

ANALISIS PERBANDINGAN APLIKASI BELANJA ONLINE INDONESIA DAN TIONGKOK DENGAN SYSTEM USABILITY SCALE

Bhustomy Hakim¹, Malahayati Hazimah²

(¹Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bunda Mulia

²Program Studi Bahasa Mandarin, Universitas Bunda Mulia)

Jl. Jalur Sutera Barat Kav. 7-9, Tangerang, telp. 021 8082 1520

e-mail: bhustomy.hakim@gmail.com, mhazimah@bundamulia.ac.id

Abstrak

Shopee merupakan aplikasi belanja online Indonesia yang paling populer digunakan, sedangkan Taobao merupakan aplikasi belanja online Tiongkok terbesar yang merajai negara tersebut dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kedua aplikasi Indonesia (Shopee) dan Tiongkok (Taobao) ini memiliki tipe user interface yang dapat dibilang mirip dan keduanya menjadi e-commerce paling laris dipakai. Kesuksesan dalam e-commerce ini berdasarkan kepada ketertarikan pengguna dalam pemakaian aplikasi dengan tampilannya (user interface) yang baik. Usability merupakan faktor penting dalam aplikasi yang harus diperhatikan dan dapat diuji dengan pemberian nilai kriteria yang terkait dengan kemudahan user interface pada aplikasi. Salah satu cara untuk menguji usability adalah dengan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) untuk mengukur tingkat nilai usability. Menurut metode SUS, pengukuran usability dibagi menjadi 3 aspek; effectiveness, efficiency dan satisfaction. Penelitian ini akan berfokus pada perbandingan pengujian tingkat usability aplikasi belanja online Indonesia (Shopee) dan Tiongkok (Taobao) berdasarkan ketiga aspek usability yang diukur menggunakan metode System usability scale (SUS). Dalam penelitian ini, Shopee Indonesia lebih unggul dari Taobao dari segi komponen efektivitas dengan predikat "Excellent" dengan nilai 81.67 dan predikat "Good" untuk komponen efisiensi dengan nilai 75.52 dengan gap nilai kurang lebih 4 poin. Sedangkan dari segi komponen kepuasan memiliki nilai yang sama yaitu 75.42.

Kata kunci: E-Commerce, Usability, System Usability Scale, Shopee, Taobao

Abstract

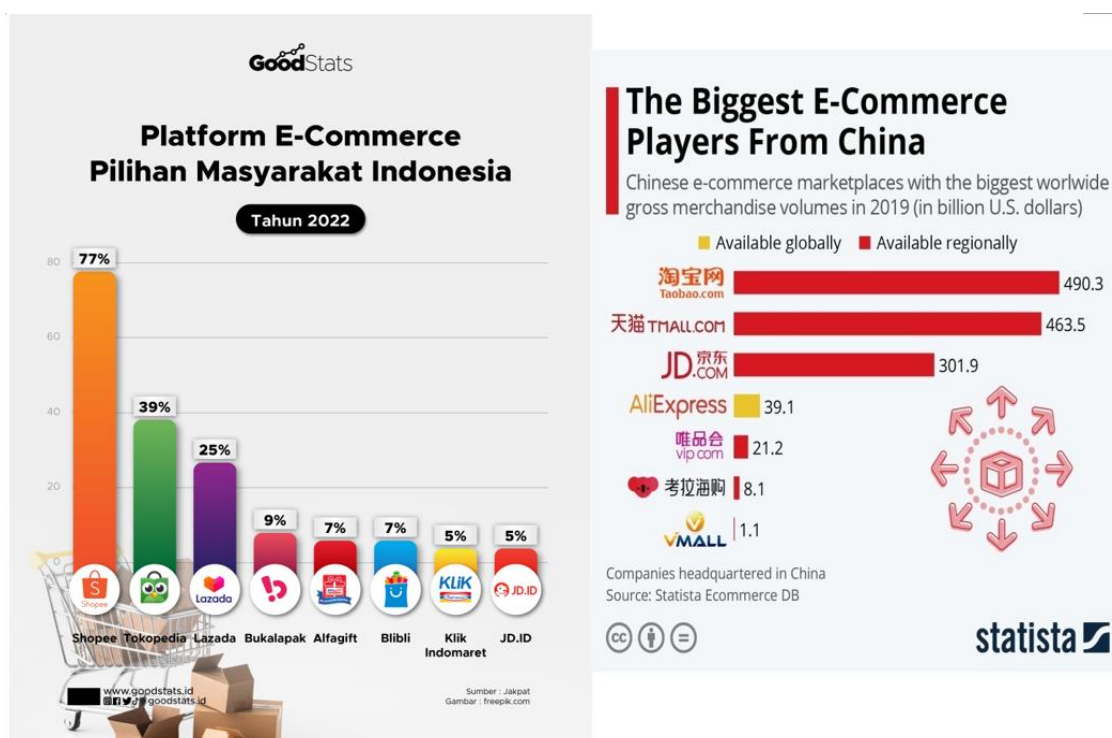
Shopee is Indonesia's most popular online shopping application, while Taobao is China's largest online shopping application which dominates the country in meeting people's needs. These two applications from Indonesia (Shopee) and China (Taobao) have a type of user interface that can be said to be similar and both are the most popular e-commerce applications. Success in e-commerce is based on user interest in using the application with a good user interface. Usability is an important factor in applications that must be considered and can be tested by giving criteria values related to the ease of the user interface in the application. One way to test usability is to use the System Usability Scale (SUS) method to measure the level of usability value. According to the SUS method, usability measurement is divided into 3 aspects; effectiveness, efficiency and satisfaction. This research will focus on comparing the usability level testing of Indonesian (Shopee) and Chinese (Taobao) online shopping applications based on System Usability Scale (SUS) method. In this research, Shopee Indonesia is superior to Taobao in terms of the effectiveness component with the predicate "Excellent" with a score of 81.67 and the predicate "Good" for the efficiency component with a score of 75.52 with a score gap of approximately 4 points. Meanwhile, in terms of satisfaction components, namely 75.42.

Keywords: E-Commerce, Usability, System Usability Scale, Shopee, Taobao

1. PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia di berbagai sektor. Di era digital ini, beragam aplikasi diciptakan manusia untuk mempermudah aktifitas sehari-hari, seperti pekerjaan, pendidikan, hiburan dan lain-lain, terutama

dari segi pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Banyak orang sudah memilih untuk melakukan pemenuhan kebutuhan tersebut di aplikasi belanja online atau e-commerce [1]. Perkembangan e-commerce di Indonesia dalam kurun waktu 8 tahun terakhir ini tentunya sangat pesat. Banyak bermunculan e-commerce baru berbentuk marketplace lahir seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee, dan lain sebagainya. Shopee merupakan aplikasi e-commerce yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia dengan persentase 88% pengguna e-commerce memakai Shopee, Tokopedia mendapat persentase 10%, dan sisanya e-commerce lainnya [2]. Namun jika dibandingkan dengan Negara Tiongkok, e-commerce sudah mulai berkembang jauh sebelum itu. Aplikasi e-commerce disana yang banyak dipakai antara lain Alibaba, JD.com, Pinduoduo, Taobao, dan lainnya. Yang merajai pasar Tiongkok dikalangan masyarakat untuk e-commerce adalah Taobao. Kedua aplikasi Indonesia (Shopee) dan Tiongkok (Taobao) ini memiliki tipe user interface yang dapat dibilang mirip dan keduanya menjadi e-commerce paling laris dipakai.



Gambar 1. Perkembangan E-commerce di Indonesia dan Tiongkok (Statista)

Kesuksesan dalam e-commerce ini berdasarkan kepada ketertarikan pengguna dalam pemakaian aplikasi tersebut. Pengguna biasanya lebih memilih untuk membuka aplikasi e-commerce yang dapat membuat pengguna tertarik baik selain dari isi konten, tetapi juga dari segi tampilannya (user interface) sebelum pengguna memilih dan memutuskan untuk membeli produk dari aplikasi e-commerce tersebut [3]. Berkaitan dengan hal itu, setiap pengguna memiliki kemampuan dan kebutuhan yang sangat beragam dalam berinteraksi dengan komputer. Hal ini merupakan sisi usability dari suatu aplikasi. Beberapa aplikasi belanja online terutama aplikasi berbasis mobile di pasaran masih sulit untuk digunakan dan dipelajari dikarenakan tingkat usability yang rendah. Oleh karena itu, guna menciptakan sistem aplikasi yang baik dan ramah pengguna, komponen usability merupakan salah satu komponen penting untuk diperhatikan [4]. Usability adalah faktor utama yang menjadi tolak ukur dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu aplikasi pada sisi kejelasan tujuan dari penggunaan aplikasi tersebut [5]. Pengujian usability dapat dilakukan dengan pemberian nilai atau bobot kepada beberapa kriteria yang terkait dengan kemudahan user interface pada suatu aplikasi yang digunakan oleh pengguna. Salah satu cara untuk menguji usability adalah dengan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) untuk mengukur tingkat nilai usability yang diberikan kepada aplikasi menurut

penilaian pemakai pengguna [6]. Menurut ISO 9241:11, pengukuran usability dapat dibagi menjadi 3 aspek, antara lain effectiveness, efficiency dan satisfaction [7].

Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada perbandingan pengujian tingkat usability antara 2 aplikasi belanja online berbasis mobile yaitu aplikasi e-commerce Indonesia (Shopee) dan Tiongkok (Taobao) berdasarkan ketiga aspek usability yang diukur dengan menggunakan metode System usability scale (SUS). Perbandingan ini dilakukan untuk melihat bahwa apakah langkah atau desain yang dilakukan oleh aplikasi e-commerce Indonesia sudah bisa bersaing dengan aplikasi e-commerce Tiongkok.

2. METODE PENELITIAN

2.1 E-commerce

E-commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce didefinisikan sebagai sebuah sistem pemasaran yang dilakukan secara atau dengan media elektronik [8]. E-commerce merupakan suatu tempat atau platform yang digunakan untuk melakukan proses pertukaran informasi dan transaksi yang melibatkan barang dan jasa dengan menggunakan teknologi informasi [9]. E-commerce merupakan proses jual beli produk, jasa dan informasi yang meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data dengan memanfaatkan jaringan komputer [10]. Singkatnya, e-commerce dapat didefinisikan sebagai suatu penjualan yang dilakukan melalui media elektronik [11].

E-commerce dapat di klasifikasikan dalam beberapa aspek. Dalam penelitian Melati, et., al tahun 2020 [12], e-commerce dapat diklasifikasikan menjadi:

a) Business to Business (B2B): Proses transaksi e-commerce yang melibatkan perusahaan atau organisasi yang dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual. Pada model bisnis ini biasanya berfokus pada penyediaan produk dari satu bisnis ke bisnis lainnya.

b) Business to Consumer (B2C): Proses transaksi e-commerce terjadi dalam skala kecil sehingga tidak hanya organisasi tetapi juga individu dapat terlibat pada pelaksanaan transaksi tersebut. Model bisnis B2C merupakan yang paling familiar di masyarakat.

c) Consumer to Business (C2B): merupakan kebalikan dari B2C, dimana konsumen menyediakan produk dan atau layanan ke sebuah perusahaan yang siap membelinya.

d) Consumer to Consumer (C2C): pada tipe ini, konsumen menjual produk atau jasa yang dimiliki secara langsung kepada konsumen lainnya.

f) Online-to Offline atau Offline to Online (O2O) : merupakan kombinasi bisnis offline dan perdagangan online. Tipe ini O2O dikarakteristikan oleh arus informasi dan arus kas secara online, sedangkan logistik dan arus perdagangan secara offline.

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia dan Tiongkok terus meningkat, hal ini menyebabkan persaingan antar platform e-commerce semakin ketat. Adapun beberapa platform e-commerce besar yang umum digunakan di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan Blibli. Shopee merupakan salah satu aplikasi e-commerce yang paling populer di kalangan pengguna internet dan berhasil menduduki jajaran top e-commerce di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Shopee adalah salah satu platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi selama periode tahun 2020, platform ini dilengkapi oleh beragam fitur menarik yang berbeda dan dapat memudahkan pengguna dalam mencari produk yang diinginkan konsumen dibandingkan dengan platform lainnya [13]. Selain itu, sebagai salah satu negara dengan kemajuan perekonomian yang pesat, perkembangan e-commerce di Tiongkok sangatlah pesat. Adapun platform e-commerce besar di Tiongkok antara lain Alibaba, JD.com, Pinduoduo, Taobao, dan lain-lain. Di antara platform e-commerce ini, Taobao merupakan jaringan e-commerce C2C terbesar di Tiongkok [14]. TaoBao adalah aplikasi belanja online yang umum digunakan di Tiongkok dan merupakan salah satu pasar C2C utama di Tiongkok [15].

2.2 User Interface

User Interface atau UI adalah bagian sistem yang dapat dilihat pengguna yang merupakan hasil interaksi antara satu sama lain melalui perintah permintaan pengguna dan sistem akan memberikan konten apa yang sesuai dengan yang diminta. User Interface memperhatikan beberapa kriteria antara lain keindahan (aesthetic), konsistensi (consistent), fleksibilitas (flexibility), integritas (integrity), informatif (informative), dan kegunaannya (usability) [16] .

2.3 Usability

Usability dapat diartikan sebagai sebuah penilaian tingkat kemudahan dari suatu sistem agar dapat digunakan oleh pengguna dalam mencapai sebuah tujuan spesifik secara efektif, efisien serta memuaskan [17]. Usability merupakan suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan efektif dan cepat [11]. Konsep usability sering dikaitkan dengan istilah user-friendly, namun usability lebih mempertanyakan seberapa baik pengguna dalam menggunakan suatu fungsi [18]. Dalam penelitian Yonata, et., al (2020) menyebutkan bahwa pengukuran usability dapat dibagi menjadi 3 komponen yakni:

1. Effectiveness: ketepatan pengguna dalam proses mencapai tujuannya pada lingkungan tertentu.
2. Efficiency: sumber daya yang digunakan oleh pengguna dalam mencapai tujuan.
3. Satisfaction: kepuasan dan perilaku positif pengguna saat menggunakan sebuah aplikasi atau sistem [7].

2.4 System Usability Scale (SUS)

Pengujian tingkat usability suatu sistem dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, salah satunya yaitu system usability scale (SUS) yang merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat usability dengan cara melibatkan pengguna akhir dalam proses pengerjaannya [19]. System usability scale (SUS) merupakan suatu metode pengujian usability yang diperkenalkan oleh John Brooke pada tahun 1986, menyediakan alat ukur yang bersifat “quick and dirty” yang dapat dilakukan untuk pengujian berbagai jenis produk, termasuk aplikasi dan dapat diandalkan [20]. Keunggulan dari system usability scale (SUS) diantaranya adalah metode ini sangat mudah dilakukan dan mudah dimengerti oleh para partisipan, selain itu metode ini juga dapat diimplementasikan pada jumlah sampel yang tidak banyak dan mampu menghasilkan data yang valid serta reliabel. System usability scale terdiri dari pertanyaan sepuluh macam pernyataan dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 yaitu, (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) ragu-ragu, (4) setuju, (5) sangat setuju [18] seperti pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 1. Instrumen Pengujian System Usability Scale

Efektivitas	
1	Saya menemukan berbagai fitur pada aplikasi ini sudah terintegrasi dengan baik
2	Saya rasa beberapa fitur dalam aplikasi ini cukup menyulitkan, dan tidak perlu dibuat serumit ini
3	Saya rasa alur proses penggunaan aplikasi ini mudah untuk dipahami
4	Saya pikir bahwa saya akan membutuhkan bantuan dari tenaga teknis untuk dapat menggunakan aplikasi ini
Efisiensi	
5	Menurut saya aplikasi ini mudah untuk digunakan
6	Saya menemukan banyak ketidaksesuaian didalam aplikasi ini
7	Saya pikir bahwa kebanyakan orang dapat dengan mudah mempelajari aplikasi ini dengan sangat cepat
8	Saya menemukan aplikasi ini sangat sulit untuk digunakan
Kepuasan	
9	Saya rasa saya akan lebih sering menggunakan aplikasi ini
10	Saya rasa tampilan dari aplikasi tidak menarik dan tidak sesuai dengan selera saya baik dari segi desain dan
11	Saya merasa sangat nyaman percaya diri untuk menggunakan aplikasi ini
12	Saya tidak merekomendasikan aplikasi ini ke orang lain

*Berdasarkan daftar pertanyaan yang ditunjukkan pada tabel I, pertanyaan nomor ganjil (1, 3, 5, 7, 9) merupakan pertanyaan yang bernada positif. Sedangkan pertanyaan nomor genap (2, 4, 6, 8, 10) merupakan pertanyaan yang bernada negatif.

**Term aplikasi ini pada instrumen pertanyaan kuesioner diatas dibuat karena pertanyaan ini akan ditanyakan untuk Shopee Indonesia dan Taobao kepada responden.

Tabel 2. Ukuran Huruf Penulisan Makalah

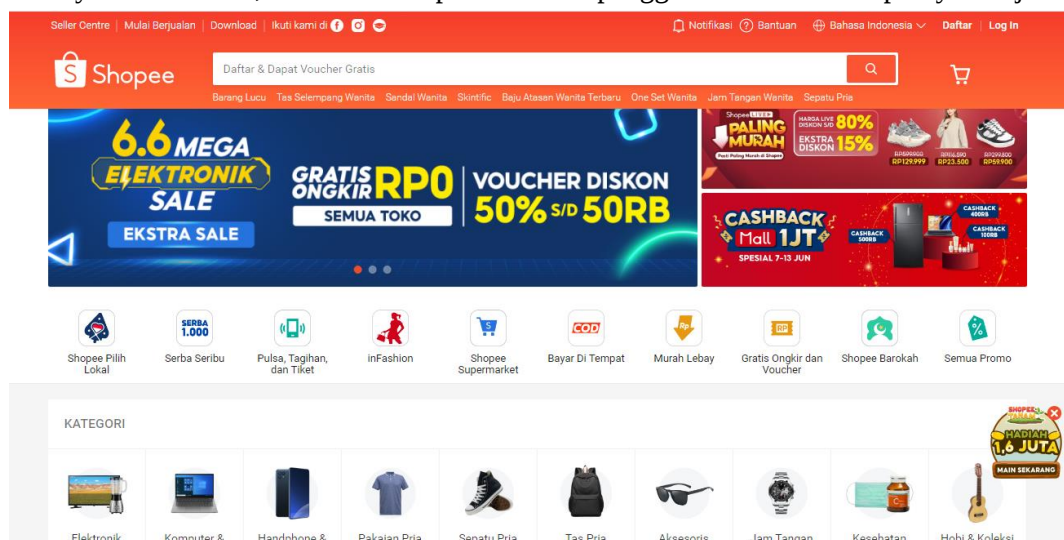
Skor	Pertanyaan	Pertanyaan
1	Sangat Setuju	Sangat Tidak
2	Setuju	Tidak Setuju
3	Ragu-Ragu	Ragu-Ragu
4	Tidak Setuju	Setuju
5	Sangat Tidak	Sangat Setuju

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan sejak tanggal April 2023 selama satu bulan terhadap 144 pengguna yang pernah menggunakan kedua aplikasi Shopee dan Taobao sebagai responden. Sample responden tersebut didapatkan dari adanya 14.000 orang sebagai populasi yang terdaftar sebagai pengguna Shopee dan Taobao yang sebagian besarnya adalah pelajar Indonesia yang belajar di Tiongkok. Dengan confidence level sebesar 90% dan margin of error yang ditentukan adalah sekitar 6.5%, maka didapatkan sekitar 140 sample yang harus dihimpun dari perhitungan teori statistika. Oleh karena itu 144 pengguna sudah mewakili untuk menjawab instrumen kuesioner penelitian ini. Pengukuran usability scale ini dilakukan pada aplikasi Shopee dan Taobao yang dilakukan pengguna.

Aplikasi Shopee Indonesia merupakan aplikasi e-commerce yang memiliki fitur-fitur sebagai berikut; katalog, keranjang, sistem checkout, live selling, layanan helpdesk, dan bahkan game shopee candy. Dengan banyaknya fitur yang tersedia, Shopee juga didukung dengan pilihan beberapa bahasa yang dapat diaktivasi seperti Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Terdapat dua user utama dalam aplikasi ini yaitu buyers dan sellers, namun dalam penelitian ini pengguna baru mencakup buyers saja.



Gambar 3 Halaman Utama Shopee Indonesia

Aplikasi Taobao Tiongkok merupakan aplikasi e-commerce yang memiliki fitur-fitur antara lain; katalog, keranjang, sistem checkout, sistem kupon, live selling, dan layanan helpdesk. Nuansa yang disuguhkan sama seperti nuansa Shopee yaitu Magenta. Namun, pada aplikasi Taobao tidak disediakan bahasa lain selain Bahasa Mandarin.



Gambar 4. Halaman Utama Taobao Tiongkok

Jawaban dari 144 responden atas pertanyaan kuesioner tentang usability aplikasi Shopee dan Taobao kemudian diuji dengan uji validitas untuk melihat kevalidan 24 pertanyaan kuesioner yang diberikan seperti pada Tabel I. Penelitian ini menggunakan Correlate Bivariate Pearson (2-tailed) sebagai pengujian validitas dengan signifikansi kurang dari 5%. Pada Tabel IV menjelaskan bahwa setiap pertanyaan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05 sehingga membuktikan bahwa pertanyaan kuesioner yang disebar sudah valid dan menunjukkan korelasi bivariasi terhadap variabel komponen efektivitas, efisiensi, dan kepuasan.

Tabel 4. Uji Validitas Correlate Bivariate Pearson

Total		Total	
S1 Pearson Correlation	.571 ^{***}	S7 Pearson Correlation	.722 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Sig (2-tailed)	.000
N	48	N	48
S2 Pearson Correlation	.659 ^{***}	S8 Pearson Correlation	.489 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Sig (2-tailed)	.000
N	48	N	48
S3 Pearson Correlation	.623 ^{***}	S9 Pearson Correlation	.647 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Sig (2-tailed)	.000
N	48	N	48
S4 Pearson Correlation	.596 ^{***}	S10 Pearson	.585 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Correlation	.000
N	48	Sig (2-tailed)	48
		N	

S5 Pearson Correlation	.542 ^{***}	S11 Pearson	.602 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Correlation	.000
N	48	Sig (2-tailed)	48
		N	
S6 Pearson Correlation	.539 ^{***}	S12 Pearson	.683 ^{***}
Sig (2-tailed)	.000	Correlation	.000
N	48	Sig (2-tailed)	48
		N	

Dari keseluruhan nilai rata-rata pertanyaan dapat dilihat pada Tabel V. Pada aplikasi Shopee Indonesia, terdapat dua pertanyaan yang memiliki nilai terendah, antara pertanyaan 7 dan 11 dengan nilai masing-masing 3.292 dan 3.563. Sedangkan untuk aplikasi Taobao, terdapat dua pertanyaan yang memiliki nilai terendah yaitu pertanyaan 7 dan 8 dengan nilai 3.271 dan 3.583. Nilai hasil pengukuran mengacu pada skala Likert seperti pada Tabel 2 dan dihitung rata-ratanya.

Tabel 5. Hasil Nilai Kuesioner

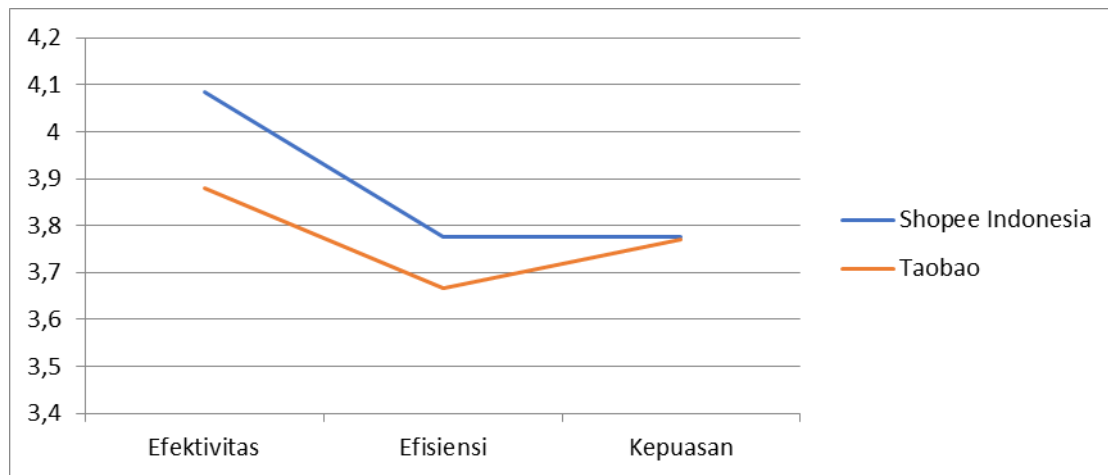
Pertanyaan	Nilai Rata-rata Shopee	Nilai Rata-rata Taobao
1	3,938	3,979
2	4,167	3,875
3	4,271	3,917
4	3,958	3,750
5	3,854	3,917
6	4,000	3,896
7	<u>3,292</u>	<u>3,271</u>
8	3,958	<u>3,583</u>
9	3,667	3,792
10	3,917	3,729
11	<u>3,563</u>	3,792
12	3,958	3,771
Rata-Rata	3,878	3,800

*Nilai Terendah ditandai dengan garis bawah

Berikut pemaparan hasil rata-rata dari setiap komponen. Untuk aplikasi Shopee Indonesia, didapatkan nilai tertinggi adalah komponen efektivitas dengan nilai rata-rata sebesar 4.083, serta dua komponen lain yang mendapatkan nilai yang sama yaitu sebesar 3.776. Untuk aplikasi Taobao, komponen efektivitas yang mendapatkan nilai tertinggi sebesar 3.880, dan nilai terendah didapatkan oleh komponen efisiensi dengan nilai rata-rata sebesar 3.677. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 5 dan grafik perbandingan antar komponen pada dua aplikasi tersebut.

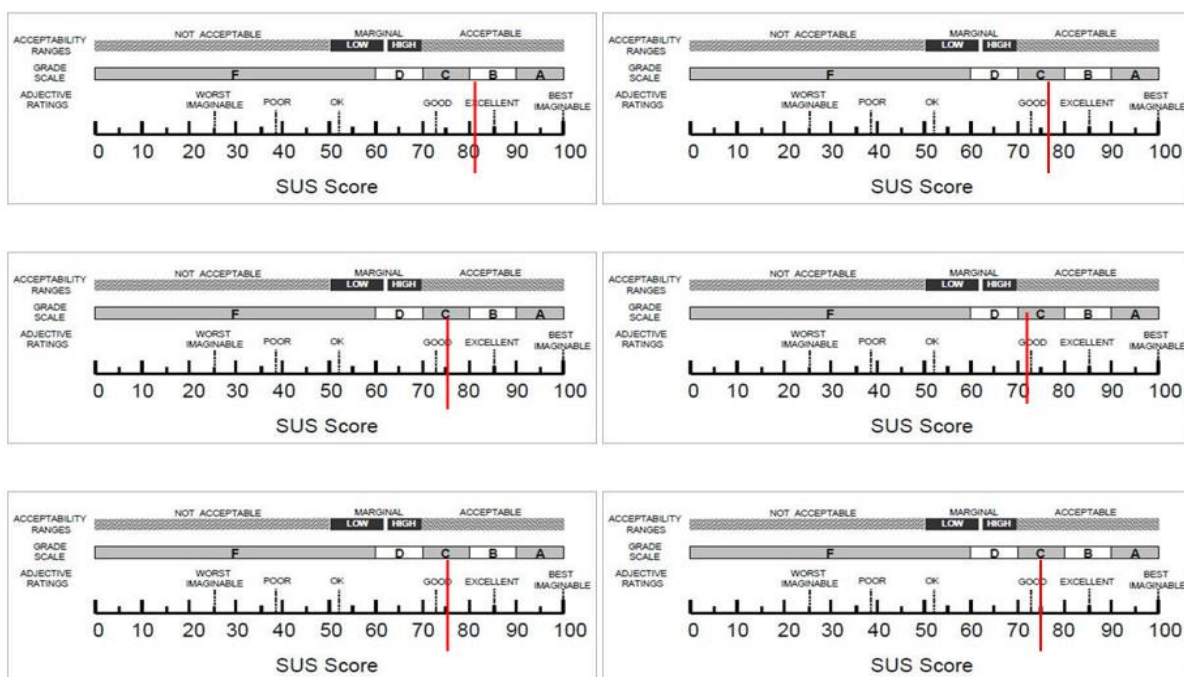
Tabel 6. Hasil Nilai Kuesioner Tiap Komponen

Komponen	Shopee Indonesia	Taobao
Efektivitas	4,083	3,880
Efisiensi	3,776	3,667
Kepuasan	3,776	3,771



Gambar 5 Grafik perbandingan nilai komponen dari Shopee Indonesia dan Taobao

Dari nilai yang didapatkan, kemudian dijadikan nilai SUS dengan ratio nilai 5 adalah nilai terbesar mendapatkan nilai 100. Sehingga pada Shopee Indonesia, nilai SUS untuk komponen efektivitas adalah 81.67 dengan predikat “Excellent”, dan untuk komponen efisiensi dan kepuasan 75.52 dengan predikat “Good”. Sedangkan untuk Taobao, komponen efektivitas mendapatkan nilai SUS sebesar 77.60 dengan predikat “Good”, komponen efisiensi sebesar 73.73 dengan predikat “OK”, dan komponen kepuasan sebesar 75.42 dengan predikat “Good”. Dari data nilai SUS pada Gambar 6, didapatkan bahwa Shopee Indonesia lebih unggul dari Taobao dalam segi komponen efektivitas dan efisiensi.



Gambar 6 Nilai SUS Shopee Indonesia (Kiri) dan Taobao (Kanan) sesuai urutan komponen

3.2 Pembahasan

Hasil ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang menjadi acuan perancangan UI/UX yang dilakukan oleh tim pengembang. Berikut analisis faktor-faktor tersebut, antara lain:

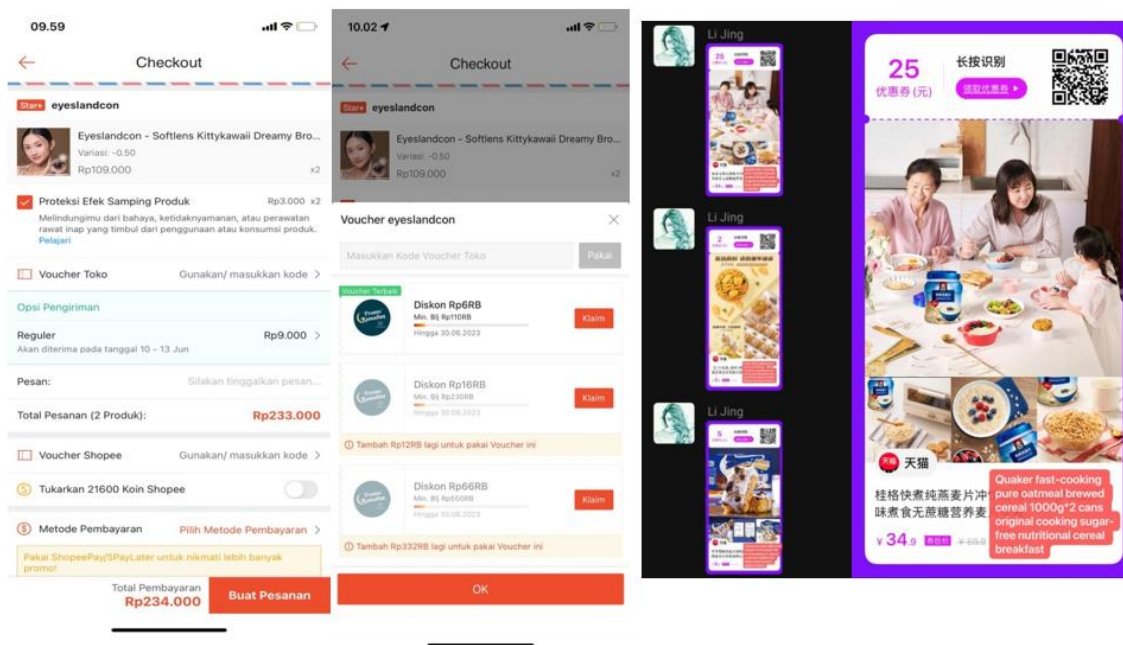
- Dari segi ketersediaan fitur bahasa yang dimiliki. Taobao hanya memiliki Bahasa Mandarin sebagai default bahasa sedangkan Shopee Indonesia dapat mengganti mode bahasa menjadi Bahasa

Inggris. Hal ini menyebabkan komponen efisiensi yang didapatkan Taobao menjadi lebih rendah diakibatkan kendala bahasa. Pada penelitian ini, semua responden merupakan orang Indonesia akan tetapi hanya 4% bagiannya mahir berbahasa Mandarin dan 48% lainnya kurang bahkan tidak bisa sama sekali berbahasa Mandarin.

b. Dari segi proses pembayaran Shopee Indonesia mempunyai alat pembayarannya sendiri yaitu Shopeepay dan dapat diintegrasikan langsung ke Mobile Banking, sedangkan Taobao tidak memiliki fitur seperti itu yang menyebabkan user experience pada proses pembayaran menjadi lebih rumit. Taobao harus melewati beberapa validasi ke dompet digital lain seperti Alipay atau WeChat Pay.

c. Sistem voucher yang harusnya menjadi hal penting dalam e-commerce tidak didesain dengan mudah pada aplikasi Taobao. Berbeda dengan Shopee Indonesia yang dapat mengaplikasikan voucher yang tersedia pada proses checkout, Taobao hanya dapat melakukan filter saat pemilihan barang di katalog atau dari link WeChat grup asosiasi penjual Taobao seperti pada Gambar 7 dibawah ini.

d. Keduanya memiliki detail tulisan dan penempatan menu yang sangat padat sehingga mempersulit penglihatan fitur fungsi utamanya seperti pada proses hasil pencarian barang, terdapat beberapa tab yang membingungkan padahal hasilnya kurang lebih sama. Akan tetapi Taobao terlihat lebih berantakan dalam mengatur layout tampilannya.



Gambar 7 Sistem Voucher pada Shopee Indonesia (kiri) dan Taobao (kanan)

4. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Shopee Indonesia lebih unggul dari Taobao dari segi komponen efektivitas dengan predikat “Excellent” dengan nilai 81.67 dan predikat “Good” untuk komponen efisiensi dengan nilai 75.52 dengan gap nilai kurang lebih 4 poin. Hal tersebut dikarenakan pengguna kesulitan dalam penggunaan bahasa asing seperti bahasa Mandarin, fitur yang tidak terintegrasi yang menyebabkan proses penggunaan aplikasi menjadi rumit dan bertele-tele seperti pada proses pembayaran dan sistem voucher, dan kesederhanaan tata letak dan desain proses dari aplikasi yang mempengaruhi pemahaman pengguna terhadap kegunaan fitur-fitur tertentu. Namun dari segi komponen kepuasan, kedua aplikasi tersebut memiliki nilai yang sama yaitu 75.42. Hal ini membuktikan bahwa terlepas dari kekurangan dan keterbatasan perancangan aplikasi tersebut, kedua aplikasi sudah mampu memberikan fungsi utama dari e-commerce sehingga pengguna tetap merasa puas dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] AAAA [1] J. Salim and L. S. Putranto, (2020) “Analisis Pengaruh Layanan Belanja Online Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah Dan Tempat Aktivitas Dengan Metode Sem,” JMTS J. Mitra Tek. Sipil, vol. 3, no. 4, p. 1017, doi: 10.24912/jmts.v3i4.8420.
- [2] Widiyawati Y., Ningsih C. D. S, Lestari F., Pramita G. (2022). “ANALISIS PENGARUH BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU PERJALANAN BELANJA DIMASA PANDEMI COVID-19”. Journal of Infrastructural in Civil Engineering (JICE).
- [3] RA Yudarmawan, A Sudana, DMS Arsa., Perancangan User Interface dan User Experience SIMRS pada Bagian Layanan“, Jurnal Ilmu Teknologi dan Komputer. 2020.
- [4] Putra, Y. S. M., & Tanamal, R. (2020). Analisis usability menggunakan metode USE Questionnaire pada website Ciputra Enterprise System.
- [5] Sipayung, E. M., & Susilo, W. S. (2021). Analisis Usability Portal Akademik Berbasis Web Menggunakan USE Questionnaire. Jurnal Telematika, 16(2), 91-95.
- [6] J.Sauro, (2020), Measuring Usability With The System usability scale (SUS), Journal of Informatics, 7(2), 78-89.
- [7] Yonata, Y., Sipayung, E. M., & Theresa, N. (2020). Analisis user interface sistem informasi akademik berbasis mobile pada aspek usability (studi kasus: Aplikasi XYZ). Jurnal Telematika, 15(1), 55-62.
- [8] Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(2), 107-112.
- [9] Febriantoro, W. (2018). Kajian dan strategi pendukung perkembangan e-commerce bagi UMKM Di Indonesia. Jurnal Manajerial, 17(2), 184.
- [10] Hakim, B., Monica Geasela, Y., & Hansen, Y. (2024). Sistem Penunjang Keputusan Penerimaan Peserta Didik Baru Jalur Zonasi Dengan Combined Algorithm (Simple Additive Weighting Dan Profile Matching). Jurnal Ilmiah Global Education, 5(3), 1903–1913. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.3069>
- [11] Sembodo, F. G., Fitriana, G. F., & Prasetyo, N. A. (2021). Evaluasi Usability Website Shopee Menggunakan System usability scale (SUS). Journal of Applied Informatics and Computing, 5(2), 146-150.
- [12] Melati, K. R., & Dewi, S. N. K. (2020). Integrated E-commerce Ecosystem in China and Indonesia’s Giant Market. In 2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019) (pp. 251-269). Atlantis Press.
- [13] Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM) , 18(2).
- [14] Yang Liqing. (2022). Diferensiasi spasial kualitas pelayanan toko Taobao dan faktor-faktor yang memengaruhinya di China. Northeast Normal University, 9(2), pp 1-16.
- [15] Simarmata, H., Simarmata, I., Simarmata, J., & Keke, Yulianti. (2020). The Factors Influencing Customer’s Interest in Using E-commerce Services. Advances in Transportation and Logistics Research, 3, 747-757.
- [16] Resa, R., & Wardani, K. R. N. (2022). USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE WEBSITE BPKAD PROVINSI SUMATERA SELATAN MENGGUNAKAN METODE HEURISTIC EVALUATION. ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi, 4(2), 88-99.
- [17] Pradana, M., & Ichsan, M. (2018). Analysis of an Indonesian E-commerce website: gap between actual performance and users' expectation. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 6(1), 65-75.
- [18] Welhelmina S. T., Thenata A. P., Hakim B. (2023). Aplikasi Voting Naskah Dan Pre-Order Buku Berbasis Web Menggunakan Framework Laravel (Studi Kasus: Penerbit Loveable), JBASE, 6(2), 46-57.
- [19] Azizah, L. N. (2024). EVALUASI USABILITY APLIKASI MOBILE IBIS PAINT X MENGGUNAKAN SYSTEM USABILITY SCALE (SUS). Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan, 12(1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i1.3726>.

- [20] Qatrunada, Siti Shofiah, & Rizal Aprianto. (2024). System Usability Scale (SUS) Aplikasi Android Pemeriksaan Persyaratan Teknis Kendaraan Bermotor. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 3(4), 96–104. <https://doi.org/10.55606/juprit.v3i4.4361>.
- [21] Fristasya, A., Az-Zahra, C. R., Sumiati, M., Fauziah, S., & Ahmad, F. (2021). Pendekatan Swot Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di Pt X. *SeTIA Mengabdi–Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 20-30.
- [22] Ernawati, S., & Rahayu, S. (2023). Analisa Usability Pada Aplikasi Identitas Kependudukan Digital Menggunakan Metode Usability Testing. *BIOS : Jurnal Teknologi Informasi Dan Rekayasa Komputer*, 5(1), 12-19. <https://doi.org/10.37148/bios.v5i1.87>.



ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi

Is licensed under a [Creative Commons Attribution International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)