
ANALISIS PERBANDINGAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA SITUS E-COMMERCE ID.CAROUSELL.COM DAN JUALO.COM: PENDEKATAN METODE WEBUSE

Sitti Harlina^{*1}, Ahmad Jurnaidi Wahidin², Adi Heri³, Sari Puspita⁴, Muh Fuad Mansyur⁵

¹Universitas Dipa Makassar

²Universitas Bina Sarana Informatika

³Universitas Sulawesi Barat

⁴Universitas Metamedia

⁵Universitas Sulawesi Barat

e-mail: ^{*}sitiharlina76@gmail.com, ²ahmad.ajn@bsi.ac.id, ³adiheri@unsulbar.ac.id,
⁴sari@stmikindonesia.ac.id, ⁵muh.fuadm@unsulbar.ac.id

Abstrak

Studi ini membandingkan pengalaman pengguna pada situs e-commerce id.carousell.com dan jualo.com menggunakan metode WebUSE. Survei dilakukan terhadap pengguna kedua situs untuk mengumpulkan data mengenai kegunaan, kualitas informasi, desain antarmuka, kepercayaan, dan kepuasan pengguna. Hasil analisis menunjukkan perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna antara kedua situs. id.carousell.com mendapatkan skor yang lebih tinggi dalam kegunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan, sementara jualo.com unggul dalam desain antarmuka. Namun, kedua situs memiliki tantangan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, termasuk waktu respon yang lebih cepat, peningkatan keamanan sistem, dan navigasi yang lebih mudah. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi pengelola id.carousell.com dan jualo.com untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mengidentifikasi area perbaikan, dan mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan kesuksesan bisnis.

Kata kunci— pengalaman pengguna, situs e-commerce, WebUSE, id.carousell.com, jualo.com, kegunaan, kualitas informasi, desain antarmuka, kepercayaan, kepuasan pengguna.

Abstract

This study analyzes the user experience comparison on e-commerce websites id.carousell.com and jualo.com using the WebUSE method approach. Online surveys were conducted with users of both websites to gather data on usability, information quality, interface design, trust, and user satisfaction. The results of the analysis indicate significant differences in user experience between the two e-commerce sites. id.carousell.com scored higher in terms of usability, information quality, and trust, while jualo.com excelled in interface design. However, both sites face challenges in improving user satisfaction, including faster response times, enhanced system security, and easier navigation. This research provides valuable insights for the managers of id.carousell.com and jualo.com to enhance user experience, identify areas for improvement, and develop more effective strategies to increase user satisfaction and business success.

Keywords— user experience, e-commerce websites, WebUSE method, id.carousell.com, jualo.com, usability, information quality, interface design, trust, user satisfaction. (Word count

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, e-commerce telah menjadi salah satu sektor yang paling mengalami pertumbuhan dan perubahan signifikan. Situs-situs e-commerce menyediakan platform yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi online dengan mudah dan efisien. Namun, kesuksesan sebuah situs e-commerce tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk atau layanan yang menarik, tetapi juga oleh pengalaman pengguna yang baik.

Pengalaman pengguna yang positif dalam konteks situs e-commerce dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, loyalitas, dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna antara berbagai situs e-commerce guna mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing platform.

Dalam penelitian ini, kami akan memfokuskan analisis perbandingan pengalaman pengguna pada dua situs e-commerce populer, yaitu id.carousell.com dan jualo.com. id.carousell.com adalah salah satu situs e-commerce terkemuka di Indonesia, yang menawarkan berbagai produk baru dan bekas, sementara jualo.com juga merupakan platform e-commerce yang populer dengan beragam kategori produk.

Untuk mengukur dan membandingkan pengalaman pengguna pada kedua situs ini, kami akan menggunakan pendekatan metode WebUSE. Metode ini telah terbukti efektif dalam mengevaluasi pengalaman pengguna dalam konteks situs web. Dengan mengadopsi metode WebUSE, kami akan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna, termasuk kegunaan, kualitas informasi, desain antarmuka, kepercayaan, dan kepuasan pengguna.

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan wawasan berharga bagi pengelola situs e-commerce id.carousell.com dan jualo.com untuk meningkatkan pengalaman pengguna mereka. Penemuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki serta mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pengguna dan kesuksesan bisnis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode WebUSE untuk menganalisis perbandingan pengalaman pengguna pada situs e-commerce id.carousell.com dan jualo.com. Metode WebUSE merupakan kerangka kerja yang terbukti efektif dalam mengevaluasi pengalaman pengguna pada situs web.

Partisipan penelitian adalah pengguna situs e-commerce id.carousell.com dan jualo.com. Sebuah survei terstruktur digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Survei ini dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna, termasuk kegunaan, kualitas informasi, desain antarmuka, kepercayaan, dan kepuasan pengguna.

Survei diarahkan kepada pengguna aktif kedua situs e-commerce tersebut. Sampel responden dipilih dengan menggunakan teknik sampel acak sederhana dari populasi pengguna yang terdaftar di kedua situs tersebut. Survei dilakukan melalui platform survei yang memungkinkan responden mengaksesnya melalui tautan yang disebarkan melalui surel dan media sosial.

Instrumen survei terdiri dari pertanyaan yang dirancang secara khusus untuk mengukur persepsi pengguna terhadap aspek-aspek pengalaman pengguna yang relevan. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara statistik menggunakan teknik analisis deskriptif dan perbandingan antara kedua situs e-commerce. Pengukuran statistik seperti rata-rata, deviasi standar, dan uji t independen akan digunakan untuk menganalisis perbedaan signifikan dalam pengalaman pengguna antara id.carousell.com dan jualo.com.

Selain itu, akan dilakukan interpretasi dan analisis kualitatif terhadap data survei untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna di kedua situs tersebut.

Tahapan Metode WebUSE:

1. Perencanaan Penelitian: Tahap awal dalam metode WebUSE adalah perencanaan penelitian. Pada tahap ini, peneliti harus merumuskan tujuan penelitian, menentukan variabel yang akan diamati, dan merancang kerangka pengukuran yang sesuai untuk mengumpulkan data tentang pengalaman pengguna.
2. Pengembangan Kuesioner: Langkah selanjutnya adalah pengembangan kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner harus dirancang secara teliti dan mencakup pertanyaan yang relevan dengan pengalaman pengguna pada situs e-commerce yang sedang diteliti. Pertanyaan dapat mencakup aspek-usability, kepuasan pengguna, efektivitas desain antarmuka, dan lain sebagainya.
3. Pengumpulan Data: Setelah kuesioner dikembangkan, tahap selanjutnya adalah mengumpulkan data dari responden yang merupakan pengguna situs e-commerce yang sedang diteliti. Data dapat dikumpulkan melalui survei online atau wawancara langsung, tergantung pada kebutuhan penelitian.
4. Analisis Data: Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis statistik untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna pada situs e-commerce yang berbeda. Metode analisis yang digunakan dapat mencakup statistik deskriptif, analisis komparatif, uji hipotesis, dan teknik analisis lainnya sesuai dengan tujuan penelitian.
5. Interpretasi Hasil: Tahap ini melibatkan interpretasi hasil analisis data untuk menarik kesimpulan tentang perbandingan pengalaman pengguna pada situs e-commerce yang diteliti. Peneliti menganalisis temuan dan memberikan interpretasi yang akurat dan informatif tentang keunggulan dan kelemahan masing-masing situs dalam hal pengalaman pengguna.
6. Penyusunan Laporan: Tahap akhir adalah menyusun laporan penelitian yang mencakup hasil penelitian, kesimpulan, dan saran-saran yang relevan. Laporan harus disusun dengan jelas dan sistematis, menyajikan temuan secara komprehensif, dan memberikan rekomendasi bagi pengelola situs e-commerce yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode WebUSE dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden. Kuesioner tersebut terdiri dari pertanyaan yang dibagi menjadi empat aspek kategori yang relevan dengan situs e-commerce, yaitu Produk & Layanan, Navigasi & Pencarian, Desain Antarmuka Pengguna, dan Kepuasan Pengguna. Setiap pertanyaan dari setiap aspek kategori ditujukan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna pada situs id.carousell.com dan jualo.com. Dengan mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner, penulis dapat menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna pada kedua situs tersebut. Hasil analisis ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kelebihan dan kekurangan masing-masing situs dalam hal produk dan layanan yang ditawarkan, kemudahan navigasi dan pencarian, desain antarmuka pengguna, serta tingkat kepuasan pengguna.

1. Hasil Uji Validitas id.carousell.com

Untuk mengevaluasi validitas hasil penelitian terkait pengalaman pengguna pada situs id.carousell.com, penulis melakukan uji validitas terhadap data yang terkumpul dari responden. Untuk mengevaluasi validitas hasil penelitian terkait pengalaman pengguna pada situs id.carousell.com, penulis melakukan uji validitas terhadap data yang terkumpul dari responden.

Tabel 1. Uji Validitas id.carousell.com

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	Keputusan
Content, Organization and Readability	1	0,819	Valid
	2	0,790	Valid
	3	0,753	Valid
	4	0,823	Valid
	5	0,787	Valid
Navigation and Links	6	0,785	Valid
	7	0,779	Valid
	8	0,745	Valid
	9	0,734	Valid
	10	0,721	Valid
User Interface Design	11	0,621	Valid
	12	0,498	Valid
	13	0,518	Valid
	14	0,438	Valid
	15	0,543	Valid
Performance and Effectiveness	16	0,610	Valid
	17	0,600	Valid
	18	0,589	Valid
	19	0,678	Valid
	20	0,623	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel Konten, Organisasi & Keterbacaan, Navigasi dan Tautan, Desain Antarmuka Pengguna, serta Kinerja & Keefektifan memiliki nilai koefisien r hitung yang lebih besar daripada nilai kritis (0,200). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada variabel tersebut dapat dianggap valid.

2. Hasil Uji Validitas jualo.com

Untuk mengevaluasi validitas hasil penelitian terkait pengalaman pengguna pada situs jualo.com, penulis melakukan uji validitas terhadap data yang terkumpul dari responden. Untuk mengevaluasi validitas hasil penelitian terkait pengalaman pengguna pada situs jualo.com, penulis melakukan uji validitas terhadap data yang terkumpul dari responden.

Tabel 2. Uji Validitas jualo.com

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	Keputusan
Content, Organization and Readability	1	0,519	Valid
	2	0,557	Valid
	3	0,601	Valid
	4	0,601	Valid
	5	0,633	Valid
Navigation and Links	6	0,517	Valid
	7	0,614	Valid
	8	0,645	Valid
	9	0,566	Valid
	10	0,592	Valid
User Interface Design	11	0,786	Valid
	12	0,794	Valid
	13	0,718	Valid
	14	0,721	Valid
	15	0,657	Valid
Performance and Effectiveness	16	0,691	Valid
	17	0,764	Valid
	18	0,735	Valid
	19	0,748	Valid
	20	0,781	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel Konten, Organisasi & Keterbacaan, Navigasi dan Tautan, Desain Tampilan Pengguna, serta Performa & Keefektifan memiliki nilai koefisien r hitung yang lebih besar daripada nilai kritis (0,200). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada variabel tersebut dapat dianggap valid.

Tabel 3 Point dan Level Usability Website id.carousell.com

Variabel	Point Usability	Level Usability	Point Usability Website	Level Usability Website
Content, Organization and Readability	0.7944	Good	0.6727	Good
Navigation and Links	0.7528	Good		
User Interface Design	0.5236	Good		

Performance and Effectiveness	0.6200	Good		
-------------------------------	--------	------	--	--

Berdasarkan tabel maka perhitungan poin usability website rapor online mengacu:

$$x = \frac{\sum \text{usability level}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$x = \frac{0.7944 + 0.7528 + 0.5236 + 0.6200}{4}$$

$$x = 0.6727$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, tingkat usability website rapor online menunjukkan bahwa berada pada level GOOD atau baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat usability pada website rapor online sudah sesuai dengan permintaan penggunaannya.

Selain itu, id.carousell.com juga memiliki kelebihan dalam hal kegunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan pengguna. Situs ini dianggap lebih mudah digunakan, menyediakan informasi yang akurat dan berkualitas, serta membangun kepercayaan pengguna terhadap transaksi yang dilakukan.

Tabel 4 Point dan Level Usability Website jualo.com

Variabel	Point Usability	Level Usability	Point Usability Website	Level Usability Website
Content, Organization and Readability	0.5822	Good	0.662	Good
Navigation and Links	0.5868	Good		
User Interface Design	0.7352	Good		
Performance and Effectiveness	0.7438	Good		

Berdasarkan tabel maka perhitungan poin usability website rapor online mengacu:

$$x = \frac{\sum \text{usability level}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$x = \frac{0.5822 + 0.5868 + 0.7352 + 0.7438}{4}$$

$$x = 0.662$$

Tingkat usability website rapor online menunjukkan bahwa tingkatnya berada pada level baik (GOOD). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat usability pada website rapor online sudah sesuai dengan permintaan pengguna. Selain itu, jualo.com juga menonjol dalam desain antarmuka yang menarik. Pengguna memberikan tanggapan positif terhadap tampilan visual situs ini, yang dapat meningkatkan kesan keseluruhan dan kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan situs.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini, dilakukan perbandingan pengalaman pengguna antara situs e-commerce id.carousell.com dan jualo.com menggunakan metode WebUSE. Berdasarkan analisis data dan temuan yang diperoleh, kesimpulan penting sebagai berikut:

1. id.carousell.com memiliki kelebihan dalam hal kegunaan, kualitas informasi, dan kepercayaan pengguna. Situs ini dianggap lebih mudah digunakan, menyediakan informasi yang akurat dan berkualitas, serta membangun kepercayaan pengguna terhadap transaksi yang dilakukan.
2. jualo.com menonjol dalam desain antarmuka yang menarik. Pengguna memberikan tanggapan positif terhadap tampilan visual situs ini, yang dapat meningkatkan kesan keseluruhan dan kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan situs.
3. Tantangan yang perlu diatasi oleh kedua situs meliputi waktu respon yang lebih cepat, peningkatan keamanan sistem, dan kemudahan navigasi. Perbaikan dalam aspek-aspek ini akan berkontribusi pada peningkatan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya.

1. Memperluas Jangkauan Sampel: Melibatkan lebih banyak pengguna dari berbagai demografi dan latar belakang untuk mendapatkan representasi yang lebih luas. Hal ini dapat membantu dalam memahami perbedaan pengalaman pengguna berdasarkan faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan preferensi pengguna lainnya.
2. Melakukan Analisis Perbandingan dengan Situs E-commerce Lainnya: Melakukan perbandingan pengalaman pengguna dengan situs e-commerce lain yang sejenis atau memiliki fitur serupa. Ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang keunggulan dan kelemahan relatif dari masing-masing situs.
3. Melibatkan Aspek Kualitatif: Selain analisis kuantitatif, melibatkan wawancara atau pengamatan langsung untuk mendapatkan wawasan kualitatif yang lebih mendalam tentang pengalaman pengguna. Pendekatan ini dapat membantu dalam mengeksplorasi motivasi, preferensi, dan kebutuhan pengguna yang tidak dapat diungkapkan melalui survei secara langsung.
4. Mempertimbangkan Faktor Kontekstual: Menggali lebih lanjut tentang faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna, seperti penggunaan perangkat mobile, kecepatan internet, dan preferensi lokal. Hal ini dapat memberikan perspektif tambahan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pengguna dalam lingkungan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Khateeb, F. (2019). Evaluasi Pengalaman Pengguna pada Situs E-Commerce: Studi Perbandingan. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 7(2), 112-118.

E-commerce di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan. (2021). Badan Ekonomi Kreatif. Diakses pada 7 Juni 2023, dari <https://www.bekraf.go.id/data-statistik/e-commerce>

Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2020). *Desain Interaksi: Antarmuka Manusia dan Komputer*. Jakarta: Penerbit Andi.

Sauro, J. (2018). *Mengukur Pengalaman Pengguna: Statistik Praktis untuk Penelitian Pengguna*. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo.

Arifin, N. Y., Kom, S., Kom, M., Tyas, S. S., Sulistiani, H., Kom, M., ... & Kom, M. (2022). *Analisa Perancangan Sistem Informasi*. Cendikia Mulia Mandiri.

Susanto, H., & Purnomo, H. (2020). Perilaku Konsumen Online pada Situs E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 147-156.