

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Pada tahun 2020, S. Wibisono dan A. Rahman melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee. Mereka menggunakan metode UEQ (*User Experience Questionnaire*) sebagai alat pengukuran untuk mengumpulkan tanggapan dari responden yang menggunakan aplikasi Shopee. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai aspek pengalaman pengguna, termasuk daya tarik, efisiensi, kejelasan, keandalan, stimulasi, dan kebaruan yang ditemui dalam aplikasi Shopee. Hasil dari studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang tingkat kepuasan dan pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee.

Pada tahun 2019, L. Tan dan C. Lim melakukan penelitian untuk menilai pengalaman pengguna pada *Platform E-Commerce* Shopee. Mereka menggunakan metode PSSUQ (*Post-Study System Usability Questionnaire*) sebagai alat pengukuran untuk mengumpulkan penilaian dari responden yang telah menggunakan Shopee. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menilai berbagai aspek *Usability*, kepuasan, dan efektivitas *Platform* Shopee. Hasil dari studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang tingkat kepuasan pengguna dan memberikan masukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada *Platform* Shopee.

Dalam jurnal "*Measuring User Experience of Shopee Mobile App*" karya M. Kusuma dan R. Putra pada tahun 2018, dilakukan pengukuran pengalaman pengguna aplikasi *Mobile* Shopee menggunakan metode QUIS (*Questionnaire for User Interaction Satisfaction*). Metode ini membantu mengevaluasi aspek penting seperti kemudahan penggunaan, kejelasan informasi, dan tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor kritis yang berkontribusi pada kualitas aplikasi Shopee, membantu pengembang dalam meningkatkan performa dan fungsionalitas aplikasi guna memberikan pengalaman yang lebih baik bagi para pengguna.

Pada jurnal berjudul "*User Experience Analysis of Shopee App*" yang ditulis oleh A. Setiawan dan D. Prasetyo pada tahun 2021, dilakukan analisis terhadap pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee dengan menggunakan metode wawancara dan survei. Responden yang aktif menggunakan aplikasi Shopee diundang untuk berpartisipasi dalam wawancara dan mengisi survei terkait pengalaman mereka saat menggunakan aplikasi. Melalui metode ini, studi ini berhasil memberikan wawasan mendalam tentang perspektif pengguna terhadap aplikasi Shopee, serta memberikan masukan yang berharga untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut dari aplikasi tersebut. Dengan memahami pandangan langsung dari pengguna, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam upaya meningkatkan kualitas dan kepuasan pengguna pada aplikasi Shopee.

Pada jurnal berjudul "*A Comparative Study of User Experience on E-Commerce Mobile Apps: Shopee vs. Lazada*" yang ditulis oleh B. Pratama dan S. Yulianto pada tahun 2020, dilakukan studi perbandingan tentang pengalaman pengguna pada aplikasi *Mobile* Shopee dan Lazada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah UEQ (*User Experience Questionnaire*) yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan kualitas pengalaman pengguna pada kedua *Platform*. Hasil studi ini memberikan perbandingan yang komprehensif antara dua *Platform E-Commerce* populer, Shopee dan Lazada, dan memberikan wawasan tentang preferensi pengguna terhadap fitur-fitur masing-masing aplikasi. Dengan adanya studi perbandingan ini, pengembang dan penyedia layanan dapat memahami kelebihan dan kekurangan dari masing-masing *Platform* untuk meningkatkan kualitas dan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	S. Wibisono, A. Rahman	2020	Evaluating <i>USER EXPERIENCE</i> on <i>Shopee App</i>	UEQ (<i>User Experience Questionnaire</i>)	Jurnal ini mengevaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee dengan menggunakan UEQ (<i>User Experience Questionnaire</i>). Studi ini melibatkan responden yang menggunakan aplikasi Shopee dan memberikan tanggapan terhadap berbagai aspek pengalaman pengguna, termasuk daya tarik, efisiensi, kejelasan, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil dari studi ini memberikan wawasan tentang tingkat kepuasan dan pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee.
2	L. Tan, C. Lim	2019	Assessing <i>USER EXPERIENCE</i> of <i>Shopee E-Commerce</i>	PSSUQ (<i>Post-Study System Usability Questionnaire</i>)	Jurnal ini melakukan penilaian terhadap pengalaman pengguna pada <i>Platform E-Commerce</i> Shopee menggunakan PSSUQ (<i>Post-Study System Usability Questionnaire</i>). Responden yang telah menggunakan Shopee diminta untuk menilai berbagai aspek <i>Usability</i> , kepuasan, dan efektivitas <i>Platform</i> . Studi ini memberikan wawasan tentang tingkat kepuasan dan masukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada <i>Platform</i> Shopee.
3	M. Kusuma, R. Putra	2018	<i>Measuring User Experience of Shopee Mobile App</i>	QUIS (<i>Questionnaire for User Interaction Satisfaction</i>)	Jurnal ini menggunakan QUIS (<i>Questionnaire for User Interaction Satisfaction</i>) untuk mengukur pengalaman pengguna pada aplikasi <i>Mobile</i> Shopee. QUIS digunakan untuk mengevaluasi aspek-aspek kritis dalam pengalaman pengguna, seperti kemudahan penggunaan, kejelasan informasi, dan tingkat kepuasan. Hasil studi ini membantu memahami peran faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan kualitas aplikasi Shopee.

4	A. Setiawan, D. Prasetyo	2021	<i>User Experience Analysis of Shopee App</i>	Interviews and Surveys	Jurnal ini menganalisis pengalaman pengguna pada aplikasi Shopee melalui wawancara dan survei. Responden yang aktif menggunakan aplikasi Shopee diundang untuk berpartisipasi dalam wawancara dan mengisi survei terkait pengalaman mereka. Studi ini memberikan wawasan mendalam tentang perspektif pengguna terhadap aplikasi Shopee dan masukan untuk perbaikan lebih lanjut.
5	B. Pratama, S. Yulianto	2020	A Comparative Study of User Experience on E-Commerce Mobile Apps: Shopee vs. Lazada	UEQ (<i>User Experience Questionnaire</i>)	Jurnal ini melakukan studi perbandingan tentang pengalaman pengguna pada aplikasi <i>Mobile</i> Shopee dan Lazada. UEQ digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan kualitas pengalaman pengguna pada kedua <i>Platform</i> . Hasil studi ini memberikan perbandingan antara dua <i>Platform E-Commerce</i> populer dan wawasan tentang preferensi pengguna terhadap fitur-fitur masing-masing aplikasi.

2.2 Dasar Teori

Dasar teori dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan untuk mendefinisikan dan memahami topik yang akan dibahas. Dasar-dasar teori di bawah ini menjadi fondasi kuat untuk menginterpretasi temuan penelitian dengan baik dan memberikan pemahaman mendalam tentang subjek yang diteliti.

2.2.1 E-Commerce

E-Commerce, atau perdagangan elektronik, merujuk pada pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet, dan transfer data dan uang untuk melaksanakan transaksi ini [1]. *E-Commerce* memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara *virtual* dari mana saja dan kapan saja, menawarkan kenyamanan dan aksesibilitas yang tidak bisa ditandingi oleh pengecer fisik tradisional. *E-Commerce* mencakup berbagai jenis transaksi, dari konsumen ritel, lelang, pasar elektronik, dan perdagangan barang dan jasa antar bisnis [1].

Pertumbuhan *E-Commerce* telah didorong oleh sejumlah faktor, termasuk peningkatan akses internet, pertumbuhan penggunaan perangkat *mobile*, dan peningkatan kepercayaan konsumen dalam berbelanja *online*. Peningkatan ini telah dipercepat oleh perkembangan teknologi, termasuk sistem pembayaran *online* yang aman, *Platform E-Commerce* yang mudah digunakan, dan pengiriman yang efisien [1] [2].

E-Commerce di Indonesia telah menjadi pasar yang penting untuk *E-Commerce*, dengan jutaan konsumen yang beralih ke belanja *online*. Menurut laporan *eMarketer*, Indonesia adalah pasar *E-Commerce* dengan pertumbuhan tercepat di dunia pada tahun 2019. Dengan lebih dari 170 juta pengguna internet pada tahun 2020, Indonesia menjadi pasar yang menarik bagi perusahaan *E-Commerce* lokal maupun internasional [3].

Perusahaan seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia telah menjadi pemain utama dalam industri *E-Commerce* di Indonesia, dengan masing-masing memiliki jutaan pengguna aktif setiap bulannya [3]. Namun, pasar *E-*

Commerce Indonesia masih memiliki banyak potensi untuk tumbuh. Dengan hanya sekitar 40% populasi yang saat ini aktif secara *online*, ada ruang yang signifikan untuk peningkatan dalam penetrasi internet dan penggunaan *E-Commerce* di tahun-tahun mendatang [3].

Tabel 2.2 Tabel *Platform E-Commerce* di Indonesia

No	Nama <i>Platform</i>	Tahun Peluncuran	Tersedia <i>Mobile</i>	Tersedia <i>Desktop (Website)</i>
1	Tokopedia		v	v
2	Blibli		v	v
3	Bukalapak		v	v
4	JD.ID		v	v
5	Lazada		v	v

2.2.2 *Shopee Lite*

Shopee Lite adalah versi ringan dari aplikasi *E-Commerce* Shopee yang dirancang khusus untuk pengguna dengan keterbatasan akses internet atau perangkat dengan ruang penyimpanan yang terbatas. Aplikasi ini memiliki ukuran yang lebih kecil dibandingkan dengan aplikasi Shopee reguler, sehingga dapat diunduh dan diinstal lebih cepat. Meskipun ukurannya lebih kecil, *Shopee Lite* tetap menyediakan fitur-fitur utama dari *Platform* Shopee, seperti mencari produk, berbelanja, dan melakukan transaksi pembayaran.

Shopee Lite memiliki antar muka sederhana dan ringan untuk memastikan kinerja yang optimal pada perangkat dengan spesifikasi rendah. Dengan demikian, pengguna yang menggunakan ponsel dengan kapasitas penyimpanan terbatas atau koneksi internet yang lemah dapat tetap mengakses *Platform E-Commerce* Shopee dan menikmati pengalaman berbelanja secara mudah dan cepat [1].

Tabel 2.3 Perbandingan Aplikasi *Mobile* Shopee vs *Shopee Lite*

No	Shopee	Shopee Lite
1.	Memiliki semua fitur pada aplikasi	Memiliki lebih sedikit fitur dibandingkan aplikasi utama
2.	Membutuhkan banyak ruang penyimpanan	Membutuhkan lebih sedikit ruang penyimpanan
3.	Tampilan Lebih <i>modern</i> dan detail	Tampilan lebih sederhana
4.	Mengonsumsi lebih banyak data seluler	Lebih hemat data dan lebih ringan bagi koneksi lemah

2.2.3 Mobile Shopping *Application*

Mobile Shopping *Application* adalah aplikasi yang dirancang khusus untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi belanja secara *online* melalui perangkat seluler, seperti *smartphone* atau tablet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mencari produk, menelusuri katalog, membandingkan harga, menambahkan produk ke keranjang belanja, dan melakukan pembayaran secara digital. Pengguna juga dapat memantau status pesanan dan melacak pengiriman produk melalui aplikasi ini [4].

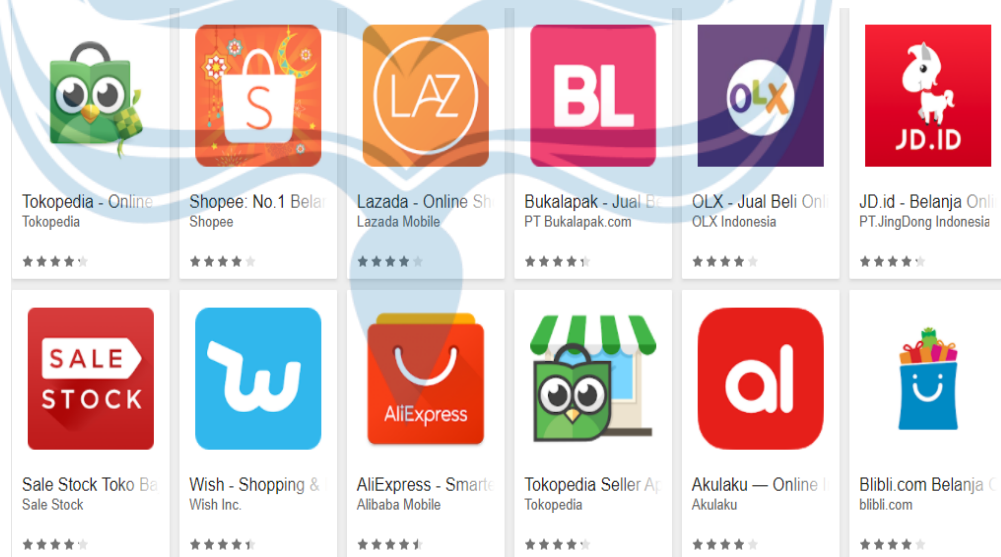
Mobile Shopping *Application* menawarkan berbagai keuntungan bagi pengguna, termasuk kemudahan berbelanja dari mana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke toko fisik. Aplikasi ini juga memberikan beragam pilihan produk dan penawaran spesial yang dapat diakses langsung melalui perangkat seluler pengguna. Selain itu, Mobile Shopping *Application* seringkali dilengkapi dengan fitur-fitur canggih, seperti notifikasi tentang diskon, promo, dan produk terbaru, sehingga pengguna dapat selalu mendapatkan informasi terkini tentang penawaran menarik [5].

Pentingnya Mobile Shopping *Application* telah terbukti dalam meningkatnya adopsi belanja *online* oleh konsumen di seluruh dunia. Aplikasi ini telah menjadi salah satu elemen kunci dalam transformasi digital sektor ritel dan *E-Commerce*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Statista, penggunaan aplikasi belanja *MOBILE* meningkat secara signifikan dalam

beberapa tahun terakhir, dan diproyeksikan akan terus meningkat di masa depan [5].

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia *E-Commerce*, perusahaan harus mengutamakan pengalaman pengguna yang optimal dalam pengembangan dan desain *Mobile Shopping Application* mereka. Penting bagi perusahaan untuk memastikan aplikasi mereka mudah digunakan, cepat, dan aman. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Saridakiset at (2020), pengalaman pengguna yang positif terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi belanja *mobile* [5].

Dengan terus meningkatnya adopsi teknologi *Mobile* dan koneksi internet yang semakin baik, *Mobile Shopping Application* menjadi solusi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen *modern* dalam berbelanja. Dengan menyediakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan efisien, aplikasi ini dapat menjadi aset berharga bagi perusahaan dalam mencapai kesuksesan di pasar *E-Commerce* yang kompetitif saat ini [5].



Gambar 2.1 Gambar Aplikasi E-Commerce di Playstore

2.2.4 USER EXPERIENCE

User Experience (UX) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengalaman keseluruhan pengguna dalam berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Fokus utama dari UX adalah menciptakan pengalaman yang positif dan memuaskan bagi pengguna dengan memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan mereka [6].

Untuk mencapai tujuan tersebut, para perancang UX melakukan serangkaian aktivitas, termasuk penelitian pengguna, analisis kebutuhan, pengembangan prototipe, dan pengujian pengguna. Penelitian pengguna memungkinkan para perancang untuk memahami konteks dan tantangan yang dihadapi pengguna saat menggunakan produk atau layanan. Analisis kebutuhan membantu mengidentifikasi persyaratan utama yang harus dipenuhi dalam desain produk. Pengembangan prototipe memungkinkan pengujian desain secara iteratif sebelum produk akhir dikembangkan, sehingga masukan dari pengguna dapat segera diakomodasi. Pengujian pengguna memastikan bahwa produk akhir sesuai dengan ekspektasi dan preferensi pengguna [6].

Dalam proses perancangan UX, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti keterbacaan, navigasi, ketergantungan, dan estetika visual untuk menciptakan antarmuka yang menarik dan mudah digunakan. Prinsip-prinsip desain seperti kesederhanaan, konsistensi, dan visibilitas juga harus diterapkan untuk memastikan produk lebih mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna [6].

Implementasi yang baik dari UX memiliki beberapa manfaat, termasuk peningkatan tingkat kepuasan pengguna, pengurangan tingkat kesalahan, peningkatan efisiensi, dan peningkatan loyalitas pengguna terhadap produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan semakin menyadari pentingnya UX dalam mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kepercayaan pelanggan [6].

2.2.5 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah alat penilaian yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan produk atau sistem [1]. UEQ dikembangkan oleh Laugwitz, Held, dan Schrepp dan telah digunakan secara luas dalam penelitian interaksi manusia-komputer. UEQ menyediakan penilaian komprehensif terhadap berbagai aspek pengalaman pengguna, termasuk daya tarik, efisiensi, keterhubungan, dependabilitas, stimulasi, dan novelitas.

UEQ mengintegrasikan aspek-aspek ini dalam bentuk kuesioner, memungkinkan peneliti dan pengembang untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pengguna dan menentukan area yang memerlukan perbaikan atau pengembangan lebih lanjut. Berikut variabel di dalam UEQ [7][8]:

a. *Attractiveness*

Attractiveness mengacu pada sejauh mana aplikasi atau sistem menarik dan menyenangkan bagi pengguna. Hal ini mencakup aspek desain visual, keunikan, dan daya tarik keseluruhan dari produk atau sistem [7].

b. *Efficiency*

Efficiency merujuk pada kemudahan dan kecepatan yang dilakukan pengguna untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka menggunakan produk atau sistem. Ini mencakup kecepatan respon, waktu *loading*, dan kemudahan navigasi [7].

c. *Perspiciuity*

Perspiciuity berkaitan dengan sejauh mana pengguna dapat dengan mudah memahami dan belajar menggunakan produk atau sistem. Hal ini mencakup intuitivitas, jelasnya instruksi atau petunjuk, dan kemudahan dalam memahami fungsi dan fitur [7].

d. Dependability

Dependability berfokus pada sejauh mana pengguna dapat mengandalkan produk atau sistem untuk berfungsi dengan benar dan konsisten. Ini mencakup stabilitas, andal, dan akurasi sistem [7].

e. Stimulation

Stimulation mengacu pada sejauh mana produk atau sistem mampu menstimulasi pengguna dan menjaga ketertarikan mereka. Ini bisa melibatkan aspek seperti daya tarik emosional, keterlibatan, dan kreativitas [7].

f. Novelty

Novelty merujuk pada sejauh mana produk atau sistem menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda kepada pengguna. Ini dapat mencakup fitur inovatif, penemuan baru, dan penawaran unik yang tidak dapat ditemukan pada produk atau sistem lain [7].

g. Usability

Usability adalah kemampuan suatu produk atau sistem untuk digunakan dengan efektivitas, efisiensi, dan kepuasan oleh pengguna dalam mencapai tujuan spesifik dalam konteks penggunaan yang tertentu. Konsep *Usability* berfokus pada bagaimana sebuah produk atau sistem dapat memberikan pengalaman pengguna yang positif, serta seberapa mudah dan intuitif pengguna dapat berinteraksi dengan produk tersebut tanpa mengalami hambatan yang berarti. Pengukuran dan evaluasi *Usability* sangat penting dalam proses desain dan pengembangan produk, termasuk aplikasi *mobile*, untuk memastikan produk tersebut dapat digunakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna [9].

h. UEQ Data Analysis Tool/SPSS

UEQ Data Analysis Tool merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis data yang dihasilkan dari *User Experience Questionnaire (UEQ)*. *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* adalah salah satu perangkat lunak statistik yang sering digunakan untuk melakukan analisis data, termasuk analisis data dari UEQ.

Dalam penelitian UX, UEQ sering digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan kesenangan pengguna terhadap produk, sistem, atau layanan. Kuesioner UEQ terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan enam dimensi pengalaman pengguna, yaitu *Attractiveness, Efficiency, Perspicuity, Dependability, stimulation, dan Novelty* (1). Setiap dimensi memiliki beberapa item pertanyaan yang harus dijawab oleh pengguna dengan memberikan penilaian berdasarkan skala tertentu.

Setelah data UEQ terkumpul, perangkat lunak analisis seperti SPSS dapat digunakan untuk mengolah data tersebut. Analisis data dengan SPSS dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tren dari jawaban pengguna, serta untuk mendapatkan statistik deskriptif seperti *Mean*, *median*, dan *standard deviation* untuk setiap dimensi UEQ [7].