



ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA LAZADA DAN BUKALAPAK DENGAN MENERAPKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE

Fenny Purwani^a, Erin Aryanti^{b*}, Koiria Maula Nanda^c, Resa Ayu Sari^d, Dina Olyvia^e

^a Sains dan Teknologi/ Sistem Informasi, fennypurwani_uinradenfatah.ac.id, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

^b Sains dan Teknologi / Sistem Informasi, erinaryanti2004@gmail.com, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

^c Sains dan Teknologi / Sistem Informasi, khoiriahmaulananda01@gmail.com, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

^d Sains dan Teknologi / Sistem Informasi, ayuresa2711@gmail.com, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

^e Sains dan Teknologi / Sistem Informasi, olyviadina46@gmail.com, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan

* Korespondensi

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce in Indonesia, with platforms like Lazada and Bukalapak, has made User Experience (UX) a critical factor for success. This study aims to analyze and compare the UX of both applications using the User Experience Questionnaire (UEQ) method, which evaluates six dimensions: attractiveness, clarity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty. A quantitative approach was applied, using a questionnaire distributed to 180 respondents aged 17-30 years. The results show that both applications received positive overall evaluations, with Lazada outperforming in terms of efficiency. These findings provide essential recommendations for developers to enhance the UX of e-commerce platforms.

Keywords: Bukalapak, E-commerce, Lazada, Mobile Applications, User Experience, User Experience Questionnaire (UEQ), UX Evaluation.

Abstrak

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia telah mendorong platform seperti Lazada dan Bukalapak untuk memprioritaskan User Experience (UX) sebagai faktor kunci keberhasilan. Studi ini melakukan analisis perbandingan UX dari kedua aplikasi tersebut dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ), yang menilai enam dimensi utama: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketergantungan, stimulasi, dan kebaruan. Metode penelitian kuantitatif diterapkan dengan mengumpulkan data dari 180 responden berusia 17-30 tahun melalui kuesioner terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua aplikasi mendapatkan evaluasi UX yang positif secara keseluruhan, dengan Lazada memiliki skor lebih tinggi dalam hal efisiensi. Temuan ini memberikan rekomendasi penting bagi pengembang e-commerce untuk meningkatkan UX agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Kata Kunci: Bukalapak, E-commerce, Lazada, Aplikasi Mobile, User Experience, Evaluasi UX, User Experience Questionnaire (UEQ).

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara masyarakat berbelanja, mendorong pertumbuhan pesat sektor e-commerce. Di Indonesia, platform e-commerce seperti Lazada dan Bukalapak tidak hanya menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga berperan penting dalam mendukung perekonomian digital (Kemenkominfo, 2022). Menurut data dari eMarketer, Indonesia

diperkirakan akan menjadi pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara, dengan pertumbuhan yang terus meningkat seiring dengan adopsi teknologi yang lebih luas oleh masyarakat (eMarketer, 2023).

Dalam konteks persaingan yang ketat ini, pengalaman pengguna (User Experience atau UX) menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu platform. UX yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan loyalitas pelanggan, sedangkan UX yang buruk dapat menyebabkan pengguna beralih ke platform lain. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap UX dari aplikasi Lazada dan Bukalapak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan membandingkan pengalaman pengguna dari kedua aplikasi e-commerce tersebut dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). UEQ adalah instrumen standar yang digunakan untuk mengukur persepsi pengguna terhadap berbagai aspek pengalaman yang dirasakan saat menggunakan aplikasi, mencakup enam dimensi: daya tarik (attractiveness), kejelasan (clarity), efisiensi (efficiency), ketergantungan (dependability), stimulasi (stimulation), dan inovasi (novelty) (Lund, 2001). Dengan menganalisis data yang diperoleh dari UEQ, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan masing-masing aplikasi, serta menawarkan rekomendasi untuk perbaikan yang diperlukan.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembang aplikasi e-commerce dalam memahami dan meningkatkan pengalaman pengguna mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi akademisi, tetapi juga bagi praktisi yang terlibat dalam pengembangan dan pemasaran platform e-commerce.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. User Experience (UX)

User Experience (UX) merujuk pada perilaku pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi atau sistem. Pengalaman positif terjadi ketika produk atau sistem mampu memenuhi tujuan pengguna dengan baik. Salah satu standar internasional, yaitu ISO FDIS 92 1-210, menjelaskan UX sebagai persepsi mengenai kegunaan suatu produk, sistem, dan layanan. Konsep UX dapat dijabarkan melalui tiga pendekatan utama:

- a. Penelitian mengenai indikator kepuasan pengguna terkait dengan kemudahan penggunaan.
- b. Penekanan pada aktivitas yang dilakukan oleh pengguna.
- c. Pengalaman pengguna menjadi dasar untuk berbagai persepsi dan reaksi yang diukur secara subjektif maupun objektif (Saputra et al. 2022).

2.2. User Experience Questionnaire (UEQ)

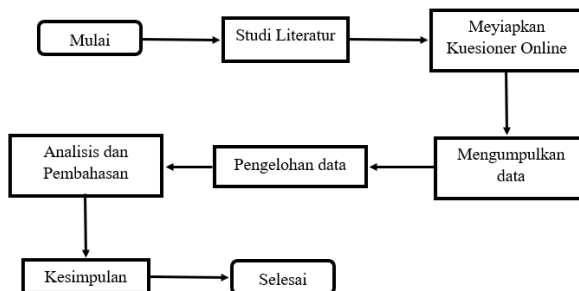
User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan alat ukur untuk mengevaluasi pengalaman pengguna. Metode UEQ terdiri dari 26 pertanyaan. Pada Gambar 1 di bawah ini, terdapat daftar 26 pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk mengumpulkan informasi subjektif berdasarkan kuesioner UEQ (Yuwono et al. 2019).

	1	2	3	4	5	6	7	
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Menyenangkan
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tak dapat dipahami
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kreatif
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mudah dipelajari
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bermanfaat
6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Membosankan
7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tidak menarik
8	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tak dapat diprediksi
9	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Cepat
10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Berdaya cipta
11	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Menghalangi
12	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Baik
13	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rumit
14	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tidak disukai
15	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lazim
16	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tidak nyaman
17	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aman
18	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Memotivasi
19	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Memenuhi ekspektasi
20	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tidak efisien
21	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jelas
22	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tidak praktis
23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Terorganisasi
24	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Atraktif
25	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rumah pengguna
26	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Konservatif

Gambar 1. Daftar Kuesioner UEQ

2.3. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Untuk menganalisis pengalaman pengguna (user experience) pada aplikasi lazada dan Bukalapak, digunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) (Prasetyaningsih dan Ramadhani, 2021). Gambar 2 menunjukkan langkah-langkah penelitian ini secara keseluruhan.



Gambar 2. Tahap Penelitian

Proses penelitian ini dimulai dengan melakukan studi literatur, di mana semua landasan teori yang berkaitan dengan topik penelitian dijelaskan untuk memberikan dasar yang kuat. Selanjutnya, kuesioner disiapkan menggunakan Google Form, dengan pertanyaan yang dirumuskan berdasarkan enam skala kuesioner UEQ.

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan Google Form kepada responden yang menggunakan aplikasi Lazada dan Bukalapak, khususnya untuk kelompok usia 17 hingga 30 tahun. Pengambilan data berlangsung dari 18 Oktober hingga 23 Oktober 2024, dan berhasil mengumpulkan 180 responden. Jumlah ini tidak dapat dipastikan mencakup semua pengguna aplikasi tersebut, mengingat keterbatasan waktu penelitian.

Setelah data terkumpul, kuesioner dianalisis menggunakan alat analisis UEQ. Data yang telah diolah akan dianalisis lebih lanjut, dan hasilnya akan dibahas untuk mencapai kesimpulan mengenai penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Data Penelitian

Jumlah responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner mencapai 180, yang terdiri dari 80 pengguna Lazada, 20 pengguna Bukalapak, dan 80 pengguna kedua aplikasi tersebut. Responden berada dalam rentang usia 18 hingga 30 tahun.

3.2. Analisis Nilai User Experience Aplikasi Lazada dan Bukalapak

Hasil yang diperoleh menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan dari pertanyaan yang telah dikelompokkan berdasarkan setiap skala User Experience Questionnaire (UEQ). Nilai peringkat "Normal" adalah 0,8, sedangkan nilai di atas 0,8 dikategorikan sebagai peringkat "Positif," dan nilai di bawah -0,8 dikategorikan sebagai peringkat "Negatif."

Jadi bisa disimpulkan evaluasi pada aplikasi Lazada dan Bukalapak memiliki kesan positif dari skala secara keseluruhan, yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Nilai mean skala UEQ aplikasi Lazada dan Bukalapak

UEQ	Lazada	Bukalapak
Daya Pikat	1,568	1,483
Kebaruan	1,142	0,932
Stimulasi	1,497	1,431
Ketepatan	1,302	1,298
Kejelasan	1,521	1,380
Produktifitas	1,579	1,423

Skala UEQ dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: Attractiveness (daya pikat), Pragmatic Quality (kejelasan, produktifitas, ketepatan), dan Hedonic Quality (stimulasi dan orisinalitas). Pragmatic Quality menggambarkan aspek bobot yang berkaitan dengan fungsi aplikasi, sementara Hedonic Quality menjelaskan aspek bobot yang tidak terkait dengan fungsi aplikasi (Della Nur Annisa dan Nashar Utama Jaya 2022). Tabel 2 menunjukkan bahwa skala UEQ untuk aplikasi Lazada dan Bukalapak, berdasarkan pengelompokan Pragmatic dan Hedonic Quality, memiliki nilai lebih dari +1, yang mengindikasikan bahwa kedua aplikasi tersebut mendapatkan penilaian positif dari pengguna.

Tabel 2. *Pragmatic dan Hedonic Quality* Uji Benchmark Aplikasi Lazada dan Bukalapak

Programatic dan Hedonic Quality	Lazada	Bukalapak
<i>Attractiveness</i>	1,63	1,53
<i>Pragmatic Quality</i>	1,54	1,46
<i>Hedonic Quality</i>	1,49	1,21

Uji benchmark digunakan untuk membandingkan setiap aspek nilai dengan data UEQ pada alat analisis UEQ. Hasil dari uji ini dikelompokkan ke dalam lima kategori, yaitu Buruk (Bad), Di Bawah Rata-Rata (Below Average), Rata-Rata (Average), Di Atas Rata-Rata (Above Average), Baik (Good), dan Sangat Baik (Excellent) (Umar et al. 2020).

Tabel 3. Hasil Set Data Benchmark Lazada

Skala	Mean	Kategori Benchmark	Interpretasi
Daya Pikat	1,57	Baik	10% output lebih baik 75% output lebih buruk
Kebaruan	1,14	Baik	10% output lebih baik 75% output lebih buruk
Stimulasi	1,30	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Ketepatan	1,52	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Kejelasan	1,52	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Produktifitas	1,58	Baik	10% output lebih baik 75% output lebih buruk

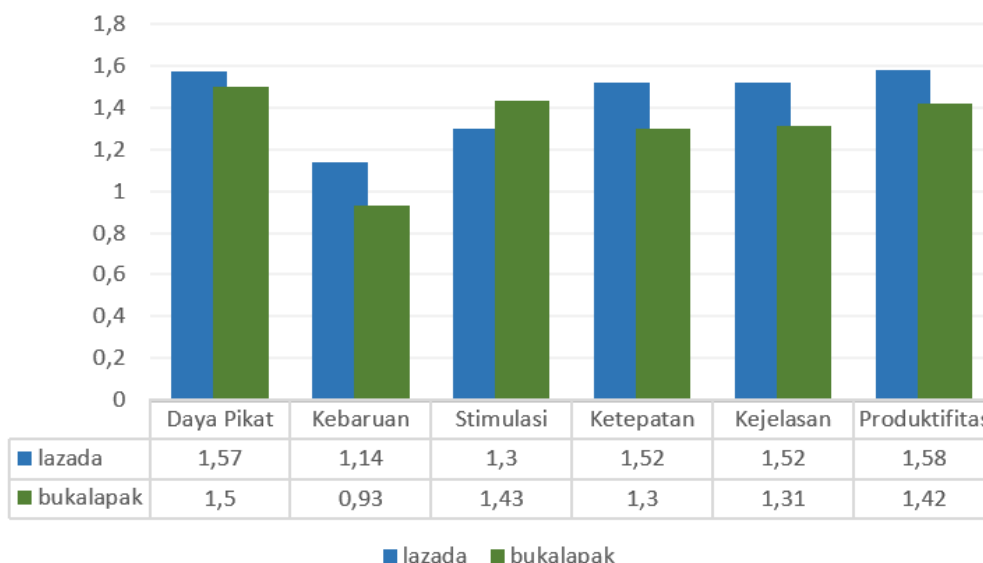
Tabel 3 memperlihatkan hasil data benchmark untuk aplikasi Lazada, di mana skala daya tarik memperoleh skor 1,57. Selain itu, skala kejelasan juga menunjukkan nilai 1,52, sementara skala efisiensi mencapai 1,58. Skala ketepatan tercatat dengan nilai 1,52, diikuti oleh skala stimulasi dengan skor 1,30, dan skala kebaruan yang berada pada nilai 1,14. Berdasarkan perbandingan data benchmark ini, skala kebaruan memiliki nilai terendah, sehingga peningkatan dalam aspek UX diperlukan (Riche dan Marpaung 2021).

Tabel 4 Hasil Set Data Benchmark Bukalapak

Skala	Mean	Kategori Benchmark	Interpretasi
Daya Pikat	1,50	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Kebaruan	0,93	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Stimulasi	1,43	Baik	10% output lebih baik 75% output lebih buruk
Ketepatan	1,30	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Kejelasan	1,31	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk
Produktifitas	1,42	Tengah	25% output lebih baik 50% output lebih buruk

Hasil set data benchmark aplikasi Bukalapak menunjukkan bahwa skala daya tarik memperoleh nilai 1,50. Skala kejelasan mendapatkan nilai 1,31, sedangkan skala efisiensi mencapai 1,42. Skala ketepatan memiliki nilai 1,30, diikuti dengan skala stimulasi sebesar 1,43, dan skala kebaruan memperoleh nilai 0,95. Hasil perbandingan set data benchmark aplikasi Bukalapak disajikan pada tabel 4, dan grafiknya terdapat pada gambar 4.

Hasil perbandingan set data benchmark aplikasi Lazada dan Bukalapak yang disajikan dalam bentuk grafik terdapat pada gambar 5.



Tabel 3. Hasil Perbandingan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Evaluasi User Experience (UX) pada aplikasi Online Travel Agent (OTA), yaitu Lazada dan Bukalapak, dilakukan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ), yang mencakup enam skala: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua aplikasi ini mendapatkan kesan positif secara keseluruhan. Berdasarkan skala UEQ, keduanya memperoleh skor di atas +1 pada aspek Pragmatic dan Hedonic Quality, yang mencerminkan penilaian positif dari para pengguna.

Rata-rata hasil benchmark UEQ untuk Lazada menunjukkan nilai daya tarik sebesar 1,57, kebaruan 1,14, stimulasi 1,30, ketepatan 1,52, kejelasan 1,52, dan produktivitas 1,58. Sementara itu, Bukalapak memperoleh skor daya tarik 1,50, kebaruan 0,93, stimulasi 1,43, ketepatan 1,30, kejelasan 1,31, dan produktivitas 1,42.

Dari hasil ini, terlihat bahwa responden merasa puas dengan kedua aplikasi. Hal ini tercermin dari rata-rata nilai yang masuk dalam kategori normal, dengan Lazada memiliki keunggulan pada satu skala, yaitu efisiensi, yang berada dalam kategori Baik (*Good*) dengan skor 1,30.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Giovani, A. P., Ardiansyah, A., Haryanti, T., Kurniawati, L., & Gata, W. (2020). *Analisis Sentimen Aplikasi Ruang Guru Di Twitter Menggunakan Algoritma Klasifikasi*. Jurnal Teknoinfo, 14(2), 115-123.

[2] Ananda, Rizky, Arif Rahman Hakim, dan Gita Putri. 2019. "Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Media Sosial Menggunakan Metode User Experience Questionnaire." Jurnal Sistem Informasi Bisnis 5(4):245-56.

[3] Fahmi, Muhammad, dan Siti Aisyah. 2021. "Analisis UX Aplikasi Marketplace Menggunakan Metode UEQ Pada Lazada dan Bukalapak." Jurnal Sistem Informasi 9(3):98-108. doi: 10.29230/jsi.v9i3.289.

[4] Fahrurrozi, Budi, Dewi Utami, dan Alif FajarNugroho. 2020. "Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Banking Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ) Pada BRI dan BNI." Jurnal Teknologi Informasi 6(2):101-10.

[5] Fajar, Dian, dan Rini Susanti. 2020. "Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Peminjaman Online Menggunakan Metode UEQ Pada Akulaku dan Kredivo." Jurnal Manajemen Informatika 9(2):135-44.

- [6] Handoko, Rina, dan Satria Wijaya. 2019. “*Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Transportasi Online Menggunakan UEQ Pada Gojek dan Grab.*” *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi* 4(3):32–40.
- [7] Mulyana, Andi, dan Ratna Widya. 2020. “*Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Fitness Tracker Menggunakan Metode UEQ.*” *Jurnal Informatika* 14(2):112–21.
- [8] Nugraha, Ahmad, dan Dian Eka Putra. 2020. “*Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Video Streaming Menggunakan User Experience Questionnaire.*” *Jurnal Informatika* 12(1):89–97.
- [9] Prasetyo, Andi, dan Winda Setiawan. 2021. “*Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Perbankan Digital Menggunakan Metode UEQ.*” *Jurnal Rekayasa Sistem* 7(2):45–54.
- [10] Putra, Akbar, dan Widya Suryani. 2020. “*Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Streaming Musik Menggunakan UEQ.*” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi* 5(1):23–31
- [11] Saputra, Guntur Eka, dan Rakhmi Khalida. 2020. “*Evaluasi Pengalaman Pengguna Aplikasi Booking Hotel Menggunakan Metode UEQ Pada Agoda dan Booking.com.*” *Jurnal Teknologi Informasi* 10(2):67–76.
- [12] Utomo, Rizky, dan Dewi Pratiwi. 2022. “*Analisa Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Investasi Menggunakan User Experience Questionnaire.*” *Jurnal Teknologi Informasi* 8(4):200–10.