

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PENGALAMAN  
PENGGUNA APLIKASI MOBILE SHOPEE DAN TOKOPEDIA  
DENGAN METODE USER EXPERIENCES QUESTIONNAIRE**



**Oleh:**

**Vikki Felani**

**1721240036**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN REKAYASA  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2021**

**Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa  
Universitas Multi Data Palembang**

---

Program Studi Sistem Informasi  
Skripsi Sarjana Komputer  
Semester Genap Tahun 2020/2021

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PENGALAMAN  
PENGGUNA APLIKASI *MOBILE SHOPEE* DAN *TOKOPEDIA*  
DENGAN *METODE USER EXPERIENCES QUESTIONNAIRE***

Vikki Felani

1721240036

**Abstrak**

Perkembangan teknologi saat ini berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari khususnya pada *e-commerce* pada *platform mobile*. *Platform mobile* adalah pengembangan terbaru dalam infrastruktur Internet dari berbagai perangkat mobile seperti *smartphone* dan *tablet* melalui  *jaringan nirkabel (wifi)* atau layanan telepon seluler. Saat ini *e-commerce* dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam era digital, Salah satu *e-commerce* yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat adalah Shopee dan Tokopedia. Pada penggunaan aplikasi, desain antarmuka berpengaruh pada kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Metode *User Experiences Questionnaire (UEQ)* menghasilkan nilai daya tarik, efisien, kejelasan, ketepatan, kebaruan, stimulasi dengan menggunakan *tools UEQ*. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjawab keunggulan dan kekurangan tampilan antarmuka aplikasi shopee dan tokopedia dari sisi pengalaman pengguna.

**Kata kunci** : E-Commerce, User Experience Questionnaire(UEQ),Shopee, Tokopedia



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*E-commerce* adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Surawiguna dalam Saputra (2017) mendeskripsikan ecommerce sebagai salahsatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa. *e-commerce* membawa peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan pertumbuhan pendapatan.

Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopeeikut meramaikan industri ini. Shopee dan tokopedia merupakan aplikasi mobile marketplace pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. Shopee dan tokopedia merupakan situs jual beli secara online yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Shopee dan tokopedia lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualanlangsung di ponselnya saja.

Menurut Ipandarmoto, *marketplace* merupakan sebuah pasar online yang dijadikan tempat transaksi antara pembeli dan penjual. *Marketplace* memiliki fungsi yang sama dengan pasar tradisional pada umumnya namun yang membedakan adalah marketplace lebih terkomputerisasi dengan adanya bantuan sistem. Pada perusahaan marketplace aplikasi menjadi salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan itu sendiri salah satunya adalah untuk mengetahui kebutuhan dari pengguna yang berdampak pada kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut (Hutauruk, Naibaho, & Rumaharbo 2017).

Beberapa *marketplace* yang ada di Indonesia adalah shopee dan tokopedia. Shopee merupakan aplikasi marketplace online yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli di ponsel dengan cepat dan mudah. *Shopee* masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 (Zulaikha, 2020). *Tokopedia* mempunyai tantangan pertama dalam membangun kepercayaan masyarakat untuk berbelanja dan melakukan transaksi jual beli online. Tokopedia menjadi perusahaan di Asia Tenggara menerima dana sebesar *US\$ 100 juta* dari *softbank* dan *sequoia capital*. (Sinaga, & Basuki, 2016).

Dalam *marketplace* ada beberapa faktor yang membuat pengguna nyaman dalam melakukan transaksi pembelian seperti *user experience* pada aplikasi *marketplace*. *User Experience* mempunyai

fungsi untuk mengetahui apa yang dirasakan pengguna, apakah pengguna merasa senang, mendapatkan kemudahan, memiliki perasaan tertekan atau merasa puas ketika menggunakan sebuah sistem informasi (Lestari,2016).

*User Experience* pada setiap *marketplace* memiliki ciri khas yang berbeda seperti shopee dan tokopedia. *Shopee* memiliki *User Experience* dengan warna oranye dan putih sesuai dengan penglihatan dan menarik untuk dilihat sehingga pengguna tidak merasa bosan karena adanya pemisahan warna latar depan dan warna latar belakang. Tokopedia memiliki *User Experience* dengan warna hijau yang *identik* dengan bumi yang menjadi lambang dari kerendahan hati dan ketenangan.

Henim & Sari (2020) melakukan penelitian mengenai peningkatan pelayanan kepada mahasiswa di perguruan tinggi. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Hasil dari evaluasi user experience menggunakan *UEQ* diperoleh untuk setiap aspek *UEQ* adalah daya tarik 1,375, kejelasan 1,552, efisiensi 1,354, ketepatan 1,377, stimulasi 1.346 dan kebaruan 0,855. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh aspek *user experience* memperoleh impresi positif. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk perancangan user experience sistem informasi akademik mahasiswa

yang baru dengan melakukan inovasi pada berbagai aspek. (Henim, & Sari, 2020).

Wulandari & Farida melakukan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat *user experience* pada *e-learning* di lingkungan universitas dengan menggunakan metode pengukuran *User Experience Questionnaire* (UEQ). Hasil pengukuran menunjukkan level below average pada skala daya tarik (*attractiveness*) sebesar 0.87, kejelasan (*perspicuity*) sebesar 0.85, efisiensi (*efficiency*) sebesar 0.89, ketepatan (*dependability*) sebesar 0.84, dan stimulasi (*stimulation*) sebesar 0.84 menunjukkan bahwa ke 5 skala tersebut berada pada level below average, sedangkan skala kebaruan (*novelty*) berada pada level bad sebesar 0.29. Hasil pengukuran dapat digunakan sebagai rekomendasi perancangan *user experience design e-learning* yang baru (Wulandari, & Farida, 2018).

Putro, Kusriani & Kurniawan (2019) melakukan penelitian *User Experience* untuk mengukur pengalaman pengguna dan hasil rekomendasi *user experience* yang digunakan untuk membangun prototipe. Hasil pengukuran pengalaman pengguna aplikasi Laporan Bantul mengalami peningkatan dalam setiap skala kuesioner pengalaman pengguna, termasuk daya tarik dengan peningkatan 0,89, perspektif 1,23, efisiensi 0,63, keandalan 0,81, stimulasi 0,74 dan kebaruan 0,78 (Putro, Kusriani, & Kurniawan, 2019).

Adinegoro, A. L. T., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018) melakukan penelitian *User Experience* pada aplikasi *e-commerce* yaitu blibli.com, Lazada, JD.id. Pada skala daya tarik (*attractiveness*), hasil Blibli.com lebih tinggi dibanding kedua website lainnya, yaitu dengan nilai 0,97, disusul oleh Lazada.co.id dengan nilai 0,93 dan terakhir JD.id dengan nilai 0,88. Untuk skala kejelasan (*perspicuity*) nilai rata-rata lazada.co.id lebih besar dari website lainnya yakni dengan nilai rata-rata sebesar 1,09, diikuti oleh Blibli.com dengan nilai 1,03 dan terakhir JD.id dengan nilai 0,69. Pada skala efisiensi (*efficiency*) nilai rata-rata lazada.co.id lebih besar dari website lainnya yakni dengan nilai rata-rata sebesar 1,25, diikuti oleh Blibli.com dengan nilai 1,21 dan terakhir JD.id dengan nilai 0,88. Pada Skala ketepatan (*dependability*) Blibli.com mendapatkan nilai yang lebih tinggi dibanding yang lainnya yaitu dengan nilai rata-rata mencapai 0,93, diikuti oleh Lazada.co.id dengan nilai rata-rata sebesar 0,86 dan sedangkan JD.id ditempat terkahir dengan nilai 0,65. Pada Skala stimulasi (*stimulation*) Blibli.com mendapatkan nilai yang lebih tinggi dibanding Lazada.co.id dan JD.id yaitu dengan nilai rata-rata mencapai 1,06, diikuti oleh Lazada.co.id dengan nilai rata-rata sebesar 1,04 dan sedangkan JD.id ditempat terkahir dengan nilai 0,96. Dan terakhir pada Skala kebaruan (*novelty*) Blibli.com mendapatkan nilai yang lebih tinggi dibanding yang lainnya yaitu dengan nilai rata-rata mencapai 0,79, diikuti oleh Lazada.co.id



dengan nilai rata-rata sebesar 0,71 dan sedangkan JD.id ditempat terkahir dengan nilai 0,64.

Aplikasi dinyatakan berhasil apabila aplikasi tersebut berkualitas dalam arti bahwa aplikasi tersebut mampu untuk menjalankan fungsinya termasuk keandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, serta atribut yang lainnya. Menurut Sularsa, A., & Prihatmanto, A. S. (2015) *User Experience Questionnaire* merupakan suatu alat bantu pengolahan data survei terkait pengalaman pengguna yang mudah diaplikasikan, terpercaya dan valid, yang dapat digunakan untuk melengkapi data dari metode evaluasi lain dengan penilaian kualitas subjektif. Dengan demikian pada penelitian ini melakukan analisis menggunakan *User Experience Questionnaire* karena *User Experience Questionnaire* sendiri dinilai mampu untuk mengetahui tingkat kegunaan aplikasi bagi pengguna.

Toko Online	Pengunjung Web Berharian	Ranking Aplikasi	Ranking Pengguna	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Kategori
1. Shopee	96.222.200	#1	#1	481.700	5.983.200	18.870.500	7.000
2. Tokopedia	94.907.100	#2	#6	811.900	2.720.700	6.385.100	4.200
3. Bukalapak	35.406.250	#4	#5	183.800	1.123.800	2.501.900	2.300
4. Lazada	22.674.700	#3	#2	708.300	2.127.200	30.072.000	3.500
5. Blibli	18.696.000	#5	#6	304.900	1.134.500	6.588.100	3.000
6. JD.ID	4.785.800	#9	#7	33.100	482.000	781.300	1.100
7. Gramini	3.071.300	#27	n/a	4.000	n/a	302.800	183
8. Etransaksi	2.803.800	#20	#23	4.900	41.800	1.051.400	805
9. Seckola	1.946.700	#7	#2	3.200	907.500	10.900	392
10. Zatra	1.828.500	#8	#8	900	615.100	7.843.300	362

**Gambar 1.1** 10 Situs Belanja Online Lokal dan Asing yang

### **Diurut Berdasarkan Jumlah Pengunjung Selama 12 Bulan di 2020**

Menurut Indozone, disebutkan bahwa Shopee berhasil menduduki posisi pertama dengan jumlah pengunjung web bulanan 96 juta users. Selain itu Shopee juga berhasil menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi e-commerce yang paling populer baik di App Store dan juga Play Store. Sementara itu di posisi kedua sendiri ada Tokopedia yang memiliki pengunjung web bulanan sebanyak 84 juta users. Namun jika dibandingkan dengan kuartal kedua kemarin, terjadi penurunan pengunjung situs Tokopedia sebanyak kurang lebih 1 juta users. Kemudian di posisi ketiga ada Bukalapak dengan pengunjung web bulanan sebanyak 31 juta users, kemudian disusul oleh Lazada, Blibli, JD ID, Orami, Bhinneka, Sociolla, dan juga Zalora di posisi ke-10.

#### **1.2 Permasalahan**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu :

1. Skala apa saja yang memperoleh nilai tertinggi pada aplikasi shopee?
2. Skala apa saja yang memperoleh nilai tertinggi pada aplikasi tokopedia?
3. Skala apa yang paling besar perbedaan nilainya antara aplikasi shopee dan tokopedia?

### 1.3 Ruang Lingkup

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan menghindari penjelasan masalah yang meluas dan menyimpang maka diperlukan adanya ruang lingkup masalah mengenai:

1. Objek penelitian yang akan diteliti adalah tampilan aplikasi Shopee dan Tokopedia.
2. Penelitian menggunakan metode *User Experience Questionnaire*.
3. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia

### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dari pengembangan sistem informasi sebagai berikut.

Tujuan yang ingin dicapai melalui skripsi dan sistem yang dibangun, yaitu:

#### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Menganalisa kualitas pengalaman pengguna pada aplikasi shopee dan tokopedia baik dari segi kenyamanan , fungsi , dan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan aplikasi.

#### 1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Mengetahui nilai kepuasan aplikasi shopee dan tokopedia pada pengalaman pengguna.
2. Mendapatkan keunggulan dan kekurangan desain antarmuka pada aplikasi shopee dan tokopedia.
3. Memberikan masukan kepada aplikasi Shopee dan Tokopedia untuk meningkatkan kualitas tampilan aplikasinya.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi terdiri dari lima bab, pada setiap bab terdapat beberapa sub bab. Bab yang terdapat pada skripsi memiliki keterhubungan. Secara sistematis isi dari skripsiterdiri dari:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini mengenalkan tentang latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori yang mendukung dalam penulisan dan konsep- konsep lainnya yang berhubungan dalam penelitian.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang penjelasan penelitian yang

dilakukan menggunakan teknik – teknik pengumpulan data dalam penelitian.

#### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang sejarah institusi dan dilakukan analisis pada hal – hal yang menyangkut permasalahan dalam penelitian ini secara langsung, seperti karakteristik responden, kemudian dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, sesuai dengan teori yang digunakan pada bab kedua penelitian ini.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir dalam penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang didapat dari hasil analisis pada bab sebelumnya, serta saran yang mungkin dapat dilakukan untuk perbaikan pada aplikasi shopee dan tokopedia.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Adinegoro, A. L. T., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018). Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-commerce Dengan Menggunakan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi pada Lazada.co.id, Blibli.com dan JD.id). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5862–5870. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/3439>
- Ayudhitama, A. P., & Pujiyanto, U. (2020). *Analisa Kualitas Dan Usability Berdasarkan Persepsi Pada Website Shopee*. *Jurnal Informatika Polinema*, 6(1), 61–70. <https://doi.org/10.33795/jip.v6i1.275>.
- C, K, Laudon., Traver. (2017). *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson.
- Destiarini, M. K. (2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Laman SIAKAD Universitas Baturaja Dengan Metode Usability (Studi kasus : Fakultas Teknikdan Komputer Universitas Baturaja)*. 6(1), 1–10.
- Erdiansyah, E. (2016). *Pengaruh Disiplin Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Cv Patakarah Palembang*. *Jurnal Ecoment Global*, 1(1), 93. <https://doi.org/10.35908/jeg.v1i1.88>.
- Faturochman, Said Junaidi, A. S. (2020). *Journal of Sport Sciences and Fitness DI SEMARANG*. 5(2), 104.
- Fitri, S. V. N., Juwita, O., & Dharmawan, T. (2020). *Analisis User Interface Terhadap Website Akta Online Banyuwangi Menggunakan Metode Heuristic Evaluation*. *INFORMAL: Informatics Journal*, 4(3), 103. <https://doi.org/10.19184/isj.v4i3.12594>.
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). *Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluasi User Experience Sistem Informasi Akademik Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Menggunakan User Experience Questionnaire*. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 6(1), 69–78. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/3582>

- Hutauruk, B. D., Naibaho, J. F., & Rumaharbo, B. (2017). *Analisis dan Perancangan Aplikasi Marketplace Cinderamata Khas Batak Berbaiss Android*. *Jurnal Methodika*, 3(1), 242-246.
- ISO, 2009. ISO 9241-210: *Ergonomics Of Human System Interaction - Part 210: Human-Centered Design For Interactive Systems (Formerly Known As 13407)*. International Organization For Standardization (ISO). Anonim: Genewa.
- ISO (International Organization for Standardization), 2010. Ergonomics of human system interaction. [online] Tersedia di : . [Diakses Tanggal 23 Agustus 2018].
- Kharis, Santosa, P. I., & Winarno, W. W. (2019). *Evaluasi User Experience pada Sistem Informasi Pasar Kerja Menggunakan User Experience Questionnaire(UEQ )*. *The 10th National Conference on Information Technology and Electrical Engineering*, 24–25. <http://citee.ft.ugm.ac.id/home.php?main=M2Z4Vw%3D%3D=&part=REQ%3D=>
- Lastiansah, Sena. 2012. *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Lestari, P. N., Santosa, P. I., & Ferdiana, R. (2016). Pengukuran Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akademik. *Sentika*, 2016(Sentika), 18–19
- Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. (2018). *Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2680.
- Pradana, M. (2015). *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce*. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Putri, D. P. (2019). *Analisis User Experience Dan Usability Terhadap Sistem Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi*. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 11(2). <https://doi.org/10.36706/jsi.v11i2.8648>.
- Rahmad, T., & Dini, F. (2020). *Perancangan User Interface Aplikasi Toko Online “Mormo Store” Berbasis Mobile Application*. *Desain Komunikasi Visual*, 9(3). <http://103.216.87.80/index.php/dkv/article/view/108123>.



- Saputra, A. (2017). *Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Kualitas.Manajemen Bisnis STIE IBBI*, 27(1).
- Sewindu Putro, Kusri Kusri, Mei Parwanto Kurniawan (2019). *Penerapan Metode UEQ dan Cooperative Evaluation untuk Mengevaluasi User Experience Laporan Bantul*.
- Sinaga, S., & Basuki. (2016). *Cambridge IGCSE® Bahasa Indonesia Coursebook*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sularsa, A., & Prihatmanto, A. S. (2015). Evaluasi User Experiences Produk iDigital Museum dengan Menggunakan UEQ. *Jurnal Teknologi Informasi*, 2(2), 56–62.
- Umar, R., Ifanin, A., Ammatulloh, F., & Anggriani, M. (2020). *Analisis Sistem Informasi Web LSP UAD Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)*. *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 4(1), 173–178. <https://doi.org/10.46880/jmika.v4i2.191>
- Wardani, S., Darmawiguna, I. G. M., & Sugihartini, N. (2019). *Usability Testing Sesuai Dengan ISO 9241-11 Pada Sistem Informasi Program Pengalaman Lapangan Universitas Pendidikan*.
- Wiryan M. B. (2011). *User Experience (UX) sebagai Bagian dari Pemikiran Desain dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual*. *Humaniora*, 2 (2), 1158-1166
- Widhiani, D. A. P. A., Arthana, I. K. R., & Pradnyana, I. M. A. (2018). *Analisa User Experience Pada Sistem Informasi Akademik Universitas Pendidikan Ganesha Ditinjau dari Pengguna Mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 15(1). <https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v15i1.13048>.
- Wulandari, I. R., & Farida, L. D. (2018). *Pengukuran User Experience Pada E-Learning Di Lingkungan Universitas Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)*. *Jurnal Mantik Penusa*, 2(2), 146–151.

Zulaikha. (Ed.). (2020). *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*. Surabaya:Unitomo Press.

