengisi *usability testing*. Saat menggunakan aplikasi *ecommerce* hal yang paling penting bagi pengguna adalah proses mencari barang yang diinginkan, melihat deskripsi barang yang diinginkan dan melakukan proses pembayaran. Proses tersebutlah yang akan menjadi landasan dalam langkah-langkah yang perlu dilakukan responden sehingga didapat langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Berada di Halaman *Home*. *User* yang mempunyai *member Login* : Memasukkan *username* dan *password* untuk *login* kedalam aplikasi. Bukan *Member* tidak perlu *login*.
 - b. Mencari produk yang diinginkan. *Scroll* ke atas dan ke bawah sampai menemukan barang yang diinginkan. *User* dapat menggunakan “*search*” untuk menemukan barang yang diinginkan atau juga dapat masuk ke halaman lain melalui menu.
 - c. Memilih dan membaca deskripsi barang yang diinginkan. Setelah memilih barang yang diinginkan. Baca informasi deskripsi dari barang yang *user* inginkan
 - d. Melihat Testimoni. *User* membaca testimoni yang diberikan pembeli sebelumnya pada barang di halaman komentar.
 - e. Memutuskan untuk membeli. *User* menekan tombol beli dan mengisi alamat serta memilih metode pembayaran yang akan digunakan.
2. Memilih responden. Responden dipilih secara acak dengan kondisi dimana responden sudah pernah

menggunakan aplikasi yang menjadi variabel penelitian.

3. Tahapan Pengujian. Responden mengisi angket *usability testing* sesuai dengan sebelumnya mengikuti langkah-langkah yang telah dibuat.

Tabel 1 Daftar Kuisisioner

No	Pertanyaan
1	Saya rasa saya akan sering menggunakan aplikasi ini
2	Saya menemukan bahwa sistemnya kompleks
3	Saya rasa aplikasi ini mudah digunakan
4	Saya rasa saya membutuhkan <i>technical support</i> untuk dapat menggunakan aplikasi ini
5	Saya rasa berbagai bentuk fitur aplikasi yang ada didalam aplikasi telah terintegrasi dengan baik satu sama lain
6	Saya rasa ada terlalu banyak ketidakkonsistenan dalam aplikasi ini
7	Saya dapat membayangkan bahwa akan ada banyak orang yang belajar menggunakan aplikasi ini secara cepat.
8	Saya rasa aplikasi ini sangat rumit untuk digunakan
9	Saya merasa sangat percaya diri saat menggunakan aplikasi ini
10	Saya harus belajar banyak hal terlebih dahulu sebelum saya dapat mulai menggunakan aplikasi ini

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

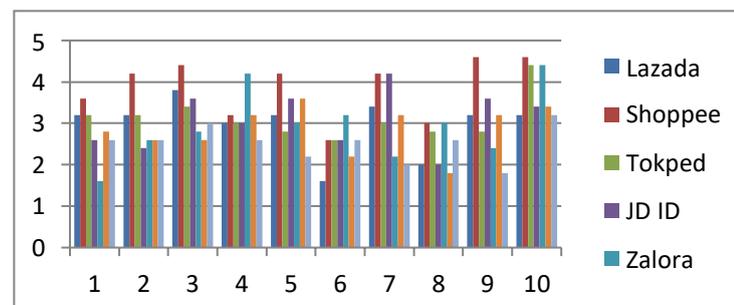
Dari hasil survei yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

- a. Pengguna akan lebih sering

menggunakan aplikasi Shopee dengan nilai 3,6

- b. Sistem UI yang terlalu kompleks adalah Shopee dengan nilai 4,2
- c. Aplikasi yang mudah digunakan adalah Shopee dengan nilai 4,4
- d. Aplikasi yang susah digunakan sehingga membutuhkan bantuan *technical suport* adalah Zalora dengan nilai 4,2
- e. Aplikasi telah terintegrasi adalah Shopee dengan nilai 4,2
- f. Aplikasi yang tidak konsisten adalah Zalora dengan nilai 3,2
- g. Aplikasi akan banyak digunakan oleh banyak orang adalah Shopee dan dan JD.Id dengan nilai 4,2
- h. Aplikasi rumit untuk digunakan adalah Shopee dengan nilai 3
- i. Aplikasi membuat percaya diri adalah Shopee dengan nilai 4,6
- j. Untuk menggunakan aplikasi butuh banyak belajar terlebih dahulu adalah Shopee dengan nilai 4,6

Berikut adalah hasil perbandingan antar e-commerce



Gambar 1 Grafik Perbandingan E-Commerce

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisa yang telah dilakukan, terlihat bahwa Shoppe menjadi e-commerce pilihan surveyor berdasarkan UI dengan nilai 4,2 untuk kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan nilai 4,2 tentang

penggunaan aplikasi untuk banyak orang. Dan juga terlihat bahwa Zalora menjadi Aplikasi UI yang tidak diminati surveyor dengan nilai 4,2 untuk kebutuhan akan bantuan technical suport dan nilai 3,2 untuk Aplikasi dengan UI yang tidak konsisten adalah Zalora.

5.2 Saran

Penelitian ini dapat ditingkatkan dengan menggunakan metode analisis lainnya yang ada.

Daftar Pustaka

- Artanto, F. A., Kusumawardani, H. H., Sukani, A., & Pangestu, H. T. B. J. (2022). Analisis Kualitas Website Prodi Informatika Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dengan Metode Webqual 4.0. *Remik*, 6(April), 216–224.
- Diah Indrayani, I. G. A. A., Bayupati, I. P. A., & Putra, I. M. S. (2020). Analisis Usability Aplikasi iBadung Menggunakan Heuristic Evaluation Method. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, 8(2), 89. <https://doi.org/10.24843/jim.2020.v08.i02.p03>
- Galitz, W. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*.
- Hartawan, M. S. (2019). Analisa user interface untuk meningkatkan user experience menggunakan usability testing pada aplikasi android pemesanan test drive mobil. *Jurnal Teknologi Informasi ESIT, Universitas Krisnadwipayana*, 14(2), 46–52.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Muqoddas, A., Yogananti, A. F., & Bastian, H. (2020). Usability User Interface Desain pada Aplikasi Ecommerce (Studi Komparasi Terhadap Pengalaman Pengguna Shopee, Lazada, dan Tokopedia). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 73–82. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.3194>
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi(Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 5(1), 345–352. <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia->